

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UNB
INSTITUTO DE ARTES - IDA
DEPARTAMENTO DE DESIGN
HABILITAÇÃO EM PROJETO DE PRODUTO

DESENVOLVIMENTO DE UMA LINHA DE BOLSAS COMO PRODUTO DE MODA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Mariana Brito de Almeida
Nayara Brito de Almeida

BRASÍLIA, BRASIL, 2014

DESENVOLVIMENTO DE UMA LINHA DE BOLSAS COMO PRODUTO DE MODA

por

**Mariana Brito de Almeida
Nayara Brito de Almeida**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Departamento de Design da Universidade de Brasília
- UnB como requisito parcial para aprovação em
Diplomação em Projeto de Produto.

Orientadora: Symone Jardim

BRASÍLIA, BRASIL, 2014

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UNB
INSTITUTO DE ARTES - IDA
DEPARTAMENTO DE DESIGN
HABILITAÇÃO EM PROJETO DE PRODUTO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

DESENVOLVIMENTO DE UMA LINHA DE BOLSAS COMO PRODUTO DE MODA

elaborado por
Mariana Brito de Almeida
Nayara Brito de Almeida

como requisito para aprovação na
disciplina Diplomação em Projeto de Produto

COMISSÃO EXAMINADORA:

Professora Symone Jardim

Professor Tiago Lucas

Professora Shirley

BRASÍLIA, BRASIL, 2014

RESUMO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO
DE DESIGN
HABILITAÇÃO EM PROJETO DE PRODUTO
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UNB

DESENVOLVIMENTO DE UMA LINHA DE BOLSAS COMO PRODUTO DE MODA

Orientadora: Symone Jardim

Data e Local de Defesa: Brasília, 03 de dezembro de 2014

Autoras: **Mariana Brito de Almeida**

Nayara Brito de Almeida

O presente trabalho consiste em desenvolver uma linha de bolsas femininas como produto de moda com lançamento previsto para 2015, respeitando o contexto e as tendências desse período. Para isso, o projeto foi dividido em três frentes complementares e não excludentes, a bolsa, o contexto de uso e a tendência, que quando unidos de forma coerente resultarão no produto final do projeto, uma linha de bolsas. A frente bolsa corresponde ao estudo teórico e à análise dos componentes de uma bolsa; o contexto de uso corresponde à relação entre o sistema mercadológico adotado para a comercialização dos produtos, que no caso é o *fast fashion*, e o público-alvo, que se refere aos possíveis consumidores do produto; a frente tendência refere-se ao estudo de prospecção de tendências, à escolha e à análise de uma tendência de acordo com os objetivos do projeto. O resultado deste trabalho consiste no desenvolvimento de uma linha de bolsas femininas de acordo com as tendências de moda para 2015 e totalmente validado por este relatório.

Palavras-chave: tendência, *fast fashion*, *design*, moda, *Kitsch*.

**DESENVOLVIMENTO DE UMA LINHA DE BOLSAS
COMO PRODUTO DE MODA**

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama representativo das três frentes que direcionam o projeto	15
Figura 2: O livro Cinquenta bolsas que mudaram o mundo	18
Figura 3: Típico modelo de bolsa alforje atual	19
Figura 4: Típica bolsa alforje para sela de cavalaria	19
Figura 5: Bolsa alforje da Maison Christian Dior por John Galliano	19
Figura 6: Modelo típico da maleta de médico por Louis Vuitton	19
Figura 7: Bolsa maleta de médico original	19
Figura 8: Modelo Speedy da marca Louis Vuitton	20
Figura 9: Modelo típico comercializado atualmente de mochila	20
Figura 10: Bolsa-mochila primitiva	20
Figura 11: Bolsa-mochila da Prada lançada em 1985	21
Figura 12: Exemplo de pasta comercializada atualmente	21
Figura 13: Bolsa <i>satchel</i> original do ano de 1950	21
Figura 14: Bolsa <i>satchel</i> da marca Cambridge <i>Satchel</i> Company	21
Figura 15: Bolsa carteiro comercializada atualmente	22
Figura 16: Bolsa Alexa da marca Mulberry	22
Figura 17: Bolsa carteiro com duas alças	22
Figura 18: Exemplo de bolsa saco comercializada atualmente	22
Figura 19: Bolsa saco primitiva usada para carregar moedas	22
Figura 20: A noe Bag da marca Louis Vuitton	23
Figura 21: Imagem de bolsa Baguette que é comercializada atualmente	23
Figura 22: Primeira it bag da história, a bolsa Baguette da marca Fendi	23
Figura 23: <i>Clutch</i> desenvolvida por Alexander McQueen	24
Figura 24: <i>Clutch</i> clássica da marca Hermès	24

Figura 25: Típica bolsa a tiracolo comercializada atualmente	24
Figura 26: Bolsa a tiracolo da marca Céline	24
Figura 27: Famosa bolsa a tiracolo 2.55 da Chanel	25
Figura 28: Bolsa Tote desenvolvida por Bonnie Cashin para Couch	25
Figura 29: Exemplo de bolsa Tote comercializada atualmente.	25
Figura 30: Famosa bolsa Tote da marca Céline	25
Figura 31: Bolsa Almoniere predominantemente usada presa ao cinto	27
Figura 32: Bolsa pocket em veludo	27
Figura 33: <i>Chatelaine</i> , bolsa difundida pela Alexandra, filha do rei da Dinamarca	28
Figura 34: Bolsa maleta da marca Louis Vuitton	28
Figura 35: Exemplo de bolsa box popular na década de 1950	29
Figura 36: Componentes comuns de uma bolsa	31
Figura 37: Diagrama apresenta a junção das características <i>fast Fashion</i>	34
Figura 38: Blog “Depois dos Quinze”, de Bruna Vieira	36
Figura 39: Blog “Just Lia”, de Lia Camargo	37
Figura 40: Blog “Radioactive Unicorns”, de Giovana Ferrarezi	37
Figura 41: Blog “Serendipity”, de Melina Souza	37
Figura 42: Blog “Não Provoque”, de Ana Paula Buzzo	37
Figura 43: Painel de Estilo de Vida dos possíveis consumidores do produto	38
Figura 44: Painel de imagens referentes ao estilo <i>hipster</i>	41
Figura 45: Painel de transição do <i>hipster</i> para um nova tendência	43
Figura 46: Sinais de várias procedências da chegada de uma nova tendência.	44
Figura 47: Painel de imagens do estilo tribal/ <i>navajo</i>	45
Figura 48: Painel de exemplos da tendência impressão digital em tecidos	45
Figura 59: Painel de imagens da tendência grafismos geométricos	46
Figura 50: Painel de referenciada tendência da técnica <i>tye-dye</i>	46

Figura 51: Painel de imagens da tendência Píxel.	47
Figura 52: Painel de imagens da tendência Rússia	47
Figura 53: Painel de imagens da tendência Tropical <i>Kitsch</i>	48
Figura 54: Painel de imagens da tendência africana	48
Figura 55: Objeto <i>Kitsch</i> representando figura célebre	50
Figura 56: Os suvenires são ricos em significado emocional por evocar lembranças	50
Figura 57: Painel que retrata o estilo de vida do indivíduo <i>kitsch</i>	52
Figura 58: Painel de objetos-ícone <i>kitsch</i>	54
Figura 59: A boneca Barbie, outro objeto-ícone do <i>kitsch</i>	55
Figura 60: Barbarella, filme Sci-fi de 1968, estrelada por Jane Fonda	55
Figura 61: Painel com referências visuais de objetos <i>kitsch</i>	56-57
Figura 62: Alternativas com base em ornamento do período clássico.	63
Figura 63: Alternativas com variação nos formatos das bolsas	63
Figura 64: Alternativas geradas livremente	64
Figura 65: Alternativas geradas a partir do conceito <i>kitsch</i>	65
Figura 66: Alternativas foram geradas a partir dos requisitos	66
Figura 67: Alternativas geradas a partir da análise de objetos-ícone do <i>kitsch</i>	66
Figura 68: Alternativas com base em móveis e estofados <i>kitsch</i>	66
Figura 69: Nove alternativas escolhidas por cumprirem os requisitos levantados	67
Figura 70: Imagem das quatro bolsas escolhidas por meio da MAA	71
Figura 71: Painel de fotografias da vigência do <i>kitsch</i> no Brasil	72
Figura 72: O <i>Kitsch</i> omaram conta de redes <i>fast fashion</i>	73
Figura 73: Imagens do desfile da Moschino de autoria de Jeremy Scott.	74
Figura 74: Imagens do desfile da Moschino de autoria de Jeremy Scott	75
Figura 75: Imagens do desfile da Moschino de autoria de Jeremy Scott	75
Figura 76: Imagens do desfile da Moschino por Jeremy Scott	76

Figura 77. <i>Rendering</i> final da Bolsa Abacaxido abacaxi	78
Figura 78. Painel de inspiração com sugestões de acabamentopara Bolsa Abacaxi	78
Figura 79. <i>Rendering</i> da Bolsa Saco	79
Figura 80. Painel com sugestões de acabamentos para Bolsa Saco	79
Figura 81. <i>Rendering</i> final da Bolsa Estofado em couro sintético.	80
Figura 82. Painel de inspiração para Bolsa Estofado	80
Figura 83. <i>Rendering</i> final da Bolsa Rígida	81
Figura 84. Painel com sugestões de acabamentos para Bolsa Rígida	81
Figura 85. Painel de imagens do processo de confecção das bolsas	86
Figura 86. Novelo de veludo preto usado para o crochê na Bolsa Saco	87
Figura 87. Painel de imagens da Bolsa Acabaxi finalizada	90
Figura 88. Painel de imagens da Bolsa Saco finalizada	91
Figura 89. Painel de imagens da Bolsa Estofado finalizada	92

LISTA DE DIAGRAMAS

Diagrama 1. Diagrama representativo das etapas do desenvolvimento do projeto	16
Diagrama 2. Tabela com as 9 bolsas escolhidas	70
Diagrama 3. Tabela de validação de requisitos	94

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
ESTRUTURA DO RELATÓRIO	16
LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE DADOS	18
1. FRENTE BOLSA	18
1.1. O que é bolsa?	18
1.2. Tipos de bolsas	18
1.2.1. Alforje	19
1.2.2. Maleta de médico	19
1.2.3. Bolsa-mochila	20
1.2.4. Pasta escolar (<i>satchel</i>)	21
1.2.5. Bolsa carteiro	22
1.2.6. Bolsa saco (<i>bucket bag</i>)	22
1.2.7. Bolsa <i>baguette</i>	23
1.2.8. <i>Clutch</i>	24
1.2.9. Bolsa a tiracolo	24
1.2.10. Bolsa de compras ou <i>Tote</i>	25
1.3. Histórico das Bolsas	26
1.4. Elementos Básicos de uma Bolsa (Arquitetura do Produto)	31
2. FRENTE CONTEXTO DE USO	32
2.1. <i>Fast Fashion</i>	32
2.1.1. Características do <i>Fast Fashion</i>	33
2.2. Público-alvo	35
2.3. Painel de Estilo de Vida do Consumidor	38
3. FRENTE TENDÊNCIA	40

3.1. Tendência Vigente	40
3.1.1. Painel de Estilo de Vida <i>hipster</i>	41
3.2. Painéis de Transição de Tendência	43
3.3. Painel 1: Tribal/ <i>Navajo</i> e Estampa digital	45
3.4. Painel 2: Grafismos geométricos e <i>Tye dye</i>	46
3.5. Painel 3: Pixel e Rússia	47
3.6. Painel 4: Tropical <i>Kitsch</i> e África	48
4. <i>KITSCH</i>	49
4.1. Painel de Estilo de Vida do indivíduo <i>kitsch</i>	51
4.2. Painel de Objetos-ícone do <i>Kitsch</i>	54
4.3. Painel de Materiais de Objetos <i>kitsch</i>	56
5. LISTAGEM GERAL DE REQUISITOS	60
5.1. Projetuais	60
5.2. Frente Bolsa	60
5.3. Frente Contexto de Uso	60
5.4. Frente Tendência	61
5.5. <i>Kitsch</i>	61
6. GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	63
7. MATRIZ DE AVALIAÇÃO DE ALTERNATIVAS	67
8. Vigência do <i>Kitsch</i>	72
8.1. Desfile da Moschino	74
9. NOVA LISTAGEM GERAL DE REQUISITOS	77
10. CONCEITUAÇÃO DO PRODUTO FINAL	78
10.1. Bolsa Abacaxi	78
10.2. Bolsa Saco	79
10.3. Bolsa Estofado	80

10.4. Bolsa Rígida	81
10.5. MATERIAIS E FERRAMENTAS DE CONFECCÃO	82
10.5.1. Bolsa Abacaxi	82
10.5.2. Bolsa Saco	83
10.5.3. Bolsa Estofado	83
10.5.5. Ferramentas	84
11. CONFECCÃO	86
11.1. Bolsa Acabaxi	86
11.2. Bolsa Saco	87
11.3. Bolsa Estofado	88
12. VALIDAÇÃO DOS REQUISITOS	90
12.1. Bolsa Abacaxi	90
12.2. Bolsa Saco	91
12.3. Bolsa Estofado	92
13. CONSIDERAÇÕES FINAIS	95
14. REFERÊNCIAS	96
15. APÊNDICE	99

INTRODUÇÃO

As empresas que possuem uma política de produção rápida e contínua de suas peças, trocando as coleções semanalmente, ou até diariamente, levando as últimas tendências de moda ao consumidor em tempo recorde são chamadas de *Fast Fashion*¹. Esse tipo de mercado vem crescendo significativamente no Brasil, comprovadamente com a chegada de grandes empresas do gênero, como GAP, Topshop, Forever 21 e futuramente a H&M. Essas megalojas fornecem produtos a consumidores que anseiam cada vez mais por novidades e por preços acessíveis, e que adquirem produtos obsoletos, ou seja, que possuem tempo de mercado curto, muitas vezes até descartáveis, para pertencerem a determinadas tribos e se manterem na moda. Nesse contexto de consumo, destaca-se um segmento de mercado: jovens que compram com frequência em *fast fashion* para exibir seus produtos em redes sociais em troca de visibilidade. Portanto, decidiu-se como foco da disciplina Diplomação em Projeto de Produto, **desenvolver uma linha de bolsas como produto de moda** direcionada ao comportamento e às necessidades deste grupo em questão.

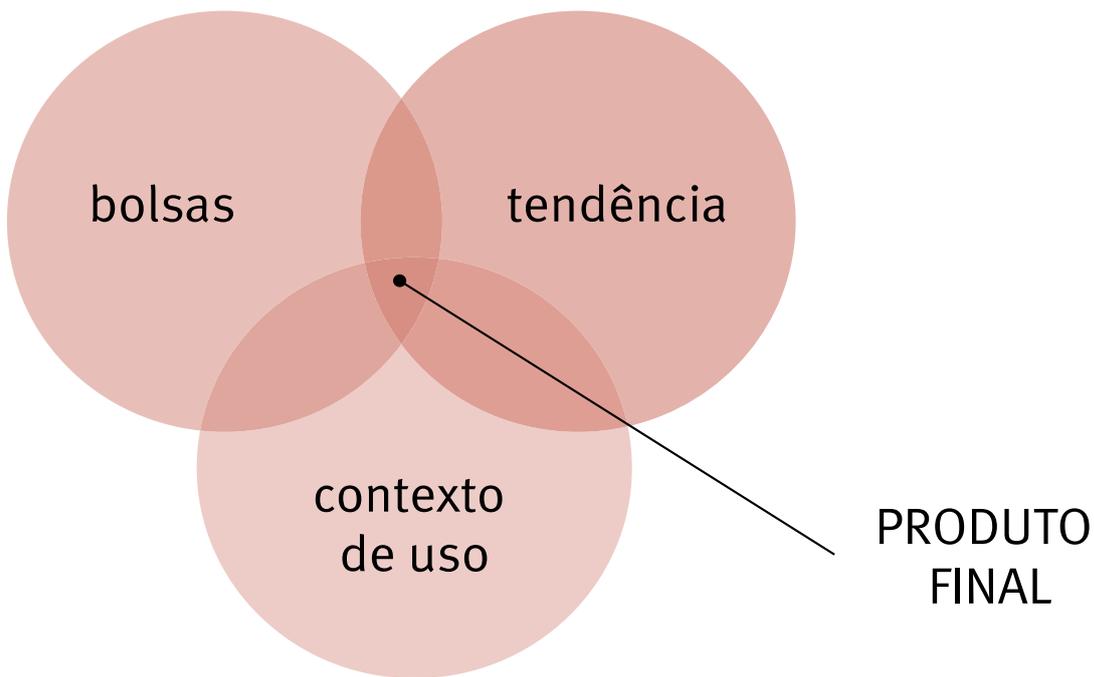
Este projeto consiste em elaborar uma linha de três bolsas femininas com base nas tendências ditas pelos grandes nomes da moda para os anos de 2015/16, e também adequar os produtos à realidade, consumo e comportamento do público-alvo no período vigente, de forma a tornar viável o consumo do produto do projeto.

Considerando a familiaridade da dupla com o desenvolvimento de bolsas, além do conhecimento adquirido em disciplinas anteriores corroboraram para a realização desse projeto, que tem como **objetivo geral**: desenvolver uma linha de bolsas femininas como produto de moda respeitando as tendências para 2015.

Para tanto foi definida uma série de **objetivos específicos**, que quando cumpridos resultarão no produto final do projeto. São eles:

- I) identificar as macrotendências de moda dos próximos anos;
- II) adequar os produtos a uma tendência de moda;

- III) estudar referências para desenvolver o estilo do produto;
- IV) entender o processo de modelagem e confecção de bolsas;
- V) propor materiais para a confecção das bolsas;
- VI) entender o contexto de uso e as exigências do público-alvo e
- VII) estudar o *fast fashion* como possível sistema mercadológico para venda dos produtos.



