

**CENTRO UNIVERSITÁRIO CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE  
DESIGN DE MODA – TATUAPÉ**

**CARLA CAROLINE FILGUEIRAS**

**PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO  
COLEÇÃO SAGA**

**SÃO PAULO  
2019**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE**  
**DESIGN DE MODA – TATUAPÉ**

**CARLA CAROLINE FILGUEIRAS**

**PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO**  
**COLEÇÃO SAGA**

Trabalho de Graduação Interdisciplinar (TGI) apresentado como exigência parcial para a obtenção do título de Técnico em Design de Moda do curso de Design de Moda do Centro Universitário Carlos Drummond de Andrade, sob orientação do Professor Mestre Guilherme Hodas.

**SÃO PAULO**  
**2019**

# FOLHA DE APROVAÇÃO

**CARLA CAROLINE FILGUEIRAS**

## **PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO COLEÇÃO SAGA**

Trabalho de Graduação Interdisciplinar (TGI) apresentado como exigência parcial para a obtenção do título de Técnico em Design de Moda do curso de Design de Moda do Centro Universitário Carlos Drummond de Andrade, sob orientação do Professor Mestre Guilherme Hodas.

### **BANCA EXAMINADORA**

Professor Orientador: Guilherme Hodas Nota: \_\_\_\_\_

Professor convidado: Nota: \_\_\_\_\_

Professor convidado: Nota: \_\_\_\_\_

**CONCEITO FINAL** ..... **NOTA:** \_\_\_\_\_

**SÃO PAULO, 06 DE JUNHO DE 2019**

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cascata de Gullfoss .....	10
Figura 2 - Campo de lava.....	11
Figura 3 - Praia de Vík í Mýrdal.....	11
Figura 4 - Aurora Boreal.....	12
Figura 5 – Painel de inspirações .....	20
Figura 5 – Cartela de Cores .....	21

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa Etária .....	16
Gráfico 2 - Frequência que Frequenta Eventos Solenes .....	16
Gráfico 3 - Como Obtêm Roupas Para Esses Eventos .....	17
Gráfico 4 - O Que Faz Refletir Antes De Comprar Uma Roupa De Gala .....	17
Gráfico 5 - As Mulheres Devem Usar Apenas Vestidos Nesses Eventos .....	18
Gráfico 6 - Adaptação De Macacões, Calças E Saias Para Eventos Solenes .....	18
Gráfico 7 - Usar a Mesma Roupa em Eventos Solenes e Não Solenes .....	19

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	7
1.1	JUSTIFICATIVA.....	7
1.2	PROBLEMA .....	8
1.3	HIPÓTESES.....	8
1.4	OBJETIVOS .....	8
1.4.1	Objetivo geral.....	9
1.4.2	Objetivo específico.....	9
1.5	METODOLOGIA.....	9
1.5.1	Quanto à natureza .....	9
1.5.2	Quanto à abordagem .....	9
1.5.3	Quanto aos objetivos .....	9
1.5.4	Quanto aos procedimentos .....	9
2	ASPECTOS HISTÓRICOS.....	10
3	PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO .....	13
3.1	ESTUDO DE TENDÊNCIAS.....	14
4	PROJETO DE COLEÇÕES E TENDÊNCIAS.....	16
4.1	PAINEL DE INSPIRAÇÕES.....	19
4.2	BRIEFING .....	21
4.2.1	Cartela de Cores.....	21
5	PROCESSO CRIATIVO .....	22
5.1	MIX DE MODA E PRODUTO .....	22
5.2	CROQUIS .....	22

5.3	FICHAS TÉCNICAS .....	25
5.4	PRODUTO FINAL .....	26
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	28
	REFERÊNCIAS WEBGRÁFICAS .....	29
	ANEXO A - QUESTIONÁRIO .....	31
	ANEXO B – RESULTADO DA PESQUISA .....	33

## 1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história da sociedade, o começo e o encerramento de um ciclo é celebrado por meio de rituais simbólicos. Tais celebrações são importantes para marcar uma trajetória, sejam elas casamentos, aniversários, formaturas ou premiações.

Sendo ou não a figura principal de um evento, vestir-se adequadamente faz toda a diferença.

Por volta do século XIX surgiram, nas grandes capitais da Europa, os vestidos de festa mais elegantes. Apenas as damas com maior poder aquisitivo tinham a possibilidade de adquirir um vestido. (DOLPS, 2017).

Ainda nos dias atuais, quando se fala em roupa de festa feminina, o vestido é a primeira peça a ser lembrada, porém, tendo em vista o consumo consciente e a vontade de inovar, a tendência de adquirir uma peça para um evento específico tende a diminuir.

Nos últimos anos pode-se notar um aumento significativo de calças e macacões de alta-costura nos tapetes vermelhos. O que antes poderia ser considerado um desrespeito, agora é símbolo de sofisticação, ousadia e conforto. (WE PICK, 2015).

Diante disto, o projeto em questão tem como foco a moda festa, o que não se refere exclusivamente à vestidos. A proposta é apresentar uma coleção elegante, confortável, consciente e atual, fazendo referência à paisagem e peculiaridades da Islândia.

### 1.1 JUSTIFICATIVA

A Islândia é um país com belezas naturais exuberantes, porém é pouco conhecido por grande parte da população, não só brasileira, como também mundial. Os holofotes giravam em torno de seus vizinhos nórdicos como Suécia e Noruega.

O projeto tem como inspiração as cores e texturas da paisagem islandesa, buscando divulgar a beleza e cultura deste país pouco explorado.

Apesar do pouco conhecimento do mundo sobre a Islândia e seu idioma, uma palavra islandesa ganhou o mundo, e é muito usada inclusive no português. " O

substantivo "saga" deriva do vocábulo da língua nórdica antiga *saga*, que significava "conto", do qual deriva a palavra islandesa *saga* (plural *sögur*). (WIKIPEDIA, 2019).

Saga é uma palavra islandesa que significa história, lenda ou aventura, é uma narrativa que descreve histórias de personagens famosos de uma determinada cultura ou religião. (SIGNIFICADOS, 2013).

A Coleção Saga busca contar uma história, mostrar ao mundo a beleza inspirada pela Islândia.

## 1.2 PROBLEMA

Grandes eventos requerem uma vestimenta específica, as quais normalmente tem um preço bem elevado, o que faz muitos consumidores recorrerem à locação de peças, pois não quem investir tanto em algo que iram usar pouquíssimas vezes.

Diante disto, levanta-se a seguinte questão: Os consumidores estão abertos a aceitar peças de gala com versatilidade para serem usadas em ocasiões menos formais?

## 1.3 HIPÓTESES

Em resposta a questão apresentada, foram levantadas as seguintes hipóteses:

- Não aceitação dos consumidores por identificarem que não há necessidade de adquirir uma peça de gala;
- Aceitação dos consumidores por identificarem que poderão utilizar a peça com mais frequência, sem perder a elegância;
- Não aceitação dos consumidores mais conservadores; e
- Grande aceitação por parte do público mais moderno.

## 1.4 OBJETIVOS

A seguir são apresentados, respectivamente, os objetivos Geral e Específico.

#### **1.4.1 Objetivo geral**

Desenvolver uma coleção contendo 20 peças primavera-verão 2019/2020 inspirada na paisagem islandesa.

#### **1.4.2 Objetivo específico**

- Conceitualizar Coleção de Moda
- Demonstrar o passo-a-passo para a elaboração de uma coleção
- Desenvolver uma coleção de moda festa feminina
- Confeccionar 20 peças de gala inspiradas na Islândia
- Realizar um desfile com as peças confeccionadas

### **1.5 METODOLOGIA**

#### **1.5.1 Quanto à natureza**

O projeto enquadra-se em uma pesquisa aplicada, pois seu objetivo é agregar conhecimento para uma aplicação prática, onde poderá solucionar problemas específicos de um determinado grupo.

#### **1.5.2 Quanto à abordagem**

O projeto possui uma abordagem qualitativa, isso significa que detém uma compreensão ampla do tema abordado, e o seu conteúdo não pode ser traduzido em números.

#### **1.5.3 Quanto aos objetivos**

O projeto é classificado como exploratório, destacando-se a pesquisa bibliográfica no momento em que se faz uso de materiais já elaborados, como livros, revistas e artigos científicos, na busca de conhecimento sobre a importância da moda funcional.

#### **1.5.4 Quanto aos procedimentos**

O procedimento técnico a ser utilizado é pesquisa bibliográfica, será efetuado a partir de materiais já publicados, bem com uma pesquisa de campo para identificar o público.

## 2 ASPECTOS HISTÓRICOS

Terra do gelo e do fogo, é desta forma que o país nórdico Islândia é conhecido no mundo. Situado no oceano Atlântico Norte, a ilha vulcânica traz diversos exemplos de desenvolvimento social e ambiental. (FREEWAY, 2019). Segundo o site Brasil Escola (2019):

A previdência social islandesa, financiada pelo governo, é uma das mais avançadas do mundo. As doenças contagiosas, principal causa de mortes no século XIX, foram totalmente erradicadas. Todos os centros de ensino islandeses, da escola primária à universidade, são gratuitos.

Deursen (2016) afirma que “10% da população já escreveu, ou pretende escrever, um livro”. Algumas das sagas mais importantes da Idade Média foram escritas por islandeses. O site Brasil Escola (2019) relata que o romancista Halldór Laxness recebeu o Prêmio Nobel de literatura de 1955.

A Islândia é autossuficiente em carne, leite e lã, contudo, a principal atividade econômica do país é a pesca. Na indústria, o país tem como destaque os produtos têxteis, bebidas, produtos alimentícios, diatomito e o alumínio. (ARAÚJO, 2019).

A Islândia possui paisagens, cores e atmosfera inigualáveis. Por estar às margens do Círculo Polar Ártico, os dias são muito longos no verão e as noites de inverno são intermináveis. (DEURSEN, 2016).

**Figura 1 - Cascata de Gullfoss**



Fonte: Alma de viajante - <https://www.almadeviajante.com/viagens/islandia/> - 2019

Com mais de 100 vulcões na ilha, a atividade vulcânica é intensa. A erupção do *Eyjafjallajökull* em 2010 fez com que todos o espaço aéreo da Europa fosse fechado e mais de 100 mil voos cancelados. (FREEWAY, 2019).

**Figura 2 - Campo de lava**



Fonte: Andrés Nieto Porras / Flickr - <https://www.amusingplanet.com/2017/09/the-mossy-lava-fields-of-iceland.html> - 2019

As atividades vulcânicas não alteram apenas o espaço aéreo, a lava quente dos vulcões em contato com as águas frias do oceano forma pequenos fragmentos de basalto, uma rocha de cor negra, o que altera a cor da areia da praia. Tal evento deu origem a uma paisagem incrível na praia de Vík í Mýrdal.