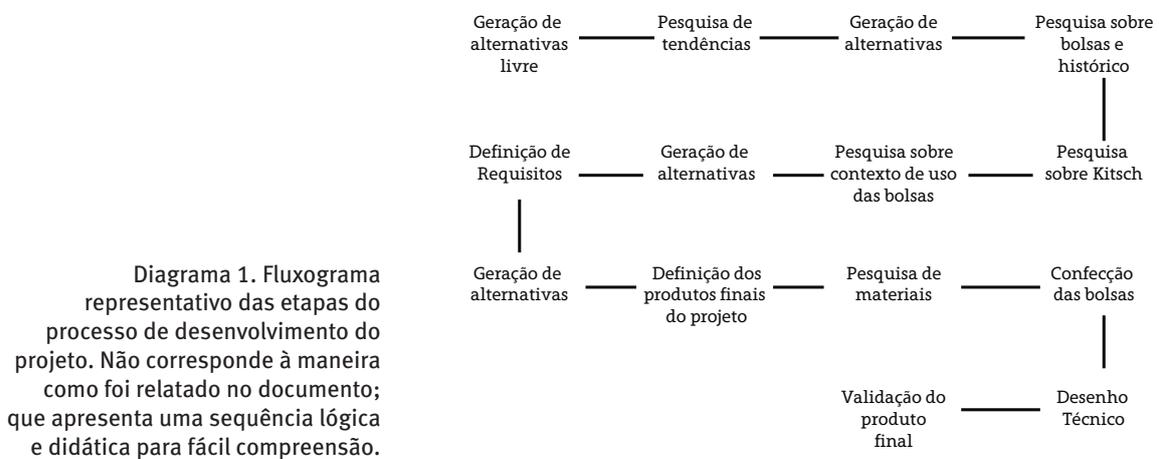
Para facilitar o entendimento, o projeto foi dividido em três frentes, que quando unidas resultarão no produto final do projeto. São elas: bolsa, tendência e público-alvo, como mostrado na Figura 1.

A primeira frente, “Bolsa”, se trata do estudo aprofundado sobre os diferentes tipos encontrados no mercado, assim como sua função na história e a definição do tipo ideal para o público-alvo do projeto. Já a frente “Tendência”, faz referência às previsões e especulações propostas por estudiosos, com base em pesquisas previamente realizadas quanto às cores, formatos, estilos, acessórios, tecidos e estampas que serão vigência futuramente. Por último, a frente “Contexto de Uso” diz respeito à relação entre o sistema de mercadológico escolhido para o projeto e os possíveis consumidores do produto.

Figura 1. Diagrama representativo das três frentes que direcionam o projeto: Bolsa, Tendência e Público-Alvo.

ESTRUTURA DO RELATÓRIO

Este relatório foi estruturado seguindo a categorização do projeto apresentado no capítulo anterior, ou seja, a partir dos grupos bolsa, tendência e público-alvo. O conteúdo que será apresentado neste relatório obedece uma sequência lógica didática que não corresponde à maneira como o projeto foi executado, pois o processo de *design* utilizado no desenvolvimento desse projeto segue uma linha aleatória seguindo as necessidades apresentadas a partir de cada requisito definido.



A primeira etapa do projeto foi o estudo e compreensão da frente bolsa. Foi feito um levantamento de imagens para se compreender a nomenclatura e as características dos diferentes tipos de bolsas, sacolas e embalagens disponíveis no mercado. Em seguida, outro levantamento foi feito, dessa vez coletando imagens das bolsas mais famosas da história. Em seguida, foi realizado um estudo dos componentes de uma bolsa por meio de uma ferramenta chamada Arquitetura do Produto. Ao final das etapas, requisitos foram definidos.

Terminado o estudo da frente bolsa, passou-se para a frente contexto de uso, em que foi definido um sistema mercadológico e de produção para guiar a comercialização da linha de bolsas, o *fast fashion*. Além disso, definiu-se um grupo de possíveis consumidores do produto — leitoras de blogs de moda —, e a partir dessa escolha, foram feitas análises de blogs de moda brasileiros mais acessados pelo público-alvo definido para o projeto. Para complementar esse estudo, foi feito um levantamento de

imagens para a construção de painéis de estilo de vida do consumidor, a partir do qual foram definidos requisitos para o projeto.

Na terceira frente de estudos foram analisadas as prováveis tendências de moda para o ano de 2015 apontadas por caçadores de tendências em sites especializados, com o intuito de se adequar os produtos do projeto em um contexto de consumo confiável, uma vez que o lançamento da linha de bolsas está previsto para o próximo ano de 2015. Além disso, pesquisas imagéticas foram realizadas em diferentes blogs e em sites como Pinterest, Behance, Google e Instagram com o objetivo de apontar indícios que caracterizassem uma nova tendência e, assim, tentar prospectar suas características. Essa pesquisa foi bastante ampla, abrangendo diferentes áreas de atuação, como moda, *design* gráfico, artes, fotografia e conteúdo audiovisual. Em seguida, passou-se para o estudo mais pontual de algumas tendências, percebendo suas características e, assim, definir uma tendência a ser seguida. Paralelamente a esse estudo, foram geradas alternativas livres de bolsas e de estampas, assim como ferragens e elementos decorativos. No entanto, uma vez definida a tendência a ser seguida, uma nova geração de alternativas foi feita, mas dessa vez mais embasada teoricamente. Para finalizar o estudo dessa frente, diferentes painéis de imagens foram confeccionados mostrando o estilo de vida, os objetos ícone e os materiais, acabamentos e cores recorrentes na tendência escolhida a fim de compreender os elementos que os caracterizam como tal.

Depois de finalizada a análise documental e a pesquisa bibliográfica das frentes bolsa, contexto de uso e tendência, fez-se uma geração de alternativas final atentando para todos os requisitos gerados. Depois disso, foram escolhidas as quatro bolsas que compõem a linha por meio de uma Matriz de Avaliação de Alternativas e passou-se para a etapa de Confecção, que aqui se refere à escolha e compra de materiais, modelagem e costura das bolsas.

Ao final dessas etapas, desenvolveram-se três bolsas femininas com base em uma tendência de moda para os anos de 2015, levando-se em conta as preferências do possível consumidor e as características da tendência escolhida.

LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

1. FRENTE BOLSA

Para dar embasamento teórico ao projeto, três diferentes frentes de pesquisa foram estudadas: Bolsa, Tendência e Público-alvo. A primeira a ser apresentada, Bolsa, traz um apanhado geral de sua definição, assim como o histórico da bolsa na sociedade e a sua importância para os dias atuais.

1.1. O QUE É BOLSA?

Segundo o dicionário Michaelis, bolsa “é um recipiente de pano, couro ou matéria plástica, cuja boca possui, às vezes, um sistema qualquer de fechamento, como zíper, botões, etc. Há modelos especiais para viagens, compras, ferramentas, caça, etc.”. Essa definição faz referência à descrição do objeto, ressaltando seus materiais e seus componentes, diferentemente da definição do dicionário Aurélio. Para este, a bolsa é definida a partir da sua função, “um saco destinado a guardar ou proteger determinado objeto”.

Partindo da análise dos dois conceitos, levou-se em consideração que o produto final deste projeto deverá ser “um recipiente de determinado material que poderá ou não ser fechado e que deverá ser capaz de guardar ou proteger um ou mais objetos”.

Esse estudo inicial serviu para destacar quais particularidades caracterizam uma bolsa e assim, listá-los como requisitos conceituais a serem cumpridos na etapa de Geração de Alternativas.

1.2. TIPOS DE BOLSAS

Depois de entendido o conceito do objeto, viu-se a necessidade de estudar os diferentes tipos de bolsas que são comercializados atualmente. Este estudo aprofundado permitiu compreender as características de cada bolsa e empregar o conhecimento adquirido no desenvolvimento



Figura 2: O livro Cinquenta bolsas que mudaram o mundo, do Design Museum, apresenta, como o nome diz, as cinquenta bolsas que mais se destacaram no mundo da moda e no *design*.

do projeto e possível definição dos modelos.

1.2.1. ALFORJE



Figura 3: Típico modelo de bolsa alforje atual

O alforje é um saco de couro que pode ser usado tanto na cintura e nos ombros quanto em selas de animais. Dada da Idade Média, esse tipo de bolsa de couro era bastante utilizada por homens para carregar alimentos e dinheiro. Era comum o seu uso associado a um galho ou bastão apoiado ao ombro, facilitando o carregamento.

Nos dias atuais, o alforje permanece sendo utilizado preso a uma sela para transporte de objetos em animais, como cavalo e jegue, ou em bicicletas e motocicletas, usualmente presos ao assento, como mostra a Figura 4. Segundo o livro **Cinquenta bolsas que mudaram o mundo**, do Design Museum, vide Figura 2 já apresentada, apesar do seu *status* de ícone na história do Oeste Americano, o alforje teve pouca influência sobre as bolsas modernas. A exceção foi a reinterpretação bem-humorada da bolsa por John Galliano, ex-diretor criativo da marca Christian Dior, transformando o logotipo clássico da marca, o “D”, em estribos, vide Figura 5.



Figura 4: Típica bolsa alforje para sela de cavalaria



Figura 5: Bolsa alforje da Maison Christian Dior por John Galliano

1.2.2. MALETA DE MÉDICO



Figura 6: Modelo típico da maleta de médico por Louis Vuitton



Figura 7: Bolsa maleta de médico original



Figura 8: Modelo Speedy da marca Louis Vuitton

A maleta de médico é um tipo de bolsa utilizada por médicos para fazer visitas em casa, quando seus serviços eram requisitados a domicílio. Como todos os utensílios médicos precisavam caber na maleta, esse tipo de bolsa precisava ser grande, bem estruturada e com diversos espaços internos. Além disso, a sua resistência era fundamental, uma vez precisava ser forte o suficiente para aguentar viagens em carroças e o manuseio em atendimentos médicos, a exemplo da Figura 7.

Inspirada em valises e malas de viagem do final da era vitoriana, elas eram fabricadas com resistentes estruturas internas, couro rígido e ferragens em latão. Sua abertura era no topo para permitir a visualização de todo o conteúdo interno.

A renomada marca Louis Vuitton, que teve sua fundação em 1854 por um fabricante de malas, lançou seu modelo Speedy em 1965 a pedido da atriz Audrey Hepburn, vide Figura 8. A bolsa criada tornou-se um dos modelos mais cobiçados e saturados no mercado, e hoje é ícone da label francesa.

1.2.3. BOLSA-MOCHILA



Figura 9: Modelo típico comercializado atualmente de mochila



Figura 10: Bolsa-mochila primitiva

A mochila é um dos tipos de bolsa mais antigos que se tem notícia, a Figura 10 ilustra um desses modelos. Usada pelos nômades, tinham como principal função carregar objetos nas costas para deixar livres as mãos enquanto caminhavam pelas florestas em busca de caça. Alguns anos mais tarde, a mochila passou a ser um item militar básico, imprescindível àqueles que precisavam caminhar longas distâncias ou carregar bastante peso, como estudantes.

Na década de 1980, a mochila ganhou nova roupagem e tornou-se símbolo da juventude. A Prada lançou em 1985 sua mochila de *nylon* preto e obteve bastante aceitação do público. A mochila, vide Figura 11 ao lado, tornou-se um modelo icônico na época, influenciando uma geração inteira de variações e, conseqüentemente, imitações.



Figura 11: Bolsa-mochila da Prada lançada em 1985

1.2.4. PASTA ESCOLAR (*SATCHEL*)



Figura 12: Exemplo de pasta comercializada atualmente

A pasta é um modelo muito antigo, tendo sua origem provável inspirada na bolsa de caçadores do período medieval, uma vez que seu nome original, *satchel*, significa pequena bolsa.

As bolsas *satchel* foram bastante difundidas na Grã-Bretanha no ano de 1950, por fazerem parte do uniforme das escolas tradicionais no período, como mostra a Figura 13, à direita. Anos mais tarde, a pasta básica escolar tornou-se antiquada, sendo substituída por uma variação mais moderna, a bolsa carteiro.



Figura 13: Bolsa *satchel* original do ano de 1950

A forma e os materiais da pasta escolar serviram de inspiração para diversas bolsas atuais, desde a bolsa masculina do final dos anos 1990 até a mochila feminina de 2010. Hoje em dia é comum vermos diferentes tipos de bolsas utilizarem os elementos mais marcantes das *satchels* como couro macio, aba com fivela, alça a tiracolo e demais ferragens.

As bolsas *satchel* voltaram com tudo quando a marca tradicional Cambridge Satchel Company decidiu repaginar as bolsas, apostando no uso de diferentes cores e estampas, como apresentado na Figura 14.



Figura 14: Bolsa *satchel* da marca Cambridge Satchel Company

1.2.5. BOLSA CARTEIRO



Figura 16: Bolsa Alexa da marca Mulberry



Figura 15: Bolsa carteiro comercializada atualmente

Utilizada por mensageiros de São Francisco, as bolsas carteiro fizeram muito sucesso no ano de 1989 por facilitar a entrega de cartas à população. Na década seguinte, as bolsas carteiro migraram com rapidez para o mercado de moda, uma vez que os jovens aderiram ao interessante formato da bolsa, versatilidade de uso, *design* prático e tecidos resistentes, sendo a bolsa ideal para o dia a dia.



Figura 17: Bolsa carteiro com duas alças, uma mais alongada e uma menor, para permitir o seu carregamento em uma das mãos.

Em 2010, as bolsas carteiro se tornaram objeto de desejo entre os jovens com o lançamento da bolsa Alexa pela marca Mulberry. Sempre de olho em que pessoas influentes na moda estavam usando, a equipe criativa da Mulberry logo viu potencial no acessório que a apresentadora e *it girl* Alexa Chung estava usando em certa ocasião: uma bolsa carteiro masculina *vintage*. Com o intuito de homenageá-la com uma criação própria, a Mulberry lançou a bolsa carteiro Alexa, Figura 16, inspirada na tradição de selaria britânica mas inquestionavelmente uma bolsa urbana contemporânea.

1.2.6. BOLSA SACO (BUCKET BAG)



Figura 19: Bolsa saco primitiva usada para carregar moedas



Figura 18: Exemplo de bolsa saco comercializada atualmente

As bolsas saco têm sua origem há bastante tempo, remetendo à pré-história onde peças de couro eram amarra-

das em suas extremidades formando pequenos sacos para armazenar e transportar alimentos e outros objetos como moedas, conforme mostra a Figura 19. Durante séculos, este saco transformou-se, recebeu costuras, bordados, enfeites, e passou a ser confeccionado com os mais variados materiais, de couro a seda e tecidos de tapeçarias.

Em 1932, a marca Louis Vuitton produziu a Noe Bag a pedido de um produtor de champanhe francês, para que as mulheres pudessem carregar até 5 garrafas do espumante. A bolsa saco foi batizada de Noe Bag e tornou-se um ícone da moda na década de 1990. Anos mais tarde, já em 2013, a Louis Vuitton reeditou o modelo, que ao invés de apresentar a estampa clássica de monogramas, recebeu variadas cores.



Figura 20: A noe Bag da marca Louis Vuitton

1.2.7. BOLSA BAGUETTE



Figura 21: Imagem de bolsa Baguette que é comercializada atualmente

A bolsa Baguette foi criada em 1997 por Silvia Fendi e logo virou ícone da moda. Ela ganhou esse nome por possuir o mesmo tamanho e formato da Baguette, e por ser segurada da mesma forma em que os franceses carregavam o pão.

A bolsa Baguette, Figura 22, é considerada a primeira *it bag* da história. Depois que a personagem Carrie Bradshaw, interpretada por Sarah Jessica Parker na série *Sex and the City*, expressou sua paixão pela bolsa, ela se tornou ícone da noite para o dia e já teve mais de mil versões desde sua criação.



Figura 22: Primeira it bag da história, a bolsa Baguette da marca Fendi

1.2.8. CLUTCH



Figura 23: *Clutch* desenvolvida por Alexander McQueen



Figura 24: *Clutch* clássica da marca Hermès

Clutch é um tipo de bolsa de mão pequena e estruturada, geralmente sem alças ou com apenas um encaixe para os dedos. Sua origem é de 1930 e são muito associadas à Hermès, Figura 24, que começava a ganhar destaque com sua principal especialidade: as bolsas de couro. Muitas das invenções de Emile-Maurice, fundador da marca, vinham das necessidades de sua esposa, assim, foi criada a *clutch* para facilitar o armazenamento de pequenos objetos em eventos sociais.

Na primeira década do século XXI, Alexander McQueen revigorou as *clutches*. Em versões mais elaboradas, modernas e glamorosas, as pequenas bolsas de mão dominaram as passarelas e hoje são aposta mais que certa para os *looks* de festa.

1.2.9. BOLSA A TIRACOLO



Figura 26: Bolsa a tiracolo da marca Céline



Figura 25: Típica bolsa a tiracolo comercializada atualmente

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, na década de 1940, a mulher ganhou um novo papel na sociedade. O aumento significativo da mão-de-obra feminina demandou uma maior mobilidade e versatilidade por parte delas.

Assim, inspirada na mulher pós-guerra, Coco Chanel criou a bolsa a tiracolo Chanel 2.55, Figura 27.

A bolsa a tiracolo da Chanel é revolucionária em sua praticidade, permitindo que mulheres pudessem ficar com as mãos livres, oferecendo uma maior mobilidade para elas com suas alças ainda mais compridas. O modelo 2.55 é produzido até hoje, tornando-se sinônimo da marca Chanel e uma das bolsas mais desejadas mundialmente.

A popularização das bolsas a tiracolo se deu pela forte aceitação do modelo pelos hippies na década de 1960/1970.



Figura 27: Famosa bolsa a tiracolo 2.55 da Chanel

1.2.10. BOLSA DE COMPRAS OU TOTE



Figura 28: Bolsa Tote desenvolvida por Bonnie Cashin para Couch

Modelo de formato estreito e alongado com duas alças para facilitar o carregamento, essas são as bolsas de compras ou bolsas Tote. Criada em 1960 pela *designer* americana Bonnie Cashin, a bolsa de compras foi criada para atender as necessidades de mulheres trabalhadoras e ocupadas que ansiavam por uma bolsa prática, resistente e discreta para executar as tarefas diárias, vide figura 28. A bolsa de compras da Coach foi revolucionária, dada a ausência de uma estrutura de metal, característica incomum na época.

A compreensão dos diferentes tipos de bolsas e as suas principais características foi de extrema importância para limitar os modelos adequados ao objetivo do projeto. Assim, levando em consideração as conclusões das frentes contexto de uso e tendência, definiram-se os modelos saco e a tiracolo como o tipo ideal para o projeto.



Figura 29: Exemplo de bolsa Tote comercializada atualmente.



Figura 30: Famosa bolsa Tote da marca Céline

1.3. HISTÓRICO DAS BOLSAS

Devido ao número limitado de materiais de pesquisas acadêmicas relacionados ao tema, o levantamento histórico relacionado a bolsas foi, majoritariamente, feito pelo site do Sindicato da Indústria de Artefatos de Couro do Estado de São Paulo, o Sinacouro. O histórico remete desde os tempos mais remotos da pré-história até os dias atuais e tem como principal função entender a evolução das bolsas durante a história e compreender o seu relacionamento com o usuário.