**Figura 3 - Praia de Vík í Mýrdal**



Fonte: Mega Curioso - <https://www.megacurioso.com.br/estilo-de-vida/104400-por-que-a-faixa-de-areia-desta-praia-na-islandia-e-preta.htm> - 2017

A aurora boreal é um fenômeno espetacular e único. As explosões solares ao entrarem em contato com o campo magnético terrestre, formam um show de cores e movimento. Na Islândia, a aurora boreal ocorre o ano todo, mas é vista com maior facilidade no inverno. (FREEWAY, 2019).

**Figura 4 - Aurora Boreal**



Fonte: Exame - <https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/planeje-a-viagem-perfeita-para-ver-a-aurora-boreal-na-islandia/> - 2017

### 3 PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO

Para Gomes (2004) “Coleção é a reunião ou conjunto de peças de roupas e/ou acessórios que possuam alguma relação entre si”, essa conexão deve está centrada no tema proposto.

Segundo Andrea (2019)

Foi Paul Poiret, no início do século XX, que começou a criar utilizando um tema, no caso dele, a inspiração oriental. Ainda não constituía coleções propriamente ditas, mas começou a utilizar o conceito de tema de inspiração. Já Elsa Schiaparelli, por volta de 1930, foi a primeira a desenvolver coleções com temas específicos. Esses temas apareciam em diversas peças, por meio de estampas, bordados e recortes.

No planejamento da coleção, deve-se considerar o perfil do consumidor, a identidade da marca, o tema da coleção e a proposta de cores e materiais. Feriam (2014) apresenta também outros itens de suma importância a serem considerados na hora de planeja uma coleção, que são:

- Mix de Produtos (modelos e variações)
- Mix de Moda (básico, *fashion* e vanguarda)
- Tempo de Execução
- Tempo de Comercialização
- Capital de Giro e Faturamento

Andrea (2019) afirma que as coleções podem ser divididas em dois tipos: conceituais ou comerciais. Segundo Verrone (2019) a “Moda Conceitual surgiu na década de 60 com inspiração na Arte Conceitual, que considerava a ideia, a história e o conceito como os aspectos mais importantes por trás de uma obra artística”. Na coleção conceitual, o estilista expressa suas ideias e conceitos de uma forma exagerada, ou seja, é para pensar e refletir, pois ela não está pronta para ser consumida, é apenas para inspirar e criar tendências.

A moda comercial é aquela criada para o comércio, com o intuito de vender e gerar lucro. Os profissionais da área de moda usam os desfiles conceituais dos grandes estilistas para criar suas coleções comerciais. (VERRONE, 2019).

### 3.1 ESTUDO DE TENDÊNCIAS

Para Feriam (2014) estudo de tendências não é a habilidade de ler o futuro em uma bola de cristal, e sim ter um olhar muito amplo sobre tudo o que acontece ao redor. Afirma ainda que consiste em combinar diversas fontes de informações, determinar o que os compradores e estilistas irão produzir e/ou comprar e projetar modelos, cores e tecidos.

Para Erner (2015)

Tendências são convergências do gosto coletivo. São pontos focais do desejo por meio dos quais indivíduos muito diferentes se descobrem nas mesmas vontades. Hoje, os desejos da maioria parecem regidos por uma autoridade tão poderosa quanto caprichosa: a moda. Um dia, porém, a moda passa. Compreender as tendências significa penetrar os caminhos de imitação, de difusão dos gostos, e o papel de indicador social que eles podem desempenhar.

As tendências podem ser classificadas em dois tipos de acordo com seu ciclo de vida. As macrotendências são grandes movimentos socioculturais, fundados por valores globais, que influenciam a sociedade e dura por longos períodos. Já a micro tendência é um evento passageiro, um modismo que se enfraquece com rapidez. (USE FASHION, 2019).

É importante identificar uma maneira de antecipar essas tendências, a fim de criar, produzir e lançar um produto vendável, antes que os concorrentes o façam.

Leão (2002) informa que os primeiros escritórios de estilo apareceram nos anos 50, na França, conhecidos como "*bureaux de style*", o intuito era organizar o mercado têxtil por meio de indicações de cores, materiais e formas.

No Brasil, um exemplo de "*bureaux de style*" é a Use Fashion, uma plataforma brasileira de pesquisa de tendência de moda. Eles acompanham os acontecimentos no mundo da moda, demonstrando uma visão 100% brasileira, possibilitando traduzir todas as tendências para o mercado nacional. Para usufruir de todos os recursos da plataforma, é necessário um contrato pago, porém, para fins educativos, é disponibilizado no site guias completos e gratuitos, em formato de *eBooks*, sobre os principais temas de moda. (USEFASHION, 2019).

O Brasil é guiado pelas tendências internacionais, apresentadas pelas grandes grifes, considerando que o país está uma estação atrás da Europa e Estados Unidos,

o estudo de tendência básico pode ser elaborado após os primeiros desfiles internacionais.

O calendário oficial da moda, verão 2019/20, foi aberto pela Semana de Moda de Nova York. A Use Fashion destaca que os modelos utilitários apresentados em Nova York é bastante propício para a estação. Destacando-se as peças em materiais leves e tecnológicos, com uma paleta de cores mais clara e com detalhes típicos dessa estética, como aviamentos funcionais e bolsos. (Use Fashion, 2019).