Não existe registros na história de como teria sido a primeira bolsa, mas algumas referências foram representadas por povos primitivos em pinturas rupestres. Esses povos retratavam, por meio de símbolos, seus principais costumes, e em uma dessas pinturas em pedras foram encontradas imagens de figuras femininas com pequenas bolsas penduradas nos braços. Os grupos pré-históricos eram nômades e se deslocavam de acordo com a necessidade de encontrar alimentos e abrigos, desta forma, é de se esperar que tenham dado outra função ao couro que já servia como proteção do corpo: carregar e proteger suas caças.

Ainda no período antes de Cristo, por volta de 750 a. C., uma citação da Bíblia faz menção à bolsa, destacando a bolsa como acessório meramente feminino. “Naquele dia tirará o Senhor os seus enfeites: os anéis dos artelhos [...] as bolsas, os espelhos, as capinhas de linho e as tiaras.”

Anos mais tarde, no século V, veio a popularização das bolsas tipo alforje, sacos de couro que podiam ser usados tanto na cintura e nos ombros, quanto nas selas de animais. Esse tipo de bolsa era usado principalmente pelo público masculino para carregar alimentos e dinheiro, e quase sempre era amarrada a um galho ou bastão para facilitar o uso.

Durante a Idade Média as bolsas ganharam distinção quanto ao sexo. As bolsas masculinas eram maiores que as femininas e, geralmente, eram confeccionadas em couro, tecidos ornados com franjas, pingentes, bordados em fios de ouro, prata e pedrarias. Algumas bolsas chegavam a custar mais caro que o ouro da época e eram consi-

derados objeto de luxo.

Era possível encontrar os mais variados tipos de bolsa. As pochetes eram pequenas e chatas, presa à cintura. No século XV, essas bolsas continuavam a ser usadas presas ao cinto e ganharam a versão feminina, a *escarelle* que significa avarento, e as masculinas, bolso ou *pocket*, um modelo retangular e a esmoleiro, em forma de trapézio. Já as bolsas saco eram maiores e suspensas por cordões longos, muitas vezes chegando abaixo do joelho.

A prática medieval de dar esmolas deu origem a uma bolsa chamada *almoniere*, vide Figura 31, dada pelo clero a membros da Cruzada, para carregar moedas de ouro. Elas eram como pochetes, penduradas por cinturões à cintura e muitas vezes confeccionadas em seda, linho, veludo ou em couro. Ela foi usada predominantemente nas Cruzadas, perdurando durante o período Gótico e na Renascença.

No período da Baixa Idade Média, a demanda por bolsas cresceu em toda a Europa assim como o número de corporações de ofício especializadas em sua confecção. No século XVI surgiram os primeiros *pockets* (bolsos), como mostra a Figura 32, bolsos feitos em pares, ligados por fitas, para serem usadas sob anáguas, com o objetivo de carregar pertences pessoais femininos, como espelhos, saís de cheiro e leques. Com a popularização dos *pockets*, as roupas masculinas também ganharam mais bolsos e no caso das femininas, os bolsos ficaram cada vez maiores e mais profundos.

Com o passar dos anos, os *pockets* deixaram de ser confeccionados em linho, sarja e flanela e passaram a ser adornados com bordados e aplicações. Tornaram-se artigos luxuosos destinados carregar pertences pessoais e saíram do esconderijo das saias para serem expostas. Os bolsos não eram utilizados para carregar moedas, assim, surgiu a necessidade de criação de uma bolsa para esse objetivo, e que veio a ser a precursora da carteira. As carteiras, originárias do século XVIII, foram usadas por ambos os sexos para carregar dinheiro e documentos pessoais. Normalmente, eram confeccionadas em couro e seda.

No século XIX, surge o termo em inglês *handbag* para designar as bolsas de mão, inspiradas originalmente na bagagem de mão carregada por homens em suas viagens.



Figura 31: Bolsa Almoniere predominantemente usada presa ao cinto



Figura 32: Bolsa pocket em veludo



Figura 33: *Chatelaine*, bolsa difundida pela Alexandra, filha do rei da Dinamarca



Figura 34: Bolsa maleta da marca Louis Vuitton

Estas bolsas eram basicamente uma miniatura das bolsas de viagem e vinham com compartimento para as passagens de trem e chave e fechadura.

Popularizada por Alexandra, filha do rei da Dinamarca, em 1880, as *chatelaine*, conforme mostra a Figura 33, causaram um grande impacto na moda no final do século XIX. Essas bolsas eram vantajosas por permitir que as mulheres deixassem suas mãos livres, já que as bolsas eram penduradas na cintura por correntes. Enquanto andavam, as correntes faziam barulho, chamando a atenção para a cintura estreita das mulheres. As *chatelaine* tornaram-se sinônimo da mulher sedutora e independente. Este século também ficou marcado pela popularização das bolsas de malha de metal emolduradas com pedras preciosas e das bolsas de tapeçaria, com motivos bordados inspirados na literatura, cenas históricas e pinturas com cenas românticas da fauna e flora.

Com o início da industrialização, a facilidade de locomoção e aumento das exportações no século XX, um número variado de bolsas e malas passou a ser comercializado para suprir a demanda por bolsas mais versáteis, a exemplo da Figura 34. As bolsas tornaram-se um acessório indispensável, sendo necessário o lançamento de vários modelos a cada estação do ano, para ocasiões especiais e, até mesmo, para específicas horas do dia.

Durante esse período vários tipos de bolsas foram criados, como a bolsa de compras, que surgiu da participação ativa das mulheres nas necessidades diárias, como ir às compras e carregar os produtos adquiridos no mercado. As bolsas de viagens, que surgiram da disseminação dos automóveis e da facilidade das viagens de trens. E, por fim, as bolsas para noite, muitas vezes confeccionadas com tecido antigos e sobras de coletes bordados dos séculos anteriores.

Durante o período das duas grandes guerras mundiais, a escassez de matérias-primas fez com que o artesanato se desenvolvesse de forma promissora. Surgiram, assim, as bolsas confeccionadas com os mais variados materiais como tecidos, madeira, palha e o Bakelite, um plástico barato rígido e cintilante.

Nos anos 50, com o *baby boom*, — alto índice de nas-

cimento de crianças devido ao retorno dos homens da guerra — as mulheres tornaram-se mais caseiras e adotaram um estilo mais casual, refletindo a sua imagem de esposa e mulher exemplar. São dessa época as bolsas *box*, como mostra a Figura 35, práticas e estruturadas, confeccionadas em bambu nas armações e revestidas com couro de animais exóticos; e as bolsas bracelete, com alças pendendo sobre os punhos com dois aros e fecho.

Nas décadas seguintes, nos anos 60 e 70, o movimento *hippie*, com seu vestuário ecologicamente consciente, exerceu uma influência indiscutível na moda. Tudo o que remetesse a uma época mais simples era apreciado. Isso explicou a retomada de técnicas artesanais como o tricô, o crochê e o *patchwork*. Quanto à estrutura das bolsas, o bambu e o acrílico foram bastante utilizados. Durante esse período, as bolsas ganharam formatos distintos, variando entre formatos geométricos e formas de objetos de consumo do cotidiano.

A década de 80 foi a década das tribos. *Punks*, góticos, *new waves*, *rappers*, *heavy metals*, *skinheads*, coexistiram e influenciaram na criação de roupas e acessórios. Assim como a necessidade de autoafirmação entre os jovens de diferentes tribos, as mulheres também possuíam a sua necessidade: acessórios práticos para mulheres que trabalham fora. Resgatou-se de décadas passadas a bolsa sacola, acessório ideal para carregar objetos do cotidiano como agenda, calculadora, maquiagem, carteira, entre outros; a pasta executiva, que saiu do universo masculino para ser usada pela nova geração de mulheres executivas; e a mochila de *nylon*, que tornou-se popular concomitantemente a febre do corpo perfeito e o estilo *fitness*.

A moda dos anos 90 ficou marcada pelo minimalismo, a simplicidade levada ao extremo. As bolsas se tornaram clássicas, ganhando elementos atemporais e permanecendo na moda durante muito tempo. Com o avanço da tecnologia, as bolsas passaram a ter diversos compartimentos funcionais como porta-celular, porta-cartões e porta-chaves. Nesta década, os *designers* reconheceram o poder que os acessórios, principalmente as bolsas mantinham na concepção de um *look*, assim, as bolsas passaram a ser desenvolvidas com materiais distintos e os mo-



Figura 35: Exemplo de bolsa box popular na década de 1950

delos foram ficando cada vez mais diversificados.

No novo milênio, as bolsas tornaram-se maiores e passaram a ficar mais próximas ao corpo, devido ao sentimento de proteção e sobrevivência gerados pelas circunstâncias da modernidade. O mercado de bolsas se consolidou, transformando bolsas de estilistas renomados referência no mundo da moda. Assim, estilista se encontraram em situação de concorrência, sendo necessária a criação de duas bolsas para cada estação do ano (COX, 2007).

Podemos observar que a história das bolsas está estritamente relacionada a necessidade de se carregar pertences e com a ascensão profissional das mulheres no mercado de trabalho. Conforme deixavam de lado o papel de donas de casa e migravam para o mercado de trabalho, uma nova necessidade de levar consigo pertences que julgavam ser indispensáveis instaurou-se, fazendo com que as bolsas se tornassem a principal aliada para enfrentar o mundo moderno. A importância que este acessório alcança hoje no mundo da moda é condizente com o avanço da mulher emancipada no mercado de trabalho e hoje é símbolo de status e de poder essencialmente femininos (NEGRI, 2009).

1.4. ELEMENTOS BÁSICOS DE UMA BOLSA (ARQUITECTURA DO PRODUTO)

Para dar continuidade aos estudos, uma análise das partes de uma bolsa foi realizada com a intenção de listar seus principais componentes. Observou-se e analisou-se uma bolsa considerada padrão pela dupla, ou seja, uma bolsa que contém elementos básicos, sem elementos excessivos ou decorativos.



Figura 36: Componentes comuns de uma bolsa

Esta etapa foi importante para definir requisitos essenciais do produto, como por exemplo, existência de saco para armazenar pertences e alça regulável para adequar a diferentes biótipos.

2. FRENTE CONTEXTO DE USO

Neste capítulo serão abordados assuntos referentes ao contexto de uso do produto, ou seja, à relação entre o sistema mercadológico escolhido, que no caso é o *fast fashion*, e o público-alvo, que se refere aos possíveis consumidores do produto.

A análise documental se deu pela pesquisa das palavras-chave “fastfashion”, “zara”, “renner”, “forever21”, “h&m”, “riachuelo”, “c&a” e “topshop” sobre o tema *fast fashion* na internet, e “itgirl”, “blogsdemoda”, “blogueiras brasileiras”, “amantesdemoda”, “estudantesdemoda”, “consumidoresdefastfashion”, sobre o tema público-alvo, também na internet.

As considerações sobre os temas encontram-se a seguir:

2.1. FAST FASHION

Como explicado anteriormente, o projeto tem como diferencial o desenvolvimento de uma linha de produtos para uma nova marca de bolsas com base no conceito do *fast fashion*, que, segundo o boletim *Fast fashion como estratégia de mercado* do Sebrae, se refere a “um modelo industrial e mercadológico do varejo de moda que une o encurtamento do tempo de criação e produção com um sistema de distribuição eficiente e rápido”.

Já segundo Enrico Cietta, autor do livro *A Revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas*, “*fast fashion* é a moda que dura pouco, principalmente na vitrine. A loja se abastece de novidades semanalmente. Trabalham com estoque pequeno e muita diversidade de modelos, criando a sensação de que você precisa comprar a roupa já, porque ela vai acabar. E acaba mesmo”.

Para Sull e Turconi “o *fast fashion* é uma estratégia de varejo que adapta suas mercadorias de acordo com tendências emergentes e atuais tão rapidamente e eficazmente quanto possível” (2008, tradução por Stella Lisboa Sapper, na monografia *Fast fashion: evolução ou retrocesso?* editado).

Diante desses conceitos, definiu-se para o projeto que “*fast fashion* é um modelo mercadológico de produção rápida com base nas tendências de moda, em que os produtos têm um ciclo de vida curto, em que há mecanismos para propiciar a venda rápida e no qual há resposta imediata do consumidor no ato da compra. É um sistema no qual o consumidor tem fundamental participação, pois é ele quem determina os produtos que serão vendidos, por meio da lei de oferta e demanda”, ditos nossos.

Uma vez determinado como o conceito será abordado no projeto, é importante se conhecer as principais características desse sistema. Para isso, foi feita uma análise dos textos *Fast fashion como estratégia de mercado* e *Fast fashion no varejo*, ambos publicados pelo órgão Sebrae, e da monografia *Fast fashion: evolução ou retrocesso?*, de Stella Lisboa Sapper.

2.1.1. CARACTERÍSTICAS DO *FAST FASHION*

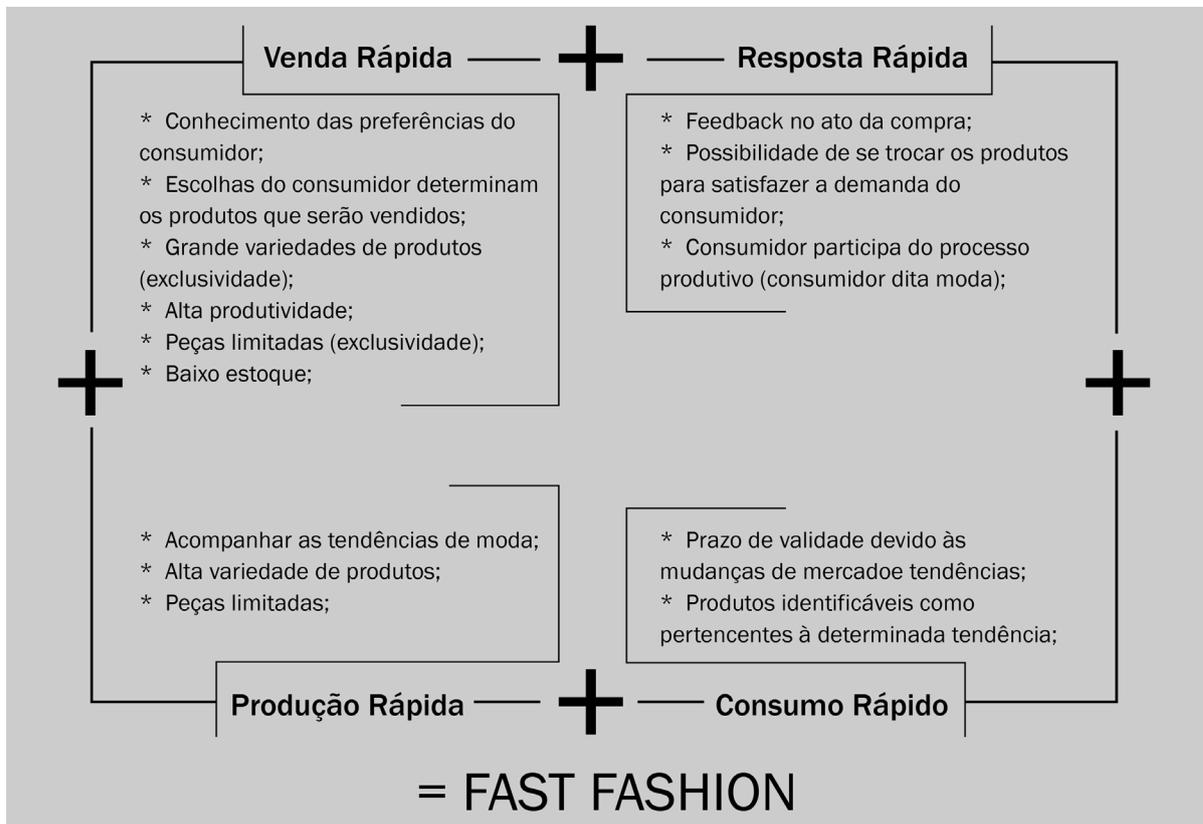
No *fast fashion*, o principal objetivo é a venda rápida das peças expostas, com base no conhecimento das preferências dos consumidores, definido por meio de mecanismos que registram e monitoram os clientes, para diminuir as chances de o produto não ser aceito no ponto de venda. Nesse sentido, o consumidor participa do processo produtivo, pois suas escolhas determinam que produtos serão vendidos, havendo a possibilidade de reposições diárias ou entre coleções para satisfazer suas necessidades. Isso garante menos risco, já que proporciona maiores chances de se ofertar produtos corretamente.

Além da venda rápida, Camuñas, vice-presidente da Zara, aponta duas características importantes do *fast fashion*: a quantidade limitada de peças expostas e a alta frequência de reabastecimento das lojas. Essas características levam os consumidores a frequentarem mais assiduamente as lojas, levando-os a efetuar a compra rapidamente, tanto pela variedade quanto pela baixa quantidade disponível, para não correr o risco de se estar vestida igual a outras pessoas, em relação à variedade, ou de ficar sem o produto, no caso de peças limitadas.

Outra particularidade do *fast fashion* é o curto ciclo

de vida do produto — fator estreitamente ligado às tendências de moda —, pois o produto só é demandado enquanto determinada tendência estiver em voga: quando a tendência estiver ultrapassada, o produto também estará. Ainda nesse raciocínio, as tendências de moda também influenciam na rotatividade de peças e na alta velocidade de produção, pois é preciso, no *fast fashion*, manter as lojas sempre abastecidas com novidades na quantidade adequada para influenciar o consumidor a efetuar a compra imediatamente.

Para se entender melhor as características desse sistema, foi elaborado um diagrama, o qual pode ser visto abaixo:



No entanto, os conhecimentos obtidos a partir do estudo do *fast fashion* e suas características só serão empregados em etapas posteriores às apresentadas neste relatório, ou seja, em etapas como de produção industrial e comercialização, já que a diplomação em Projeto de Produto compreende até o desenvolvimento de modelos e seus desenhos técnicos.

Figura 37: Diagrama apresenta a junção das características Venda Rápida, Resposta Rápida, Produção Rápida e Consumo Rápido como sendo a base do *Fast Fashion*.

2.2. PÚBLICO-ALVO

Como o destino da linha de bolsas é ser comercializado futuramente como produto de uma nova marca de bolsas, optou-se, como estratégia de mercado, por um público-alvo influente, que tenha características de formadores de opinião, mais especificamente que sejam ditadores e consumidores de moda.