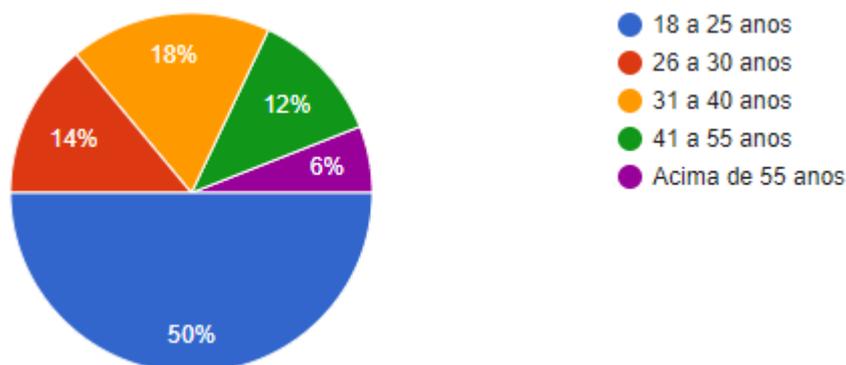
Na modelagem a Use Fashion (2019) destaca modelos recatadas com um toque de sensualidade, e detalhes como laços, babados, amarrações, texturas delicadas, transparências sutis, assimetrias, decote V e amplitudes.

As peças-chave apontadas foram vestidos alongados e com leveza. Buscando praticidade e versatilidade da temporada trouxe no mix de peças-chave os macacões, os conjuntos de alfaiataria que ganharam um ar mais moderno. Os tops aparecem com um visual veranil, com modelagem estilo cropped, deixando os ombros à mostra, ou com decotes profundos. As saias apresentam com comprimento médio, exploraram irregularidades por amarrações e assimetrias, leveza com tons claros e efeito plissado, e as fendas também se destacam nessas peças. (Use Fashion, 2019).

#### 4 PROJETO DE COLEÇÕES E TENDÊNCIAS

Realizou-se uma pesquisa afim de identificas a opinião e necessidades dos consumidores com relação à moda festa nos dias atuais. A pesquisa foi realizada com 50 pessoas de 18 anos a 55 anos ou mais.

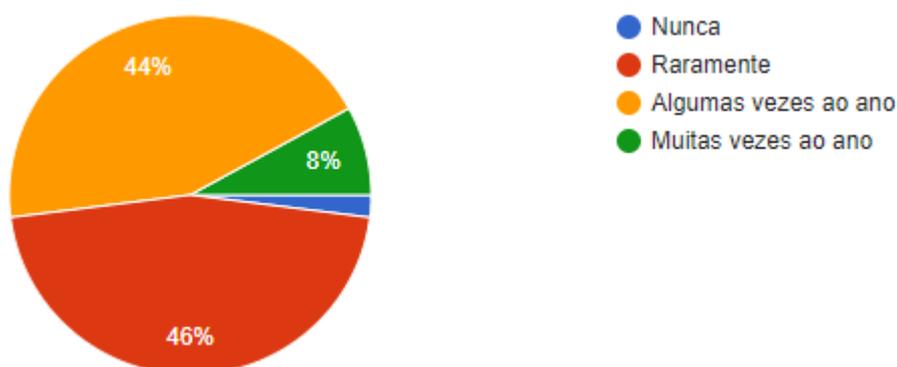
**Gráfico 1 - Faixa Etária**



Fonte: Elaborado pela autora

Identificou-se que 46% dos entrevistados raramente frequentam eventos solenes, 44% frequentam algumas vezes ao ano e somente 8% frequentam muitas vezes ao ano.

**Gráfico 2 - Frequência que Frequentam Eventos Solenes**

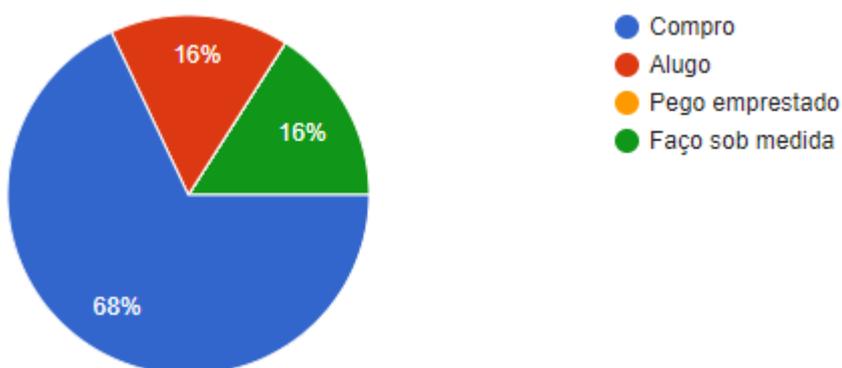


Fonte: Elaborado pela autora

Do total de entrevistados, 68% responderam que compram suas roupas para eventos solenes. Pode-se observar que 71% dos entrevistados que frequentam

raramente ou algumas vezes ao ano eventos solenes optam por comprar suas roupas, e apenas 16% são adeptos da locação.