Com estes requisitos, chegou-se no segmento de mercado: blogueiras de moda e seus leitores, que no âmbito geral são caracterizadas por consumirem variados produtos, terem vários seguidores, por serem um canal de comunicação entre empresa-consumidor e por terem *status* de celebridade, a ponto de criarem novas necessidades e objetos de desejo.

Portanto, para aprofundar mais o conhecimento sobre esse assunto, uma pesquisa foi feita na internet usando as palavras-chave “it girl”, “blogs de moda” e “blogueiras brasileiras”, além de uma observação *in loco* da inauguração da rede *fast fashion* Forever 21 no Shopping ParkShopping em Brasília, no dia 18 de outubro, para se chegar a um perfil de público-alvo.

Para se entender o porquê da escolha de blogueiras e seus leitores como possível público-alvo do projeto, é importante se entender algumas questões validativas.

Segundo a revista Galileu (2012), “algumas blogueiras têm milhões de visitantes únicos por dia. Os anunciantes procuram essas blogueiras em busca de um contato mais segmentado e direto com as consumidoras”. Ou seja, esse tipo de publicidade, feita por meio de resenhas escritas ou gravadas, têm um resultado mais efetivo do que outras formas de publicidade via internet.

Segundo Nino Carvalho, coordenador do MBA em Marketing Digital da FGV-RJ, “pesquisas mostram que 8 em cada 10 jovens com menos de 20 anos de idade não ‘cliquem’ em formas de mídia tradicional na internet, como *banners* ou *e-mails* com anúncio. Isso faz com que as empresas precisem buscar formas diferentes de divulgação e, imediatamente, elas se voltam para os blogs”. Diferentemente de outras formas de publicidade, no blog há uma identificação na linguagem e nos interesses do leitor com

o blogueiro — é como se o internauta recebesse a indicação de um amigo. “Ler ‘eu experimentei e achei bacana’ é um estímulo muito mais poderoso do que um anúncio em um site em forma de *banner*”, reitera.

Já segundo a matéria **Jovens fizeram de seus blogs e perfis nas redes sociais negócios milionários** (2014), publicado pelo Folha de S. Paulo, “blogueiras viraram veículos de comunicação e garotas-propaganda do próprio estilo de vida. São formadoras de opinião mais importantes que atrizes e *tops*”, diz Gabriel Campaner, dono de agência que administra 70 blogs. Isabel Humberg, sócia do OQVestir, loja virtual com 106 blogueiras, afirma que elas dão mais resultado que anúncios em revistas. “Vendemos 112 calças numa tarde, de R\$ 700,00 cada uma, após peça ser indicada em um blog”.

Por fim, pela literatura analisada, está comprovado o valor das blogueiras e do blog como canais de venda, e portanto, um meio potencial a ser explorado neste projeto.

Entretanto, para se conhecer as particularidades deste público-alvo (blogueiras de moda e seus leitores), foi feita uma análise dos cinco blogs de moda mais lidos no Brasil cujos leitores têm características condizentes com os requisitos do projeto, como consumir produtos da moda e acompanhar tendências de moda e comportamento. São eles: Depois dos Quinze, JustLia, Radioactive Unicorns, Serendipity e Não Provoque. Cada um desses blogs foi analisado no que tange acessos diários, estilo de vida da blogueira, faixa etária do leitor e estilo de vida do leitor.

Ao final, foram feitos painéis de estilo de vida do leitor para dar direcionamento ao projeto.

DEPOIS DOS QUINZE, DE BRUNA VIEIRA



Figura 38: Blog Depois dos Quinze, de Bruna Vieira, um dos mais acessados blog adolescentes do Brasil. Conteúdo: moda, comportamento, resenhas de produtos, cultura pop, literatura e outros.

JUSTLIA, DE LIA CAMARGO

Figura 39: Blog Just Lia, de Lia Camargo. Nele, a blogueira fala sobre moda, comportamento, produtos de beleza, filmes e animações.

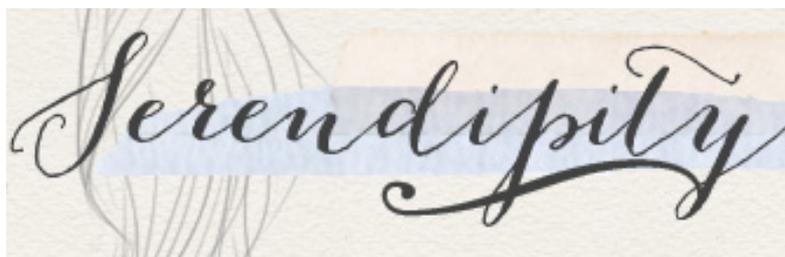


Figura 40: Radioactive Unicorns, de Giovana Ferrarezi. Blog sobre moda, comportamento, look do dia e outros.



RADIOACTIVE UNICORNS, DE GIOVANA FERRAREZI

Figura 41: Blog Serendipity, de Melina Souza. Blog sobre literatura, viagem, cotidiano e fotografia.



SERENDIPITY, DE MELINA SOUZA

Figura 42: Não Provoque, de Ana Paula Buzzo. Blog sobre moda, comportamento, cultura pop, viagens e intercâmbio.



NÃO PROVOQUE, DE PAULA BUZZO

A partir da leitura diária desses blogs pelo período de uma semana, principalmente de publicidades, que são as postagens patrocinadas, e dos comentários dos leitores, foi possível traçar um possível perfil de consumidor, perfil este que será apresentado a seguir em forma de um Painel de Estilo de Vida do Consumidor

2.3. PAINEL DE ESTILO DE VIDA DO CONSUMIDOR



Figura 43: Pannel de Estilo de Vida das blogueiras levantadas anteriormente e de suas leitoras, a partir de fotografias coletadas nos próprios blogs e nos perfis em redes sociais de suas leitoras.

As imagens contidas no painel acima são fotografias tiradas pelas blogueiras apresentadas anteriormente e por suas leitoras, configurando retrato fiel do estilo de vida desse público.

De posse das informações visuais contidas no painel e estudando o estilo de vida das leitoras e blogueiras citadas, é possível inferir que o público-alvo do projeto apresenta as seguintes características:

- é formado por seguidoras de blogueiras de moda e comportamento;
- está na faixa etária de 18 a 25 anos;
- gosta de estar bem vestidas;
- publica fotos em redes sociais;
- consome produtos indicados por blogueiras;
- acompanha as tendências de moda e comportamento;
- está sempre conectadas à internet;
- realiza compras *online*;
- frequenta redes de *fast fashion*;
- tem preferência por bolsas de passeio;
- experimenta novidades;
- influencia o consumo.

A listagem de características do público-alvo encerra o estudo da Frente Contexto de Uso. O capítulo seguinte abordará o assunto Tendência e seu contexto.

3. FRENTE TENDÊNCIA

Para se começar o estudo da frente Tendência, é preciso entender, primeiramente, qual o significado do termo em questão.

Segundo o Sebrae, tendência é “todo movimento social, espontâneo ou induzido, que aglutina um grupo significativo de pessoas em torno de comportamento ou características semelhantes, identificáveis numa série de tempo determinada”. No entanto, segundo Gilles Fouchard, autor do livro **La mode**, “a tendência se constrói pelo cruzamento de intuições, ideias, leituras, encontros, estilos de vida, habilidades e produtos insólitos, ou simplesmente ‘novos’, encontrados no planeta. Ela é o fruto de um processo intuitivo e interativo”. Portanto, conclui-se, para questões do projeto, que tendência aponta para aquilo que virá em seguida ou o próximo gosto, indica uma periódica convergência de escolhas que saem do individual para o coletivo.

Por outro lado, há o termo vigência, que, ao contrário de tendência, refere-se àquilo que se encontra em vigor, ou seja, em termos do projeto, quando uma tendência finalmente se estabelece.

3.1. TENDÊNCIA VIGENTE

Para se prospectar uma tendência, é preciso, primeiramente, se conhecer a tendência vigente. No período em que ocorreu o estudo desta frente para o projeto, o *hipster* era o estilo vigente na vestimenta, no *design*, na música, nos festivais, na moda, no comportamento e etc.

O termo *Hipster* refere-se a um grupo de pessoas com estilo próprio e que ditam moda, determinando novas tendências alternativas. O prefixo “hip” deriva do inglês usado desde 1940 para designar alguém “descolado”, geralmente jovens brancos e ricos que imitavam o estilo dos negros do *jazz*. No início do século, o termo surgiu para classificar pessoas de classe média que combinam peças de roupa de estilo moderno e *vintage*.

Para se entender este estilo, foi criado um painel de referências visuais mostrado na página seguinte.

3.1.1. PAINEL DE ESTILO DE VIDA HIPSTER

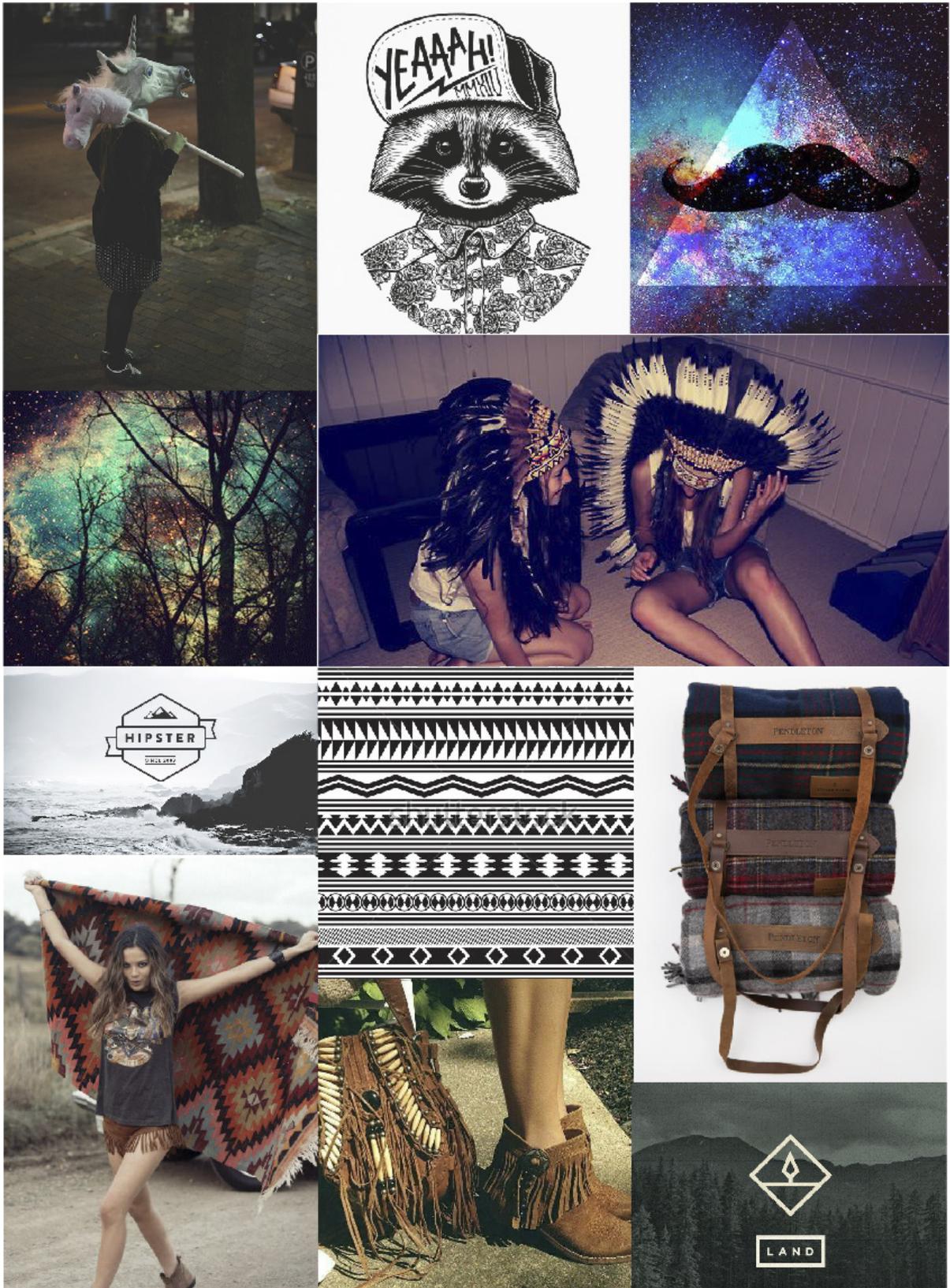


Figura 44: Painel de imagens referentes ao estilo *hipster*. Nota-se a ocorrência de símbolos ligados ao homem das montanhas, ao indígena americano, à apreciação da natureza, hemisfério norte etc.

Depois da análise de imagem referentes ao estilo *hipster* apresentadas no Painel de Estilo de Vida *Hipster*, foram listadas algumas características intrínsecas a ele, como:

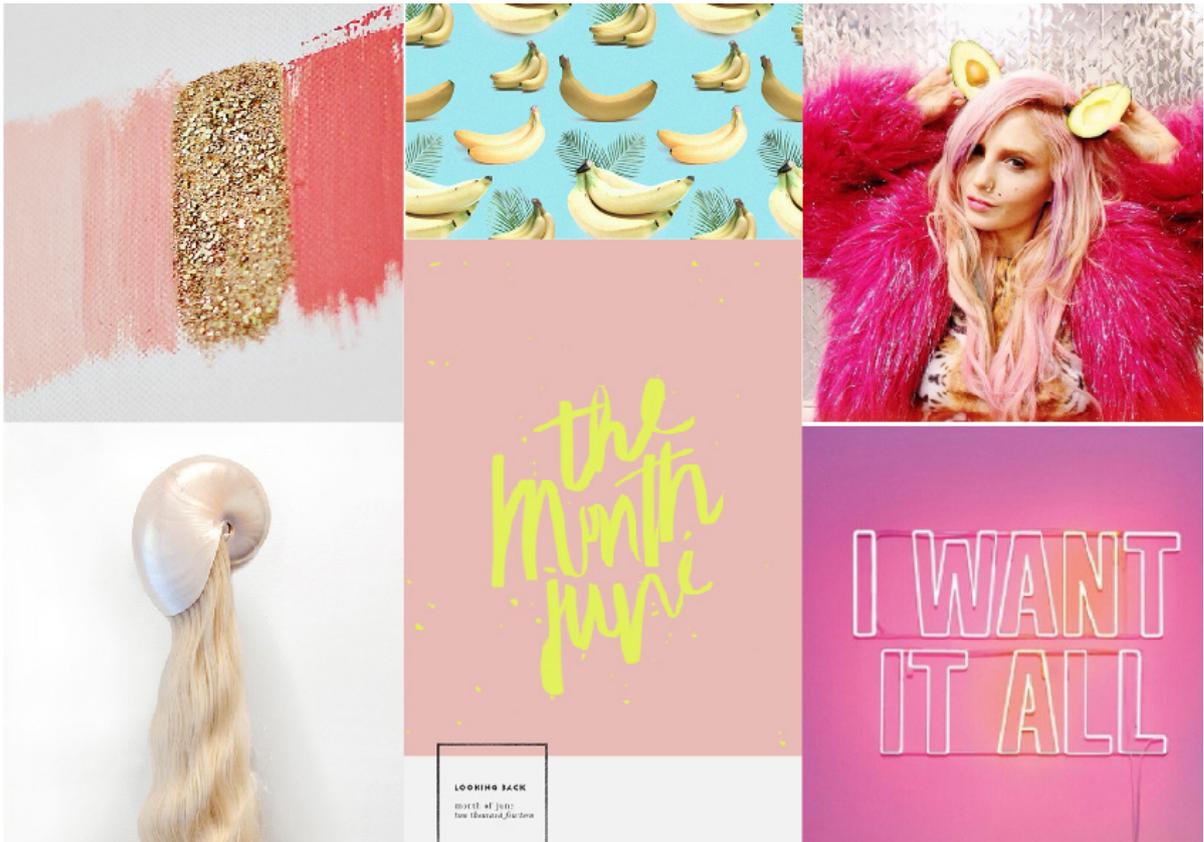
- Indicadores das estações outono-inverno e Hemisfério Norte;
- Remete ao contexto de festivais de música;
- Amplo uso de cores frias e terrosas;
- Ocorrência de geometrismo, principalmente o triângulo, nos *designs*;
- Ícones ligados à natureza como o urso, o veado, o lobo, o coiole, o unicórnio, o guaxinim, a lua, as galáxias, as nebulosas, o chifre, as galhadas e a neve;
- O homem das montanhas e seu contexto: o machado, a lenha, a caça, as armas, o cachimbo, a barba, o bigode, a lã, a flanela, o xadrez etc;
- O indígena americano e seu contexto: o cocar, as penas, o couro, a franja, os tecidos com estampas geométricas (navajo), o tribal etc.

No entanto, ainda na fase de pesquisa de tendência, começou-se a notar que o estilo *hipster* estava entrando em decadência, já que os *designs* e o comportamento das pessoas estava mudando, principalmente pela chegada da primavera-verão. Em grandes sites como o Behance, de *design*; o Pinterest, de fotografia; o Tumblr, também de fotografia e o Bloglovin, um *feed* de blogs, começavam aparecer características diferentes do *hipster* em seus *designs*. Nos produtos, ao invés de cores frias e terrosas, notou-se a presença de cores quentes, como o rosa, o laranja, o creme e o amarelo, além do preto, do dourado e do cintilante, todos em grandes blocos chapados. Ao invés de ícones como o veado, o chifre e o triângulo, vinham retângulos lineares, ilustrações botânicas e frutas tropicais.

Percebeu-se, então, por meio desses sinais sutis, que

estava acontecendo uma transição para uma outra tendência. E para se entender melhor as características desse novo estilo foram feitos painéis coletando imagens de várias procedências, a fim de se chegar a um resultado comum.

3.2. PAINÉIS DE TRANSIÇÃO DE TENDÊNCIA



Observando-se as Figuras 45 e 46, é possível observar a ocorrência de:

- indícios do duo primavera-verão;
- cores quentes, como o rosa, o amarelo, o laranja e o creme;
- uso de dourado, preto e cores cintilantes;
- imagens referentes à botânica: frutas tropicais, ilustração científica, cactos, suculentas etc;

Figura 45: Painel de imagens de várias procedências que alertam sobre a transição do *hipster* para um nova tendência.

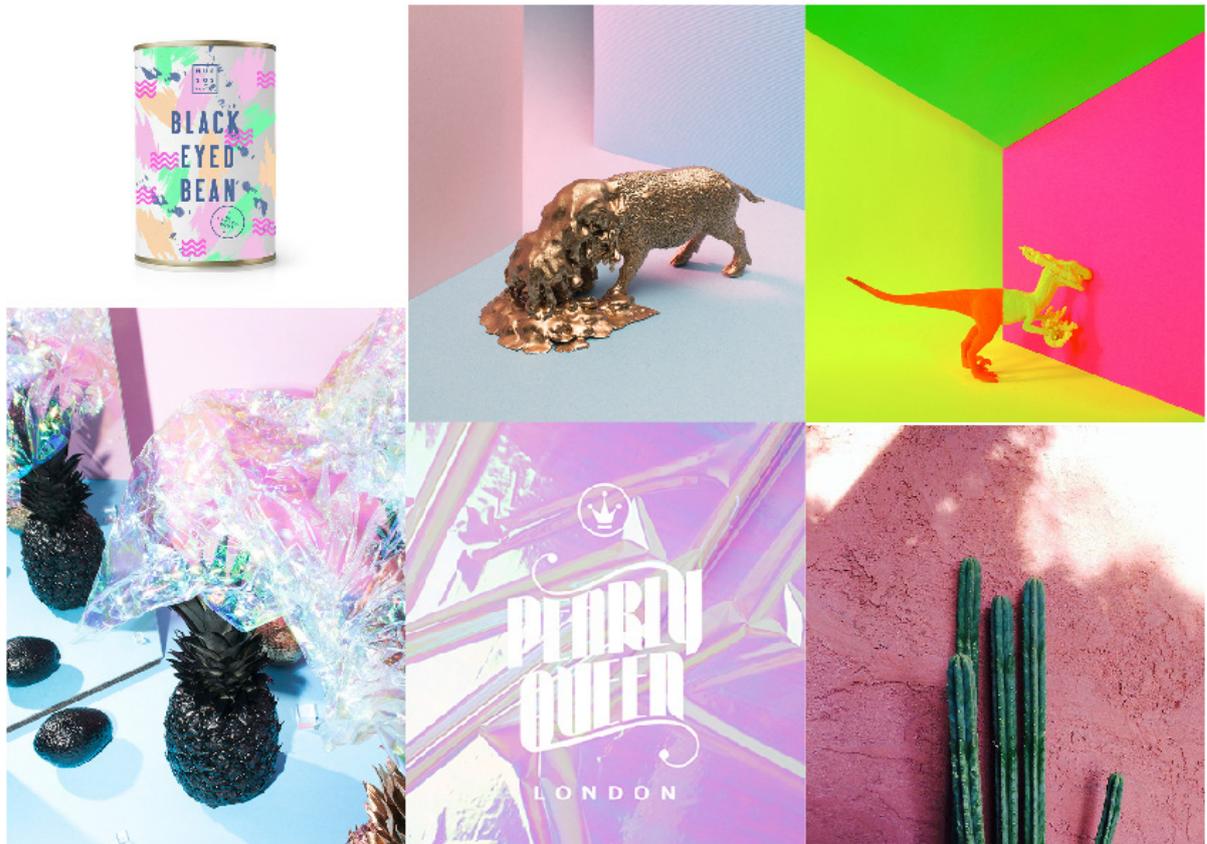


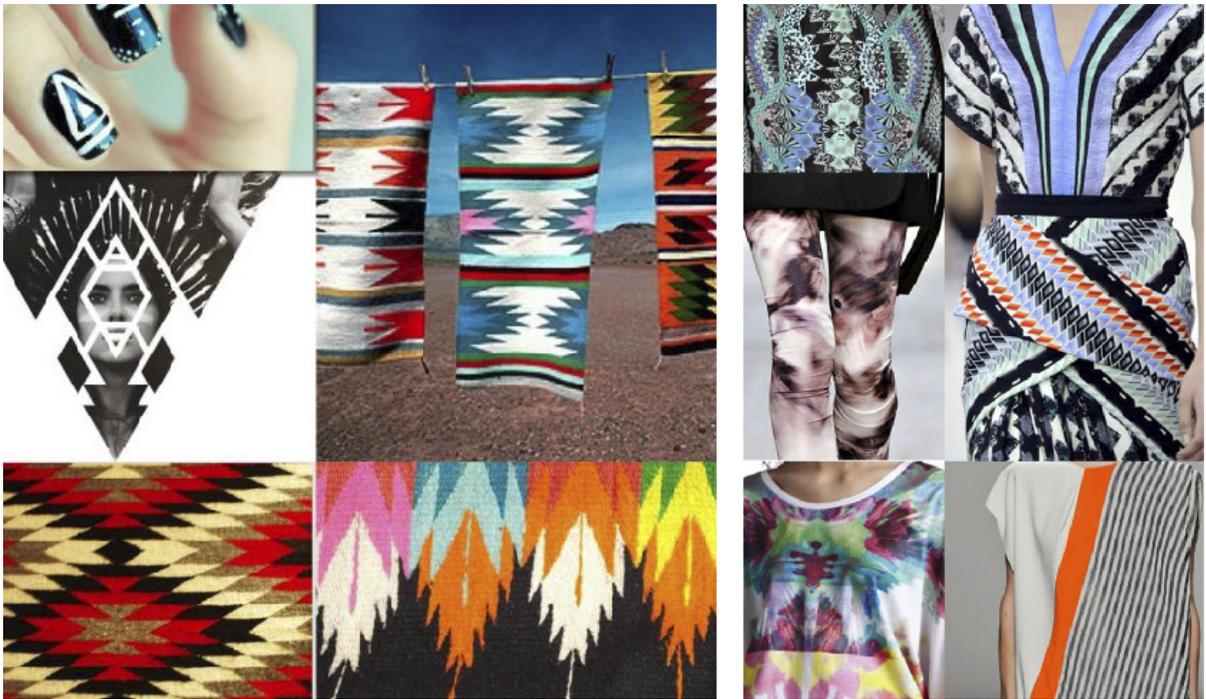
Figura 46: Sinais de várias procedências da chegada de uma nova tendência em lugar ao *hipster*.

- grandes blocos de cores chapadas;
- vivacidade, vibratibilidade e luminosidade.

A partir da observação de que uma nova tendência estava se estabelecendo, sentiu-se a necessidade de se conhecer o que se apostava como tendência para o ano de 2015 segundo prospecções feitas por estudiosos da área. Para isso, foi feita uma pesquisa em sites especializados como o TrendHunter, o Lenzing Colors, o TexTrend Colors, além das grandes redes sociais como Behance, Pinterest e Tumblr.

Das tendências apontadas, apostou-se em oito principais, por fazerem contraponto às características do *hipster*. Foram levantados painéis de cada uma delas, as quais podem ser vistas a seguir:

3.3. PAINEL 1: TRIBAL/NAVAJO E ESTAMPA DIGITAL



3.3.1. TRIBAL/NAVAJO

Diferentemente do *hipster*, o novo tribal apresenta cores quentes e saturadas, além de remeter aos grafismos comuns na vestimenta tradicional de povos de alguns países sul-americanos

3.3.2. ESTAMPA DIGITAL

Como mostrado na Figura 48 à direita, estampa digital é uma tendência caracterizada pelo amplo uso de imagens digitais para estampar os tecidos.

Figura 47 e Figura 48: A figura da esquerda é um painel de imagens do estilo tribal/navajo. Já a figura da direita mostra exemplos da possível tendência de impressão digital em tecidos.

3.4. PAINEL 2: GRAFISMOS GEOMÉTRICOS E TYE-DYE

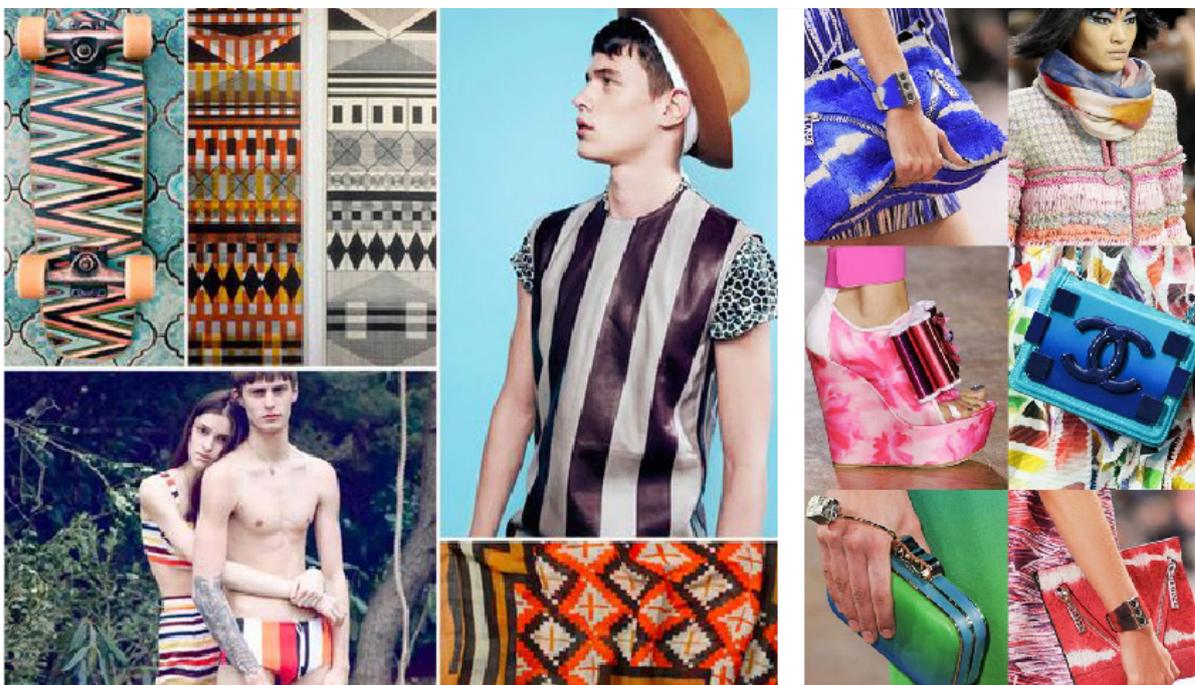


Figura 49 e Figura 50: a figura da esquerda é um painel de imagens do estilo onde há ocorrência de grafismos geométricos na estampa de tecidos. Já a figura da direita mostra exemplos da possível tendência da técnica *tye-dye* me diversos produtos de moda.

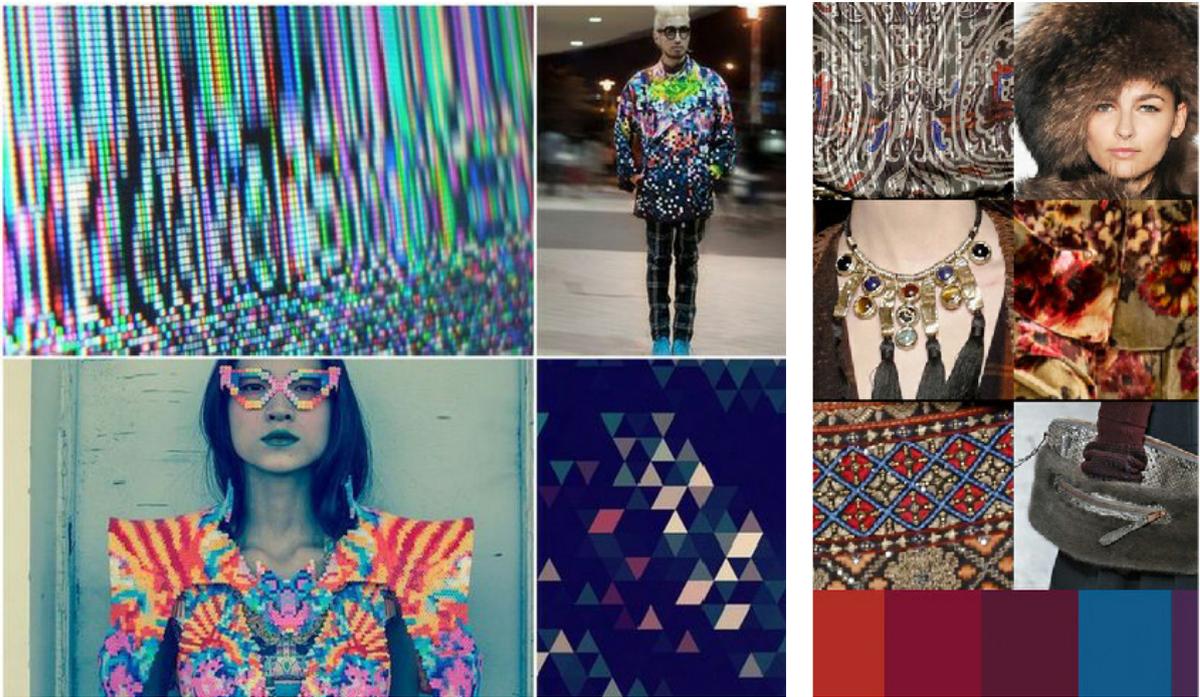
3.4.1. GRAFISMOS GEOMÉTRICOS

Uso de grafismos geométricos simples como listras horizontais e verticais, diagonais, *chevron* ou *zig-zag*, losangos, retângulos etc.

3.4.2. TYE-DYE

Ocorrência do *tye-dye* em variados produtos de moda, técnica artesanal de tingimento de tecido, em que a peça fica propositalmente com aspecto manchado.

3.5. PAINEL 3: PÍXEL E RÚSSIA



3.5.1. PÍXEL

Uso de cores vibrantes comumente usado na linguagem de computador e referência do píxel como elemento de estamparia.

3.5.2. RÚSSIA

Tendência que remete aos grafismos, cores, tecidos e cortes do vestuário, além do aspecto da arquitetura, do *design* e da arte de origem tradicional russa.

Figura 51 e Figura 52: a figura da esquerda é um painel de imagens da tendência Píxel. Já a figura da direita mostra exemplos da possível tendência de motivos russos.

3.6. PAINEL 4: TROPICAL KITSCH E ÁFRICA



Figura 53 e Figura 54: a figura da esquerda é um painel de imagens da tendência *Tropical Kitsch*. Já a figura da direita mostra exemplos da possível tendência de referência africana.

3.6.1. TROPICAL KITSCH

Tendência em que se observa o uso de cores quentes e saturadas, frutas, flores e demais elementos do imaginário tropical.

3.6.2. ÁFRICA

Tendência que explora estamparia e cortes da vestimenta africana, além de uso de cores terrosas e quentes, e grafismos geométricos.

Depois da análise desses painéis de possíveis tendências, onde se fez um comparativo com as características levantadas no Painéis de Transição de Tendência, escolheu-se o *Tropical Kitsch* como aposta para a principal tendência de 2015. Essa escolha se deu por ter sido observado nas imagens da Figura 53 características como cores saturadas, frutas tropicais, temática primavera-verão e grande blocos de cores chapadas, que também foram observadas nos painéis de transição da tendência.

4. KITSCH

Uma vez escolhida uma tendência como aposta para desenvolver o estilo do produto — escolha esta validada nas pesquisas anteriores —, é preciso se entender profundamente suas características. Para tanto, foi utilizado o livro **O Kitsch**, de Abraham Moles, o livro **Design Emocional**, de Donal A. Norman, e feitas pesquisas na internet em sites como Wikipédia e Enciclopédia Itaú Cultural para direcionar nessa conceituação.

Segundo Abraham Moles, o termo *kitsch* tem origem nos vocábulos alemães *kitschen* e *verkitschen*, que significam, respectivamente, “atrapalhar e, em particular, fazer móveis novos com velhos” e “trapacear, receptar, vender alguma coisa no lugar do que havia sido combinado”. A Enciclopédia Itaú Cultural complementa: “o termo kitsch é utilizado para designar o mau gosto artístico e produções consideradas de qualidade inferior. Aparece no vocabulário dos artistas e colecionadores de arte em Munique, em torno de 1860 e 1870, com base em *kitschen*, ‘atrapalhar’, e *verkitschen*, ‘trapacear’”. Nesse sentido, o *kitsch* já surge como um conceito pejorativo, uma negação ao autêntico.

Entretanto, o *kitsch* enquanto estilo — foco de estudo para o projeto — se popularizou na década de 1930, período ligado à ascensão da sociedade burguesa, aos avanços da industrialização e ao surgimento da chamada cultura de massa. Essa nova sociedade fútil e “segura de si mesma”, capaz de impor suas demandas ao mercado; ou como diz Moles, “capaz de impor suas colherinhas de café e pinças de açúcar nos desertos do México”, anseia em se fazer valer expressando exageradamente seus sentimentos e emoções com a ostentação de objetos de consumo. Por causa disso, nesse período, surgem as grandes lojas para se adequar à demanda dessa “sociedade que impõem normas à produção artística ditadas pela difusão e possibilidades de aquisição de produtos artísticos — de modo geral, reproduções e cópias — em função dos baixos preços”. Essas lojas ou “grandes magazines abrem as portas a partir da segunda metade do século XIX e dão vazão aos novos produtos que visam agradar a classe média: porcelana, bibelôs, estatuetas, souvenirs turísticos, *gadgets*,



Figura 55: Objeto *Kitsch* representando figura célebre.

miniaturas, imitações e réplicas de obras de arte, decoração de jardim, talismãs religiosos, figuras célebres, como mostra a Figura 55, colecionáveis e outros.”

No entanto, em termos do projeto, é importante saber quais características definem o objeto como *kitsch*. Segundo Christina Maria Pedrazza Sêga no texto *O Kitsch está cult* (2008), “de certa forma, pode-se considerar um objeto *kitsch* se ele apresentar uma ou mais das seguintes características:

- Imitação (de uma obra de arte ou de um outro objeto);
- Exagero (na linguagem visual ou na linguagem verbal);
- Ocupação do espaço errado (um carrinho de pedreiro usado como jardineira em um canteiro de jardim);
- Perda da função original (uma garrafa de vinho usada como castiçal)”.



Figura 56: Com pouco mérito artístico, os souvenirs são ricos em significado emocional por evocar lembranças. Além do sentimentalismo associado, outra característica importante para o *kitsch* é a distorção de dimensões retratada neste objeto.

Os produtos *kitsch* são geralmente confeccionados com materiais simulados: a madeira é pintada imitando o mármore; os objetos de zinco, bronzeados; as estátuas de bronze, por sua vez, douradas. A regra geral consiste em utilizar matéria-prima considerada inferior, por exemplo, gesso, cobre e zinco, dissimulando-a para que pareça nobre. Entretanto, a técnica da simulação combina-se nas produções *kitsch* com a ornamentação exagerada, com o uso de uma ampla paleta de cores e com a distorção das dimensões da figura em relação ao objeto representado; por exemplo, a Torre Eiffel em miniatura como ilustra a Figura 56. Nota-se ainda a tendência ao exagero e à acumulação de elementos numa só composição. Nesse sentido, a arte *kitsch* é essencialmente eclética, alimentando-se de elementos retirados de diferentes escolas e artistas.