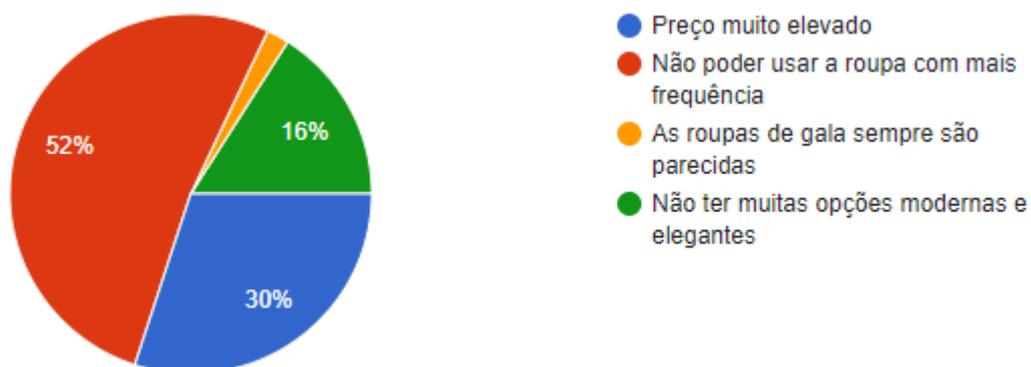
**Gráfico 3 - Como Obtêm Roupas Para Esses Eventos**



Fonte: Elaborado pela autora

Na questão sobre o que os fazem refletir antes de comprar uma roupa de gala, 52% dos entrevistados apontarem que é o fato de não poder usar a roupa com mais frequência.

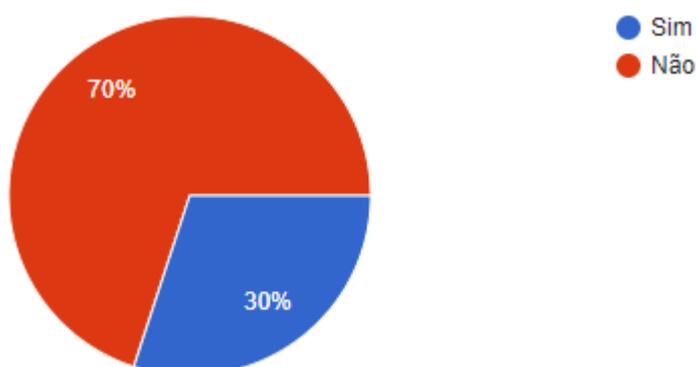
**Gráfico 4 - O Que Faz Refletir Antes De Comprar Uma Roupa De Gala**



Fonte: Elaborado pela autora

70% entrevistados não acreditam que as mulheres devam usar apenas vestidos em eventos de gala. Dentre eles, 57% possuem idade de 18 a 25 anos. Entre os que acreditam que as mulheres devam usar apenas vestidos em eventos de gala, 33% possuem idade de 31 a 40 anos.

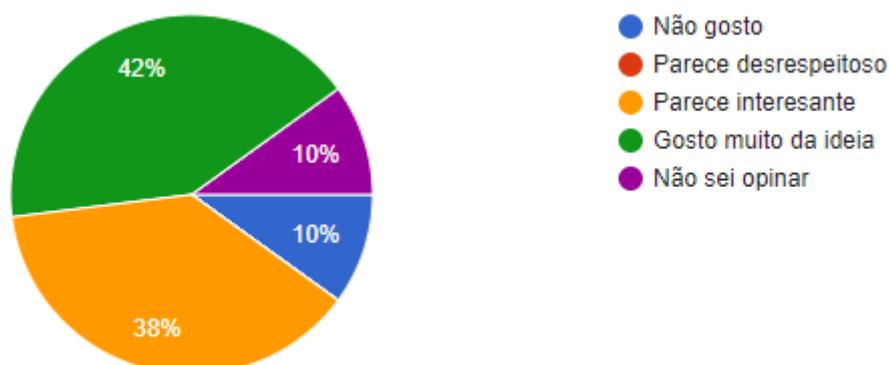
**Gráfico 5 - As Mulheres Devem Usar Apenas Vestidos Nesses Eventos**



Fonte: Elaborado pela autora

Com relação à adaptação de macacões, calças e saias para eventos solenes, 80% dos entrevistados acham interessante ou gostam muito da ideia. 55% deles possuem idade de 18 a 25 anos.

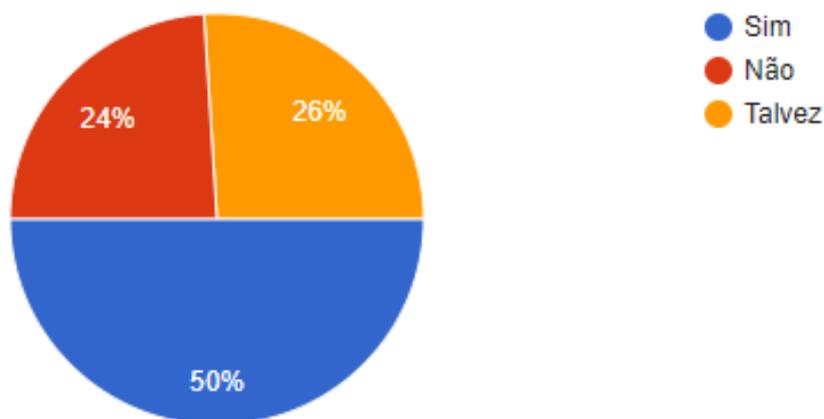
**Gráfico 6 - Adaptação De Macacões, Calças E Saias Para Eventos Solenes**



Fonte: Elaborado pela autora

Das pessoas entrevistadas, 50% acham que pode ser interessante usar a mesma peça em eventos solenes e não solenes. Entre os que não acham interessante, 50% têm de 31 a 40 anos.