Para entender melhor o *kitsch*, foram feitos diversos painéis de imagens com o intuito de retratar o estilo de vida, os objetos e os materiais recorrentes.

4.1. PAINEL DE ESTILO DE VIDA DO INDIVÍDUO *KITSCH*

Segundo Sêga, “em relação ao indivíduo *kitsch* na sociedade de consumo, ou seja, à ideologia presente no cotidiano do burguês, Moles (1975:44) considera que ao se fazer uso de objetos ou atitudes *kitsch* certos valores são revelados no indivíduo inserido nessa sociedade de massa ou de consumo, tais como:

- Segurança;
- Afirmação de si próprio;
- Sistema possessivo;
- *Gemütlichkeit* – conforto em sentir-se à vontade;
- Ritual de um estilo de vida.

Levando-se em conta essas características, foram pesquisadas as palavras-chave “*kitsch*”, “*vintage+kitsch*”, “*neokitsch*”, “estilo de vida *kitsch*” e “*kitsch+lifestyle*” em sites como Google Imagens, Tumblr, Pinterest e Behance, com o intuito de se construir um painel de imagens adequado em evocar o estilo de vida do indivíduo *kitsch* do início do século XX, o qual será apresentado a seguir.



Figura 57: Paineis que retratam o estilo de vida do indivíduo *kitsch*. Percebe-se a ostentação, o consumo exagerado, o conforto, o acúmulo de objetos etc.

Analisando o Painel de Estilo de Vida da página anterior é possível inferir que o indivíduo *kitsch* é caracterizado por:

- Excentricionismo;
- Exibicionismo;
- Ostentação;
- Consumo exagerado;
- Acúmulo de objetos;
- Ornamentação excessiva;
- Possessão;
- Rituais cotidianos;
- Romantismo e
- Sentimentalismo.

Estas palavras-chave serão consideradas na etapa de Geração de Alternativas para guiar o desenvolvimento dos produtos.

Uma vez entendido o estilo de vida do indivíduo *kitsch*, é importante conhecer as particularidades dos objetos do estilo. Para isso, foi elaborado um painel de referências visuais dos objetos-ícone do *kitsch*, o qual será apresenta-

4.2. PAINEL DE OBJETOS-ÍCONE DO KITSCH

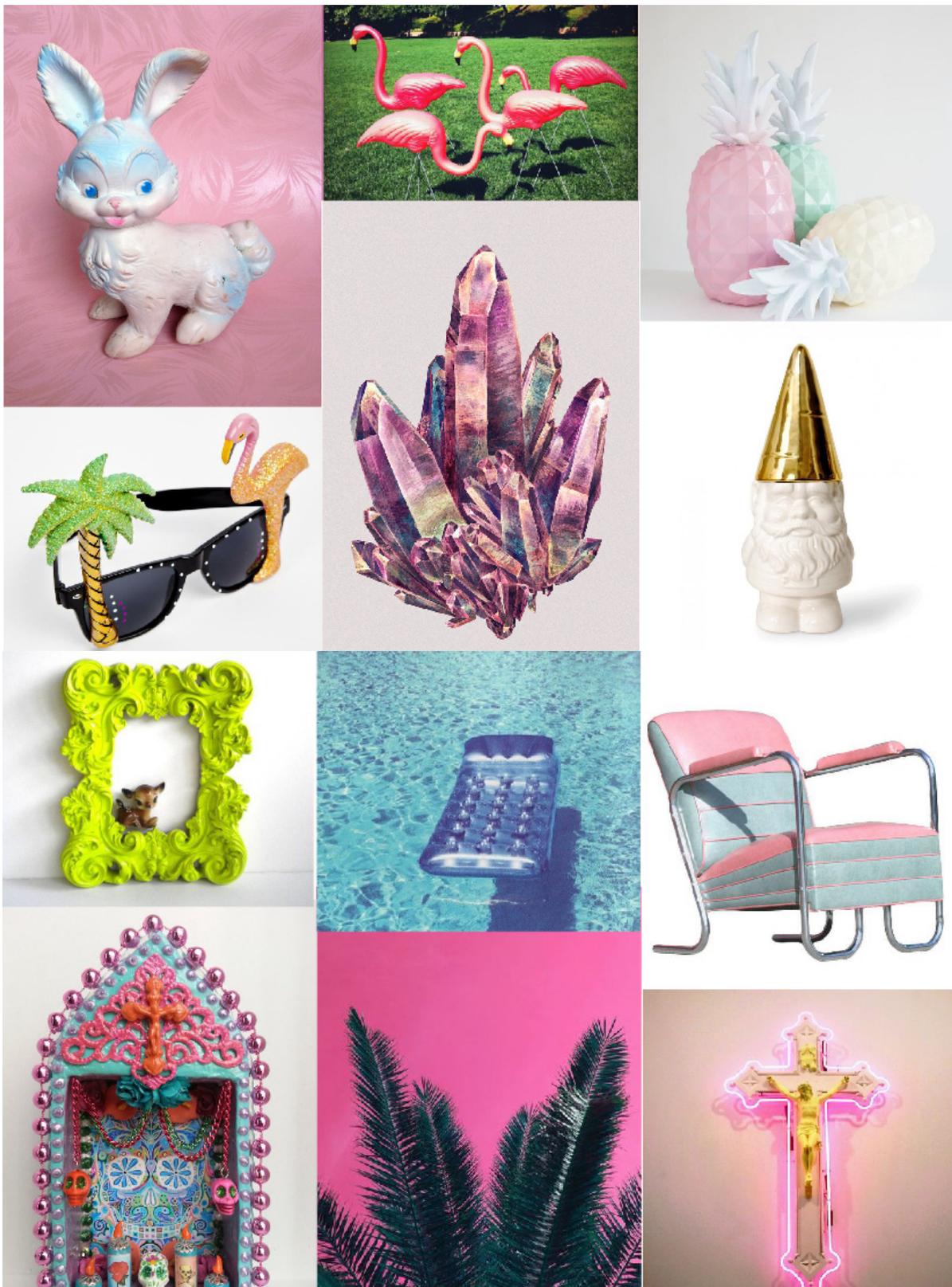


Figura 58: Painel de objetos-ícone *kitsch*. Percebem-se objetos de porcelana, decoração de jardim, objetos que remetem ao espaço externo, objetos religiosos, mobiliários extravagantes, frutas tropicais, ornamentação exagerada etc.

Analisando-se o Painel de objetos-ícone do *kitsch*, percebe-se a ocorrência de:

- Miniaturas, bibelôs e os suvenires turísticos
- Ornamentos de jardim, como o flamingo, o gnomo e o duende;
- Frutas tropicais, principalmente o abacaxi e o abacate.
- Objetos que remetem a festas externas: a piscina, a boia, o óculos escuro, o coquetel, as camisas floridas, o colar havaiano, o guarda-sol, o biquini, etc.
- Cristais, contas, miçangas, aplicações, etc.
- Molduras rebuscadas;
- Móveis com estofado sintético: poltronas de aeronaves, cadeiras de lanchonetes, sofás lúdicos, etc.
- Plantas do imaginário tropical: o coqueiro, a palmeira, as suculentas, os hibiscos, etc,
- A boneca Barbie e suas cores: rosa, amarelo e dourado.
- O filme *Barbarella* e o contexto de ficção científica.



Figura 59: A boneca Barbie, outro objeto-ícone do *kitsch*



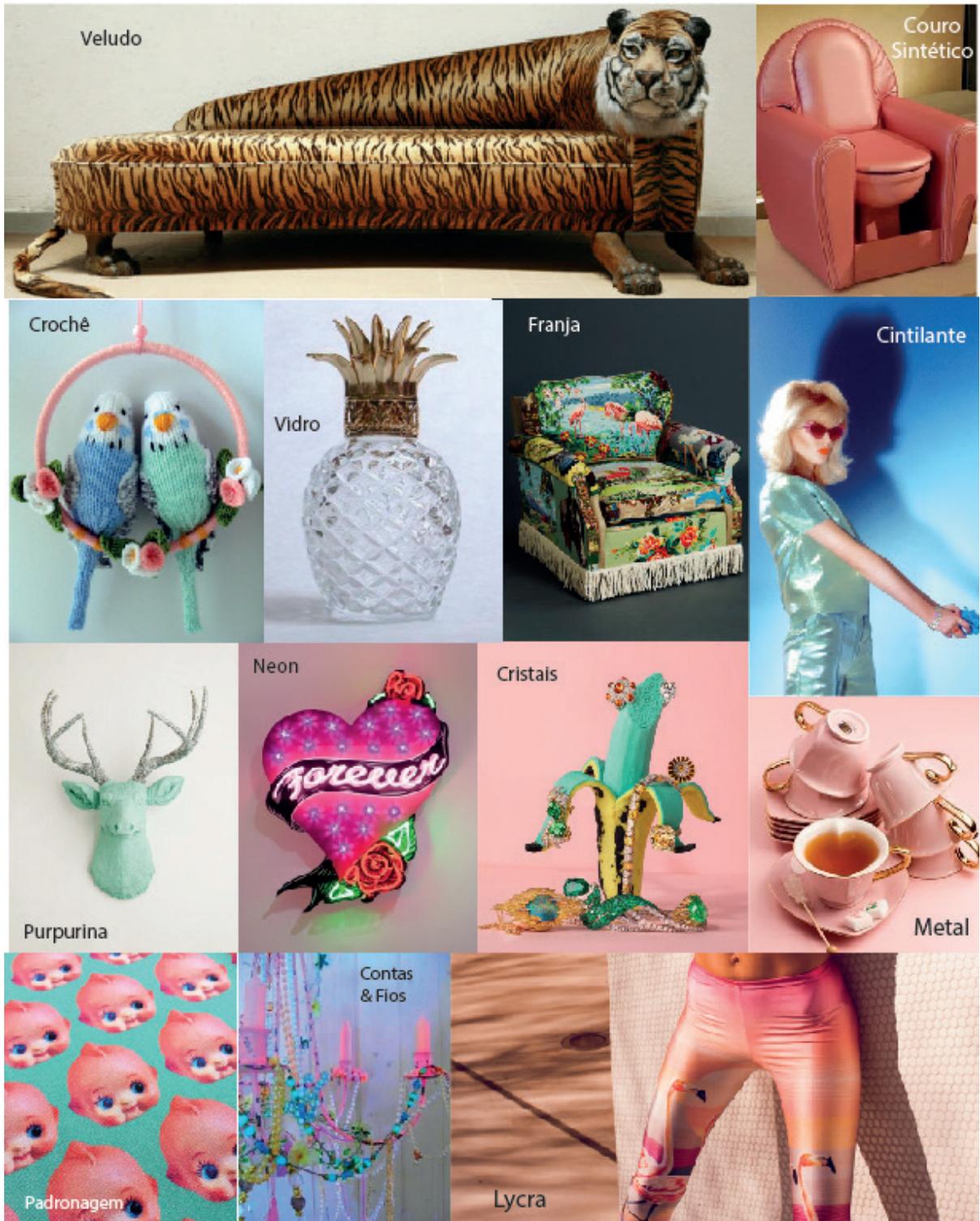
Figura 60: *Barbarella*, filme Sci-fi de 1968, estrelada por Jane Fonda, é carregado de características *kitsch*, principalmente a sexualidade exagerada.

4.3. PAINEL DE MATERIAIS DE OBJETOS KITSCH

Tendo compreendido os principais objetos que remetem ao *kitsch*, é importante se conhecer quais aspectos os atribuem como pertencentes a este estilo. Para isso, foram feitos painéis de imagens de objetos da época com enfoque nos materiais, nas formas, nas particularidades e em seus componentes

Figura 61: Painel com referências visuais de objetos *kitsch* em que se abordou diferentes tipos de materiais, formas e ornamentos.





Observando-se as imagens contidas nos painéis, percebe-se a ocorrência de:

- Objetos com aparência acetinada;

Figura 61: Painel em que são levantadas imagens referentes aos diferentes tipos de materiais, acabamentos e detalhes comuns nos objetos *kitsch*.

- Uso de cetim;
- Objetos com forma de animais;
- Pelúcia como estofamento;
- Amplo uso de materiais plásticos;
- Aparência perolada;
- Objetos com adereços exagerados;
- Objetos de porcelana;
- Objetos na forma de frutas;
- Babados diversos;
- Uso de correntes;
- Objetos lúdico-humorísticos;
- Objetos com detalhes metálicos;
- Uso de veludo;
- Uso de *lycra*;
- Objetos de crochê, tricô e macramê;
- Objetos de vidro;
- Estampas com motivos tropicais;
- Objetos coloridos;
- Amplo uso de couro sintético;
- Materiais cintilantes;
- Purpurina;

- Luzes e cores neon;
- Cristais;
- Padronagem;
- Franjas e borlas, e
- Contas, miçangas e ferragens;

A partir dessa análise, definiram-se algumas características como requisitos para o projeto, como: objetos com detalhes metálicos e materiais cintilantes; dada a importância para a identificação das bolsas desenvolvidas neste projeto como pertencentes ao estilo *kitsch*.

5. LISTAGEM GERAL DE REQUISITOS

Os requisitos listados a seguir são resultado do levantamento de dados das frentes Bolsa, Contexto de Uso e Tendência, e de suas conseqüentes análises, gerando requisitos a serem cumpridos na etapa de Geração de Alternativas. Os requisitos foram divididos em cinco categorias diferentes: Projetuais; Frente Bolsa; Contexto de Uso, que abrange *Fast Fashion* e Público-Alvo; Frente Tendência; *Kitsch*, o qual abrange Objetos *kitsch*.

5.1. PROJETUAIS

A primeira listagem de requisitos diz respeito aos objetivos do projeto, ou seja, aos fatores determinados ainda na etapa de proposta do projeto. São eles:

- Desenvolver uma linha de bolsas;
- Ser uma bolsa a tiracolo ou transversal;
- Seguir uma tendência de moda, no caso, o *kitsch*;
- Ter formato diferenciado;
- Utilizar acessórios diferenciados;
- Usar materiais diferenciados.

5.2. FRENTE BOLSA

Estes requisitos dizem respeito ao estudo referente à Frente Bolsa. São eles:

- Ter os componentes que caracterizam uma bolsa (saco, bolsos, forro, fecho, alças, base resistente e ferragens)

5.3. FRENTE CONTEXTO DE USO

Estes requisitos foram determinados a partir de todo o levantamento de dados da frente Contexto de Uso, ou seja, do estudo de *Fast Fashion* e Público-Alvo.

5.3.1. *FAST FASHION*

Não foram gerados requisitos de projeto do estudo de *fast fashion* porque dizem respeito ao processo de venda do produto, ou seja, uma etapa posterior ao objetivo geral deste projeto, que é o desenvolvimento de uma linha de bolsas.

5.3.2. PÚBLICO-ALVO

Requisitos gerados a partir da análise dos blogs de moda e de seus leitores, além dos Painéis de Estilo de Vida dos possíveis consumidores do produto:

- Seguir uma tendência;
- Ser transversal;
- Ter estilo correspondente à idade do público-alvo;
- Ser uma bolsa de passeio;
- Caber pertences básicos;
- Ser diferenciada;

5.4. FRENTE TENDÊNCIA

Diz respeito aos requisitos gerados a partir da análise referente à Frente Tendência:

Produtos devem manter identidade com as características da tendência escolhida, o *kitsch*, e estar de acordo com o contexto do ano de 2015.

5.5. *KITSCH*

São requisitos gerados a partir da análise da conceituação e do Painel de estilo de vida do indivíduo *kitsch*.

- Materiais simulados
- Apropriação de forma ou formato
- Cores saturadas e blocadas
- Estampas coloridas
- Excentricionismo;
- Exagero de ornamentos;

5.5.1. OBJETOS KITSCH

Os requisitos listados abaixo foram gerados a partir da análise de composição dos objetos *kitsch*. São eles:

- Objetos com aparência acetinada;
- Uso de cetim;
- Objetos com forma de animais ou frutas;
- Amplo uso de materiais plásticos;
- Aparência perolada;
- Objetos com adereços exagerados;
- Uso de correntes;
- Objetos com detalhes metálicos;
- Uso de veludo;
- Uso de *lycra*;
- Objetos de crochê, tricô e macramê;
- Objetos coloridos;
- Amplo uso de couro sintético;
- Materiais cintilantes;
- Franjas e borlas, e
- Contas, miçangas e ferragens;

Conhecendo-se os Requisitos do Projeto é possível passar para a próxima etapa, a Geração de alternativas, com metas claras a serem alcançadas.

6. GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

A geração de alternativas foi desenvolvida em duas etapas: uma livre e a outra embasada na teoria apresentada neste relatório. Na geração livre, não seguiu-se nenhuma das conclusões da pesquisa bibliográfica em seu desenvolvimento; o intuito foi explorar ao máximo o conceito de bolsa visualmente, tentando inovar no formato, na textura, na composição dos elementos, nos próprios elementos, no tamanho, no estilo e no material. Já a geração embasada foi feita a partir da observação dos Requisitos Gerais do Projeto listadas no capítulo anterior, levantadas a partir de todo o material estudado nas frentes Bolsa, Contexto de Uso e Tendência. O resultado são duas gerações com propostas bastante diferentes uma das outras em cerca de 80 alternativas.

As imagens a seguir mostram a primeira geração de alternativas, em que atentou-se em explorar ao máximo a bolsa como produto de moda.



Figura 62: Essas primeiras alternativas foram baseadas em um ornamento do período clássico. Tentou-se empregar o alto contraste e a organicidade nas alternativas. Há um grafismo tribal Navajo, que inspirou as alternativas da mostradas na Figura 63.

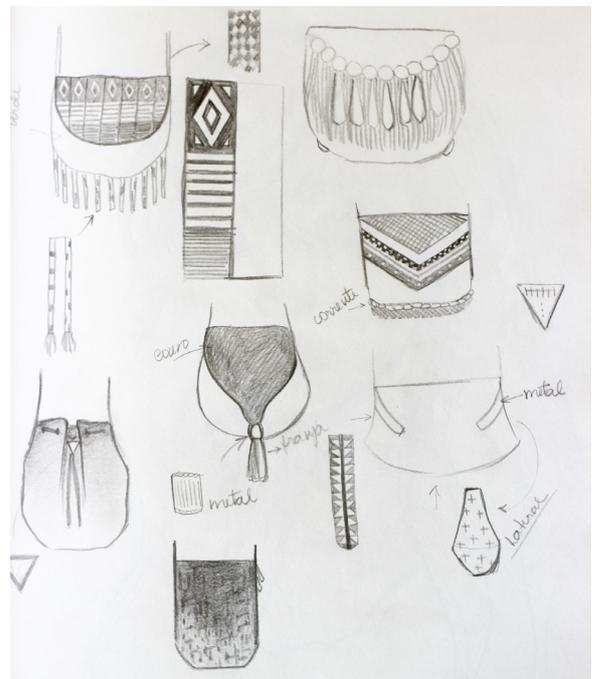


Figura 63: Nessas alternativas, tentou-se variar nos formatos das bolsas, como se pode ver nas opções a tiracolo com aba, a tiracolo sem alça, bolsa saco e bolsa com franjas. É possível notar semelhanças nessas alternativas que se assemelham com a tendência tribal do início do ano 2014.

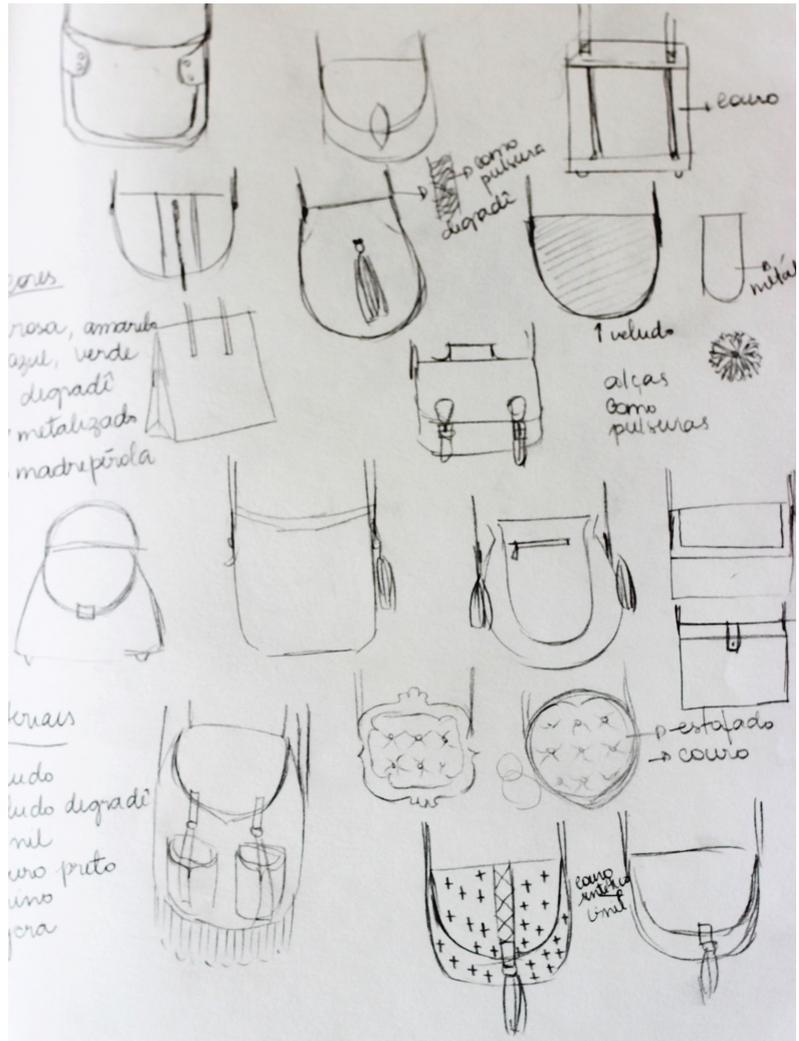


Figura 64: Alternativas geradas livremente, em que tentou-se explorar, sem limitações, formatos, acessórios, texturas, materiais e estilos.

Essa etapa de geração livre de alternativas foi muito importante para o projeto, pois nela tentou-se explorar opções distintas de formatos, estilos, materiais, acessórios e texturas diferenciadas, o que auxiliou numa próxima geração menos enraigada, mais ampla, mas, ainda assim, totalmente direcionada em expor características de estilo da tendência adotada, no caso desse projeto, o *Kitsch*.



Figura 65: Alternativas geradas a partir do conhecimento sobre kitsch apresentado neste relatório. Tentou-se explorar diferentes composições e arranjos.

A Figura 65 mostra as primeiras alternativas com base no conceito e características do *kitsch*. Percebem-se alternativas que exploram ícones do estilo como o abacaxi, a palmeira, as correntes, as franjas e os cristais.

As Figuras 66 e 67, na próxima página, apresentam cerca de trinta alternativas baseadas em referências visuais do *kitsch*.

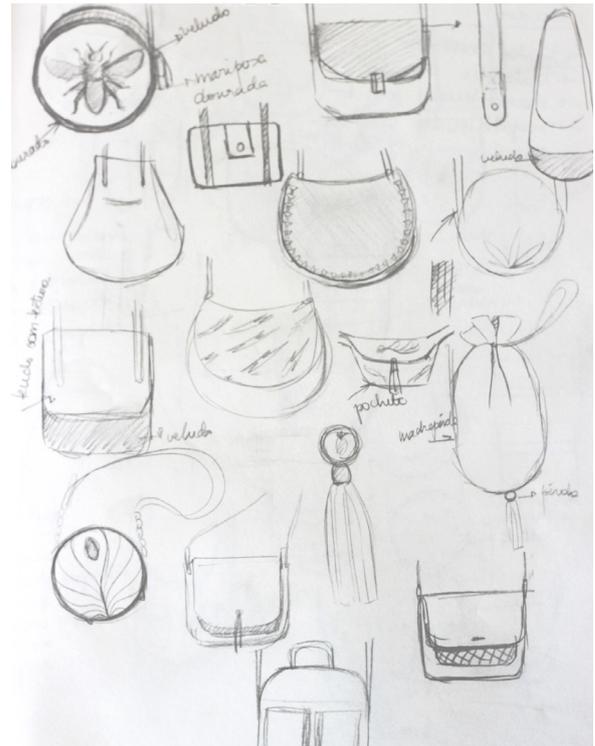


Figura 66 e 67: Estas alternativas foram geradas a partir dos requisitos obtidos na análise do painel de objetos-ícone do *kitsch* e do painel de materiais usados comumente em objetos do estilo.

As alternativas apresentadas nas Figuras 66 e 67 mostram bolsas mais condizentes com o *kitsch*, pois foram geradas com o objetivo de se alcançar os requisitos obtidos por meio da análise do Painel de Objetos-ícone do *kitsch* e do Painel de Materiais, ambos apresentados no capítulo 4.

Já a figura 68 mostra alternativas embasadas em composições e detalhamentos usados em sofás, pufes, poltronas e demais estofados comuns no *kitsch*. Foram abordadas técnicas como o matelassê, o bordado, a costura decorativa aparente, o acabamento de macarrões ou *piping* nas laterais, o aspecto de mobiliário de lanchonetes do início do século passado. Além dessas técnicas, foram exploradas várias formas de tecelagem, como o crochê, o macramê e o tricô.

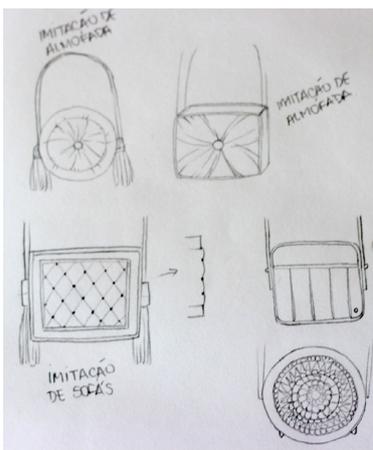


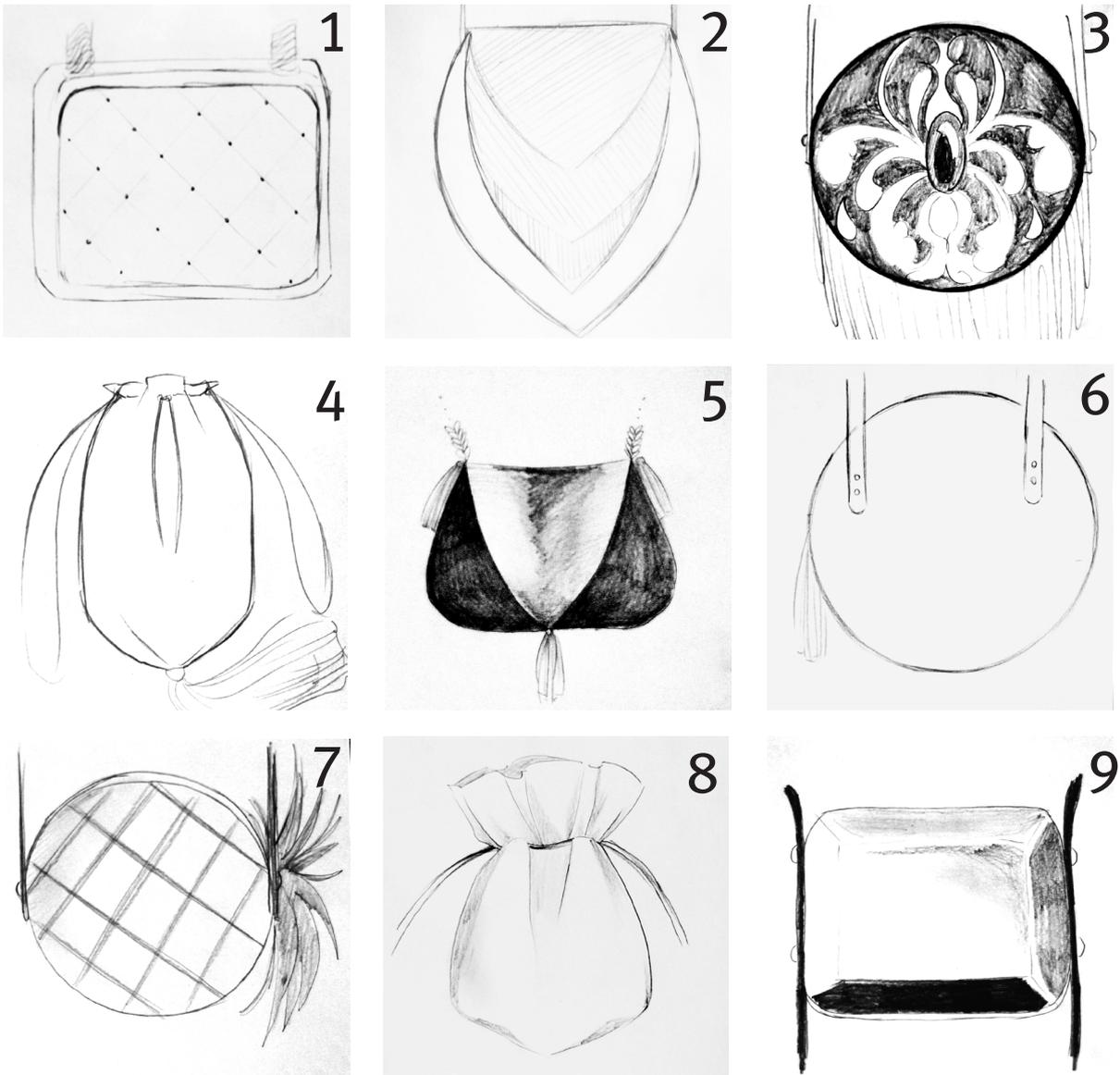
Figura 68: Alternativas com base em materiais comumente usados em móveis e estofados, além de técnicas de tecelagem comuns no *kitsch*, como o matelassê, o tricô e o crochê.

7. MATRIZ DE AVALIAÇÃO DE ALTERNATIVAS

Para auxiliar na escolha das alternativas finais, haja vista a quantidade de opções geradas na etapa anterior, foi necessário reduzir as propostas usando todo o conhecimento levantado na pesquisa bibliográfica deste relatório, ou seja, no estudo das frentes Bolsa, Contexto de Uso e Tendência, bem como nos requisitos listados após a análise dessas frentes.

Por fim, analisou-se cada uma das opções, avaliando-as em relação aos requisitos, e chegou-se no seguinte resultado:

Figura 69: Nove bolsas foram escolhidas dentre todas as alternativas geradas por terem características que as tornam passíveis de sucesso dentre as preferências do público-alvo, por representarem fielmente as características do *kitsch* e por cumprirem os requisitos levantados.



No entanto, apesar de essas nove bolsas estarem de acordo com requisitos do projeto, foi preciso reduzir para quatro, de acordo com o objetivo geral do projeto, que é o desenvolvimento de uma linha de quatro bolsas como produto de moda.

Para isso, foi definido o uso de uma Matriz de Avaliação de Alternativas, uma ferramenta de análise paramétrica, cujos parâmetros apresentam um peso diferente de acordo com sua importância para o projeto. O peso varia de 1 a 3, sendo 1 o valor menos importante e 3 o mais importante. Os parâmetros escolhidos para a avaliação foram:

A) FORMA DIFERENCIADA

Este parâmetro diz respeito à composição da bolsa, ou seja, o que o torna diferente das demais bolsas do mercado.

B) ELEMENTOS DIFERENCIADOS

Elementos diferenciados referem-se aos elementos associados ao invólucro, ou seja, as alças, correntes, borlas, franjas, fechos, ferragens, rebites, costuras, pedrarias, bordados, apliques, cristais, miçangas, contas, babados, drapeados, fitas, cordas e outros.

C) MATERIAL DIFERENCIADO

Este parâmetro trata-se do uso de material diferente do que se encontra atualmente no mercado; do uso de material comumente usado em objetos *kitsch* ou do emprego de materiais usados especificamente para outro fim.

D) INSPIRADA NO ESTILO KITSCH

Este é um parâmetro muito importante para o projeto, haja vista o objetivo específico: adequar os produtos a uma tendência de moda. Por este parâmetro entende-se o uso de características do *kitsch*, averiguados por meio de painéis de estilo. Particularidades como cintilante, cores fortes, uso de brilho, veludo, pelúcia e as demais pala-

avras-chave levantadas nos painéis serão avaliadas neste parâmetro.

E) ADAPTAÇÃO DE UMA FORMA USUAL

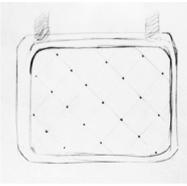
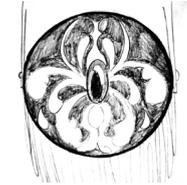
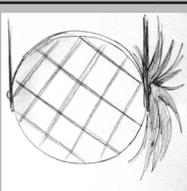
Conforme apresentado no capítulo 4, uma das características do *kitsch* é a tradução de modelos usuais para um contexto diferenciado, como madeira pintada como mármore, no caso de material; ou um umedecedor de selos em forma de dentadura, no caso de adaptação de forma usual. Portanto, definiu-se “tradução de um modelo usual para um contexto diferenciado” como parâmetro de avaliação das alternativas.

Após analisar estes requisitos, estipularam-se pesos para cada um deles de acordo com sua importância para o projeto:

REQUISITOS	PESO
A) Formato diferenciado	3
B) Elementos diferenciados	2
C) Material diferenciado	3
D) Inspirada no estilo Kitsch	2
E) Adaptação de uma forma usual	1

A partir desse entendimento, partiu-se para a construção e análise da Matriz de Avaliação de Alternativas, a fim de selecionar as quatro alternativas finais.

A tabela foi construída de modo a apresentar as alternativas na primeira coluna e a avaliação de 1 a 5 de acordo com cada parâmetro nas colunas seguintes. Ao final, multiplicou-se o peso e somaram-se os resultados. As quatro com maior pontuação foram escolhidas como as alternativas finais da linha de bolsas.

	ALTERNATIVAS	REQUISITOS	A	B	C	D	E	TOTAL
		PESO	3	2	3	2	1	
1			1	2	3	5	1	27
2			5	3	2	2	2	33
3			2	4	2	5	2	32
4			4	2	3	3	4	35
5			1	3	3	2	1	23
6			2	3	4	4	1	37
7			2	4	3	5	4	42

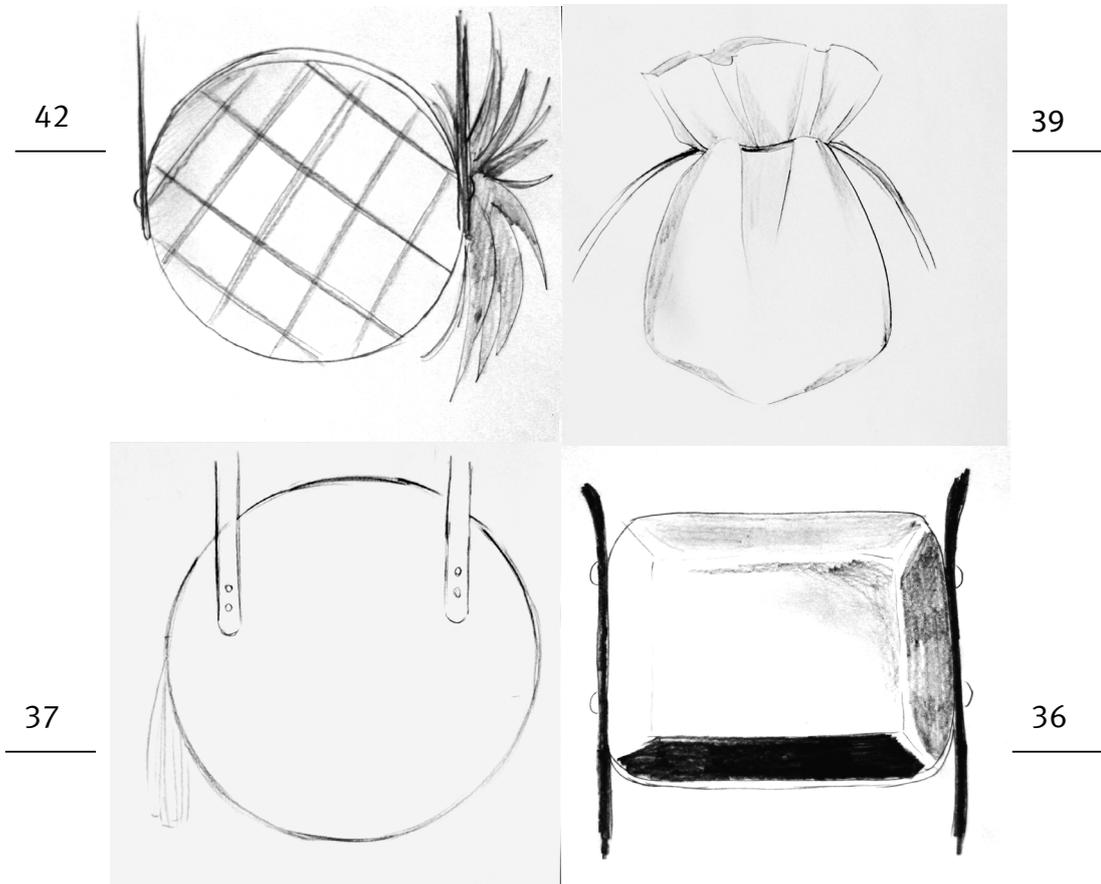
8		4	2	3	3	5	39
9		2	2	5	3	2	36

Diagrama 2: Tabela com as 9 bolsas selecionadas e a pontuação dada de 1 a 5 sobre cada um dos parâmetros listados. Na última coluna, tem-se a pontuação final de cada bolsa.