**Gráfico 7 - Usar a Mesma Roupa em Eventos Solenes e Não Solenes**



Fonte: Elaborado pela autora

Com base na pesquisa, pode-se identificar que os consumidores necessitam de peças de gala com maior versatilidade, que possam ser usadas com mais frequências. Foi possível notar também que o público mais jovem está mais aberto a aceitar outros tipos de peças de gala que vão além do tradicional vestido, mostrando assim uma mudança de comportamento e consumo.

A seguir serão apresentadas as etapas para a criação da Coleção Saga, a qual terá como foco o público mais jovem, e consumidores que busquem sair do tradicional.

#### 4.1 PAINEL DE INSPIRAÇÕES

O painel de inspirações é um conjunto de imagens e palavras-chave que chamam a atenção, com relação ao tema escolhido. Ele é o ponto de partida para a criação da coleção, o que a tornará original e única.

O painel de inspiração é uma ferramenta de comunicação, onde toda a equipe terá as informações de forma conceitual.

Figura 5 – Painel de inspirações



## 4.2 BRIEFING

O briefing é a etapa onde deve ser apresentado o conceito da coleção, tais como cores, materiais, texturas, formas e todas as informações relevantes.

A escolha de cores e materiais é uma etapa de suma importância na criação de uma coleção. Usar cores e materiais inadequados podem destruir todo um trabalho, portanto, a montagem das cartelas de cores e materiais deve ser efetuada no início dos trabalhos, pois serão usados como guia para elaboração dos croquis, e da identidade visual da coleção.

### 4.2.1 Cartela de Cores

Tendo em vista que a Coleção Saga gira em torno da Islândia, para a cartela de cores, foi escolhida as tonalidades da aurora boreal em harmonia com as cores apontadas como tendência para a Primavera-verão 2019/2020.

**Figura 6 – Cartela de Cores**



Fonte: Elaborado pela autora

## 5 PROCESSO CRIATIVO

Segundo Feriam (2014) o processo criativo é dividido em três etapas: Observação, Concentração e Validação. A seguir são apresentadas, de forma detalhada, as etapas para a criação da coleção.

### 5.1 MIX DE MODA E PRODUTO

Para a Coleção Saga, o mix de moda e produto foi alocado da seguinte forma:

- Conceitual: 1 peça de caráter conceitual, não tendo intuito de comercialização;
- Básico: 4 peças com pouco apelo de moda e design, buscando agradar clientes mais conservadores;
- Fashion: 15 peças que buscam atender a moda do momento por suas formas, cores e padronagens; e
- Vanguarda: 2 peças que carreguem o conceito da coleção, são extravagantes no design e muito elaboradas.

### 5.2 CROQUIS







### 5.3 FICHAS TÉCNICAS

As fichas encontram-se em arquivo separado.

5.4 PRODUTO FINAL





## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ERNER, Guillaume - **Sociologia das Tendências** - São Paulo: Gustavo Gili, 2015

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda – **Minidicionário da língua portuguesa** – 5ª Ed. Rev. Ampliada – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001

GOMES, Luis Vidal - **Criatividade: projeto, desenho, produto** - Ed. SCHDS - Porto Alegre: 2004

LEÃO, Joelma - **Os “Bureaux de Style” e sua Ótica Sobre a Produção de Moda** - In: Wajnman, M. Almeida, J A - **Moda, Comunicação e Cultura - Um olhar acadêmico** - São Paulo: UNIP Arte e Ciência, 2002.

## REFERÊNCIAS WEBGRÁFICAS

Andrea, Lucia - **O que é uma coleção de moda** - Disponível em <https://www.audaces.com/o-que-e-uma-colecao-de-moda/> - Acesso em 20 de janeiro de 2019

ARAÚJO, Felipe - **Islândia** - Disponível em <https://www.infoescola.com/europa/islandia/> - Acesso em 12 de fevereiro de 2019

BRASIL ESCOLA - **Islândia** - Disponível em <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/islandia.htm> - acesso em 12 de fevereiro de 2019

DEURSEN, Felipe van - **10 curiosidades incríveis sobre a Islândia, o país de fogo e gelo** - Disponível em <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/10-curiosidades-incriveis-sobre-a-islandia-o-pais-do-fogo-e-do-gelo/> - Acesso em 12 de fevereiro de 2019

DOLPS - **Você conhece a história dos vestidos de festa?** - Disponível em <http://blog.dolps.com.br/conheca-historia-dos-vestidos-de-festa/> - Acesso em 12 de fevereiro de 2019

FERIAN, Jéssica - **Processo Criativo em Moda - da ideia a coleção** - Disponível em <https://pt.slideshare.net/JessicaFerian/palestra-processo-criativo> - Acesso em 20 de janeiro de 2018

FREEWAY - **18 razões que tornam a Islândia o país mais incrível do mundo** – Disponível em <https://www.freeway.tur.br/blog/islandia-pais-mais-incrivel-do-mundo> - Acesso em 12 de fevereiro de 2019

GOTEX SHOW - **Macrotendências Verão 2020 e tendências em tecidos foram temas no segundo dia da Gotex Show** - Disponível em <http://gotexshow.com.br/2018/09/13/macrotendencias-verao-2020-e-tendencias-em-tecidos-foram-temas-no-segundo-dia-da-gotex-show/> - Acesso em 20 de fevereiro de 2019

NEIRA, Luz García - **A invenção da moda brasileira** - Disponível em <https://www.revistas.usp.br/caligrama/article/view/68123/70681> - Acesso em 20 de janeiro de 2019

PORTAIS DA MODA - **Tecidos Planos Primavera Verão 2019 2020** - Disponível em <https://www.portaisdamoda.com.br/noticialnt~id~17784~n~tecidos+planos+primavera+verao+2019+2020.htm> - Acesso em 20 de fevereiro de 2019

SIGNIFICADOS - **Significado de Saga** - Disponível em <https://www.significados.com.br/saga/> - Acesso em 13 de fevereiro de 2019

USE FASHION - **Ciclo de moda e formação de tendências** - Disponível em <http://conteudo.usefashion.com/obrigado-ciclo-da-moda-e-tendencias> - Acesso em 17 de fevereiro de 2019

USE FASHION - **Olhar local para tendências globais** – Disponível em <https://www.usefashion.com/product/> - Acesso em 15 de fevereiro de 2019

USE FASHION - **NYFW verão 19/20 tecido plano** – Disponível em <https://conteudo.usefashion.com/nyfwverao19> - Acesso em 15 de fevereiro de 2019

VERRONE, Greice - **Moda conceitual x moda comercial** - Disponível em <https://www.audaces.com/moda-conceitual-x-moda-comercial-2/> - Acesso em 20 de janeiro de 2019

WE PICK - **Macacão de gala? Veja como usar jumpsuit de alta-costura** - Disponível em <http://www.wepick.com.br/moda/jumpsuit/> - Acesso em 12 de fevereiro de 2019

WIKIPEDIA - **Saga (literatura)** – Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Saga\\_\(literatura\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Saga_(literatura)) – Acesso em 13 de fevereiro de 2019

## ANEXO A - QUESTIONÁRIO

### TGI - Carla Caroline Filgueiras

Olá amigas!

Este questionário tem como intuito auxiliar na elaboração do meu TGI do curso de Design de Moda. São perguntas simples e rápidas, todas as respostas são anônimas, ou seja, nem eu e nem ninguém saberá de quem são as respostas.

Agradeço desde já pelo apoio.

Bjs

**\*Obrigatório**

**1. Qual a sua faixa etária? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- 18 a 25 anos
- 26 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- 41 a 55 anos
- Acima de 55 anos

**2. Qual a sua renda familiar? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Menos de 1 salário mínimo
- De 1 a 3 salários mínimo
- De 3 a 6 salários mínimo
- Acima de 6 salários mínimo

**3. Com que frequência frequenta eventos solenes? (Casamentos, formaturas, debutantes, premiações, etc) \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Nunca
- Raramente
- Algumas vezes ao ano
- Muitas vezes ao ano

**4. Como obtêm suas roupas para esses eventos? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Compro
- Alugo
- Pego emprestado
- Faço sob medida

5. O que a faz refletir antes de comprar uma roupa de gala? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Preço muito elevado
- Não poder usar a roupa com mais frequência
- As roupas de gala sempre são parecidas
- Não ter muitas opções modernas e elegantes

6. Para você, as mulheres devem usar apenas vestidos nesses eventos? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

7. O que acha da adaptação de macacões, calças e saias para eventos solenes? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Não gosto
- Parece desrespeitoso
- Parece interessante
- Gosto muito da ideia
- Não sei opinar

8. Seria interessante poder usar a mesma roupa em eventos solenes e não solenes? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Talvez

Fonte: Questionário online elaborado pela autora - Disponível em <https://goo.gl/forms/mMrm3AiAqEvpyFtF3> - Encerrado em 17 de fevereiro de 2019

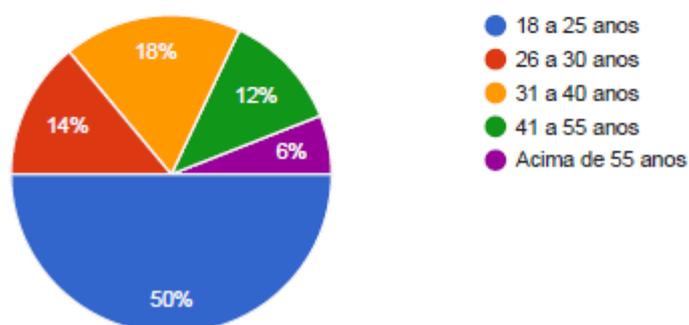
## ANEXO B – RESULTADO DA PESQUISA

## TGI - Carla Caroline Filgueiras

50 respostas

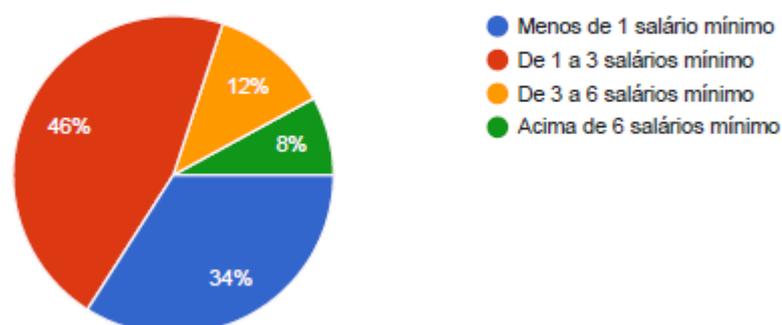
## Qual a sua faixa etária?

50 respostas



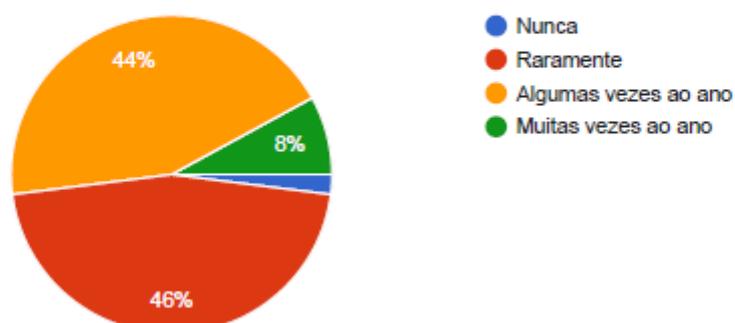
## Qual a sua renda familiar?

50 respostas



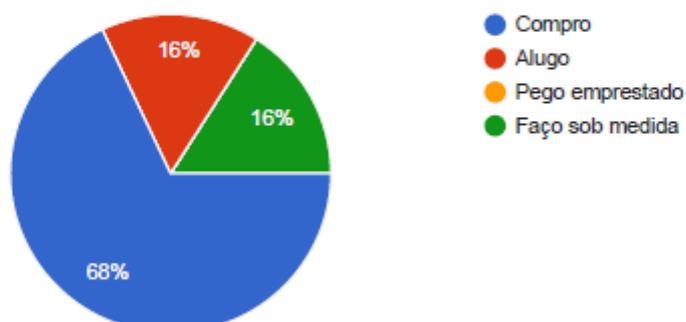
## Com que frequência frequenta eventos solenes? (Casamentos, formaturas, debutantes, premiações, etc)

50 respostas



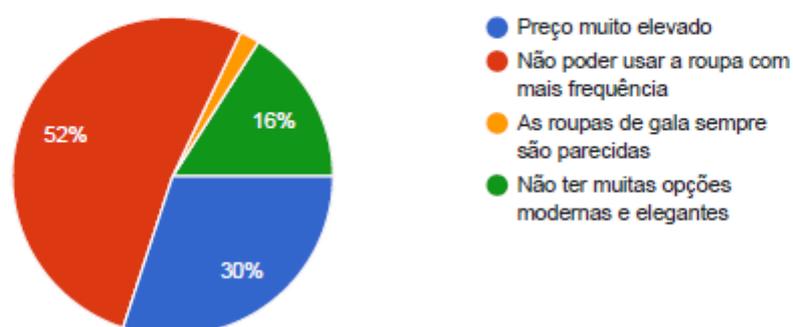
### Como obtêm suas roupas para esses eventos?

50 respostas



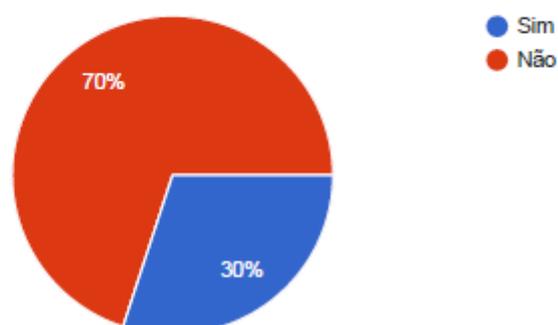
### O que a faz refletir antes de comprar uma roupa de gala?

50 respostas



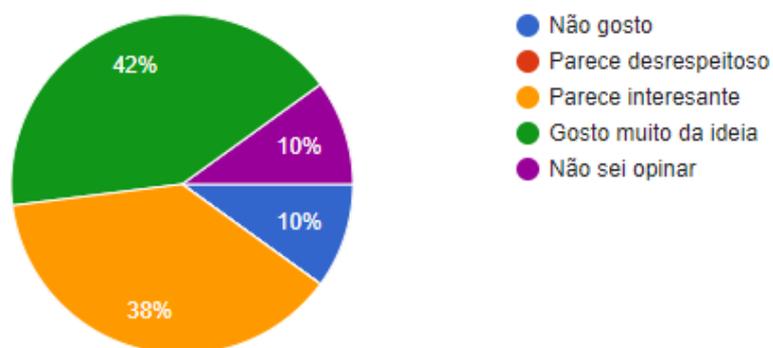
### Para você, as mulheres devem usar apenas vestidos nesses eventos?

50 respostas



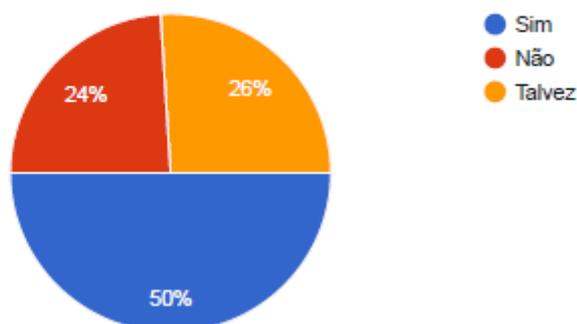
## O que acha da adaptação de macacões, calças e saias para eventos solenes?

50 respostas



## Seria interessante poder usar a mesma roupa em eventos solenes e não solenes?

50 respostas



Fonte: Questionário online elaborado pela autora - Disponível em <https://goo.gl/forms/mMrm3AiAqEvpyFtF3> - Encerrado em 17 de fevereiro de 2019