As quatro bolsas com maiores pontuações foram:

- A Bolsa Abacaxi (7) com 42 pontos;
- A Bolsa Saco (8) com 39 pontos;
- A Bolsa Estofado (6) com 37 pontos e
- A Bolsa Rígida (9) com 36 pontos, todas apresentadas na figura 70 abaixo.

Figura 70: Imagem que mostra as quatro bolsas escolhidas por meio da Matriz de Avaliação de Alternativas.



8. VIGÊNCIA

No entanto, algo que se esperava para a primavera-verão de 2015 se tornou vigência antes do previsto. O *kitsch* tomou conta das lojas de departamento no Brasil no segundo semestre de 2014, mesmo período em que houve um desfile da Moschino com base no estilo, que inclusive trazia as modelos maquiadas como a boneca Barbie, ícone do *Kitsch*, figuras 73 a 76. Lojas como Renner, C&A, Riachuelo e Marisa trocaram suas coleções para peças com estampas de flamingos, palmeiras, coqueiros, motivos tropicais, abacaxi, temática de festa na piscina, franjas, crochê, miçangas e demais ícones do *kitsch*, já mostrados no capítulo 4 desta monografia.

Para melhor visualização do *kitsch* vigente, foi feito um painel de fotografias tiradas nas lojas C&A, Renner, Riachuelo e Marisa no dia 8 de agosto de 2014.

Figura 71: Painel de fotografias que comprovam a chegada do *kitsch* nas prateleiras e araras de redes *fast fashion* no Brasil.





Figura 72: Detalhes com miçangas, franjas, macramês, além de estampas com motivos tropicais (coqueiro, palmeiras, abacaxi, flamingos) tomaram conta dos produtos de redes *fast fashion* como Renner, C&A, Marisa e Riachuelo.

8.1. DESFILE DA MOSCHINO

A grife italiana Moschino fechou o segundo dia da Semana de Moda de Milão, em 18 de agosto de 2014, com um desfile inspirado na boneca Barbie, um ícone do *kitsch*. A coleção, de autoria de Jeremy Scott para o verão 2015, explorou plástico; cores como o rosa, amarelo, laranja e dourado; correntes; materiais cintilantes; pelúcia; babados e materiais sintéticos, como o couro e a *lycra*, comprovando os resultados obtidos pela análise do Painel de Materiais, mostrado no capítulo 4 deste documento.

As Figuras 73, 74, 75 e 76 mostram imagem do desfile.



Figura 73: Imagens do desfile da Moschino de autoria de Jeremy Scott. Percebe-se a exploração de *lycra*, materiais cintilantes, plástico e couro sintético.



Figura 74 e 75 : Imagens do desfile da Moschino de autoria de Jeremy Scott. Percebe-se a ocorrência de babados, franjas, materiais cintilantes, pelúcia, correntes, materiais sintéticos, plástico, cores quentes e saturadas e bolsas que remetem a boias de piscina. Várias características do desfile da Moschino foram definidas como requisitos previamente, comprovando que os resultados apresentados nesta monografia estão corretos.



Figura 76 : Imagens do desfile da Moschino por Jeremy Scott. É evidente a carga de dourado nas peças, assim como a referência do filme Barbarella nas roupas. Mais uma vez percebe-se o uso de plástico, materiais sintéticos e as correntes.

9. NOVA LISTAGEM GERAL DE REQUISITOS

Como houve um adiantamento do *kitsch* para o ano de 2014, visto painéis apresentados na página anterior, houve a necessidade de reavaliar os requisitos gerais do projeto, já que o ano de lançamento previsto para a linha de bolsas é 2015, e os produtos poderiam ser considerados ultrapassados ou fora de moda. Portanto, foi decidido retirar um pouco a carga *kitsch* dos produtos optando por usar uma paleta de cores mais sóbria, mas ainda mantendo as outras características, como ornamentação exagerada, uso de dourado etc.

Foram, portanto, retirados os requisitos Cores Saturadas e Blocadas e Estampas Coloridas e introduzido o requisito Cores Sóbrias.

10. CONCEITUAÇÃO PRODUTO FINAL

10.1. BOLSA ABACAXI

A Bolsa Abacaxi foi selecionada por meio da Matriz de Avaliação de Alternativas e tem como inspiração a forma de um abacaxi, um dos ícones do *kitsch*. Para que o produto remeta à fruta, foi elaborado um Painel de Inspirações, Figura 78, que apresenta diferentes tipos de acabamentos sobre tecido, como o matelassê, que podem auxiliar na execução de uma costura que remeta à textura da casca da fruta, além de artifícios para criar o efeito da coroa do abacaxi. Ainda nesse painel, há uma blogueira que poderia usar o produto, visto que apresenta perfil compatível com os possíveis consumidores da bolsa.

A figura 77 apresenta um *rendering* da bolsa. Nota-se o uso de cores mais sóbrias como o preto e o azul, pois como falado anteriormente, houve uma preocupação em retirar um pouco a carga *kitsch* já que o estilo foi antecipado para 2014 e os produtos do projeto poderiam se tornar obsoletos no ano de lançamento, 2015.



Figura 77. *Rendering* final da Bolsa Abacaxi com cores sóbrias, requisito definido após a vigência do *kitsch*.
Figura 78. Painel de inspiração com sugestões de acabamento que remetem às texturas do abacaxi.



10.2. BOLSA SACO

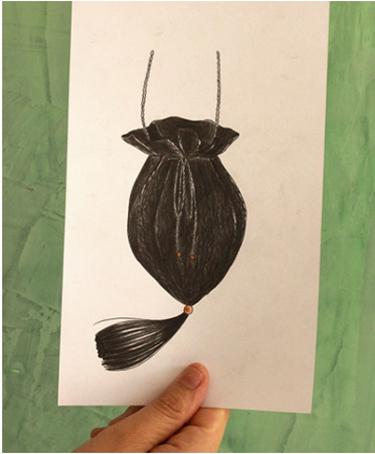


Figura 79. *Rendering* final da Bolsa Saco em crochê ou tricô em cores sóbrias. Nota-se a presença de uma única borla na parte inferior, que foi acrescentada posteriormente para conferir identidade à linha de bolsas - pois definiu-se a borla como elemento decorativo de todas as bolsas da linha. Figura 80. Painel com sugestões de acabamentos, composições, materiais, técnicas e ornamentos.

Inspirada em bolsas medievais, no famoso puxa-saco de cozinha e em sacos de laranja, a Bolsa Saco é a segunda alternativa para compor a linha de produtos. O principal conceito *kitsch* que envolveu seu desenvolvimento é o requisito **Apropriação da forma ou formato**, no caso a apropriação das formas de puxa-sacos e de sacos de laranja.

Focando ainda nos conceitos *kitsch*, pensou-se, para esta alternativa, usar técnicas de tecelagem manual, como o crochê e o tricô, usando materiais baratos, mas que a composição final do produto tenha um aspecto luxuoso, de produto caro. Para alcançar esse fim, decidiu-se utilizar linha de veludo na cor preta e aplicar detalhes em miçanga por todo o invólucro, mantendo o requisito **Ornamentação exagerada**.

A figura 79 à esquerda mostra o *rendering* da Bolsa Saco feita em crochê ou tricô em linha preta e a Figura 80, um painel de imagens inspiradoras.



10.3. BOLSA ESTOFADO

A Bolsa Estofado apresentada na figura 81 à direita é um desdobramento da alternativa original: retirou-se a borla da esquerda e acrescentaram-se seis borlas na parte inferior do invólucro, conferindo uma composição mais diferenciada da Bolsa Abacaxi, que tem composição semelhante. Para conferir ainda mais originalidade (requisito **Forma diferenciada**), passou-se a alça por baixo do invólucro, onde as borlas estão afixadas.

A Bolsa Estofado é inspirada em acabamentos, detalhes, materiais e composição frequentes em estofados *kitsch*.

O Painel de Inspiração abaixo, Figura 82, mostram materiais, composições, técnicas, acessórios e um possível consumidor do produto para inspirar na confecção da peça.

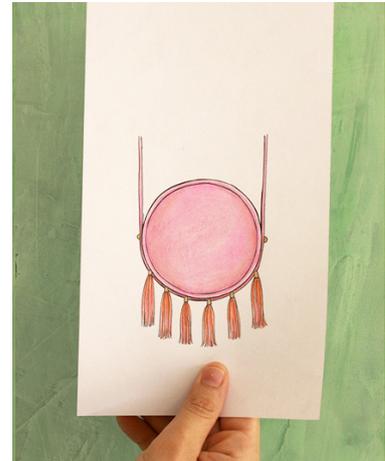
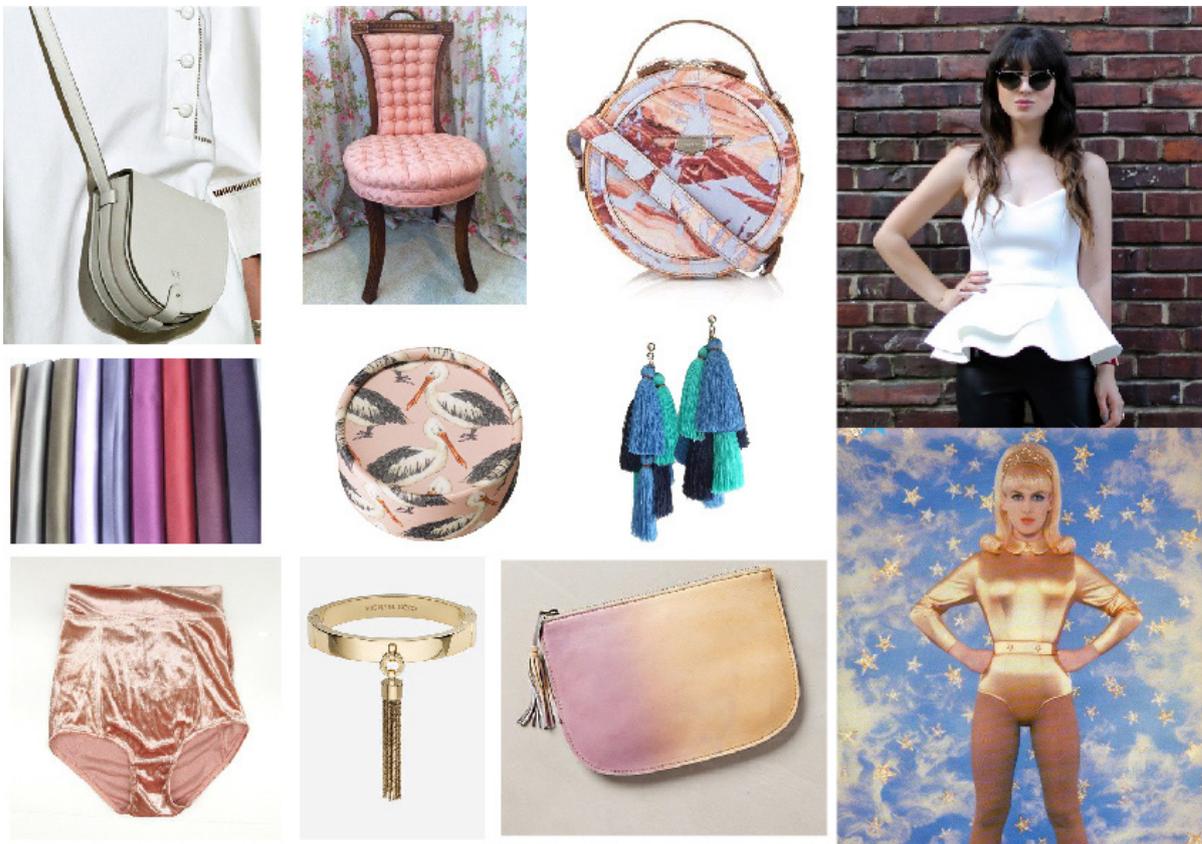


Figura 81. *Rendering* final da Bolsa Estofado em couro sintético. Foram afixadas seis borlas na parte inferior para conferir identidade com as demais bolsas da linha.

Figura 82. Painel de inspiração com sugestões de acabamento, detalhes, composições, materiais, técnicas e ornamentos. Escolheu-se uma blogueira como possível consumidora do produto.



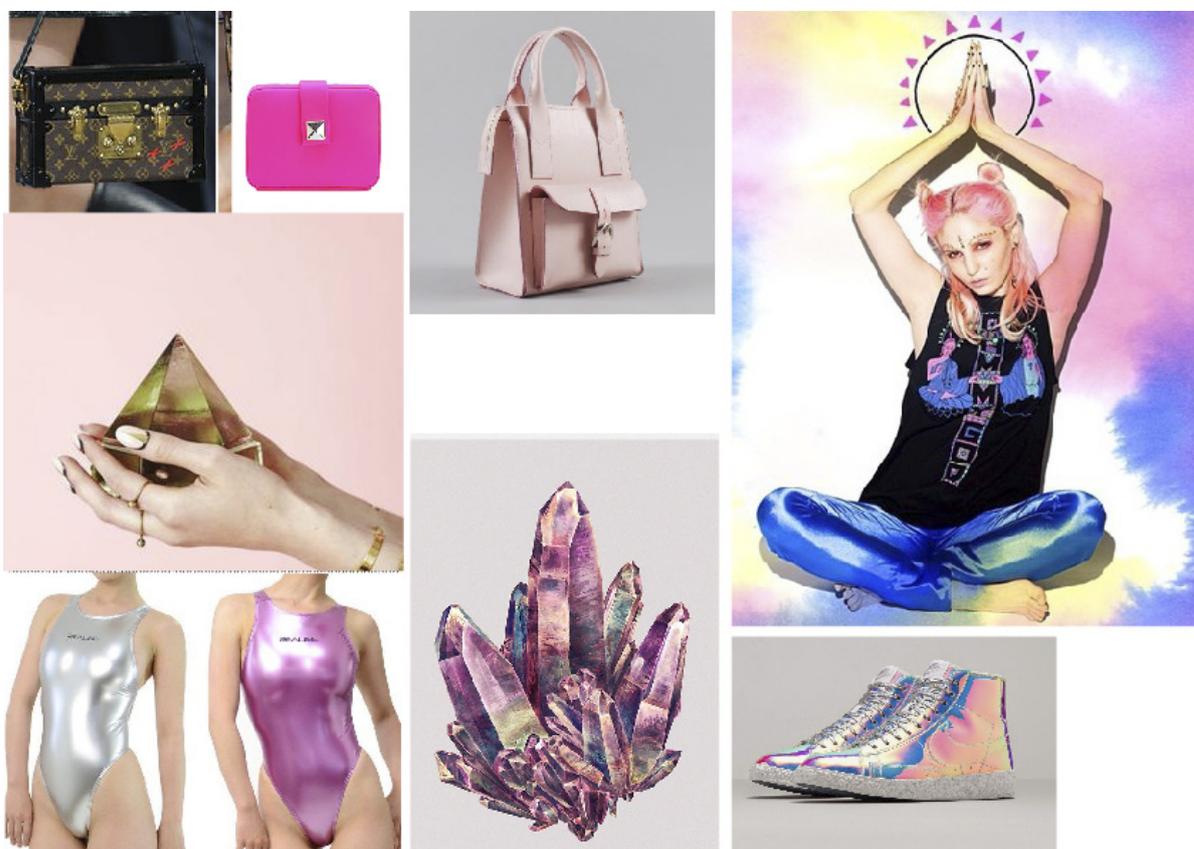
10.4. BOLSA RÍGIDA



Figura 83. *Rendering* final da Bolsa Rígida em material rígido revestido de *lycra*. Figura 84. Painel de inspiração com sugestões de acabamento, detalhes, composições, materiais, técnicas e ornamentos. Escolheu-se uma blogueira como possível consumidora do produto.

Última alternativa escolhida para compor a linha de produtos é inspirada em lancheiras e em cristais, tanto pela rigidez quanto pela forma piramidal. Pensou-se em utilizar um material rígido revestido com *lycra* cintilante, conferindo uma composição inusitada e peculiar, características dos objetos *kitsch*. A Figura 84 representa o *rendering* final da bolsa. Nota-se que a alça passa a lateral, ou seja, sobra uma parte da alça, o que confere um detalhe diferenciado.

O painel abaixo, Figura 84, apresentam referências imagéticas para inspirar na confecção da bolsa. Percebe-se a *lycra*, a rigidez, os cristais e os materiais cintilantes.



10.5. MATERIAIS E FERRAMENTAS PARA CONFECÇÃO

De posse dos *renderings* e dos painéis de inspiração das quatro bolsas, foi feita uma pesquisa de tecido, aviamentos e ferragens em lojas de tecidos da W3 norte e sul, em Brasília, no Taguacenter, em Taguatinga, e nas quadras Central e Oito, em Sobradinho. Os tecidos comprados para a confecção das quatro bolsas não foram escolhidos previamente, ou seja, escolheram-se os tecidos de acordo com os requisitos do projeto dentre os disponíveis no mercado do Distrito federal.

A procura por materiais foi um processo dispendioso, pois foi preciso pesquisar bastante até se encontrar materiais, aviamentos e ferragens condizentes com os requisitos do projeto.

A listagem de materiais apresentada a seguir será dividida em quatro categorias, de acordo com cada bolsa.

10.5.1. BOLSA ABACAXI:

- 1m² de camurça preta;
- 1m² de manta acrílica;
- Linha de bordado azul (Setta cor 15) para o metalassê;
- Cetim azul para confecção do forro;
- Zíper de 22cm preto e em zinco;
- Papel Paraná 3mm para suporte;
- Duas meia argolas de 2,5cm na cor zinco;
- Corrente de zinco de 1,2m
- Linha de *nylon* azul;
- Linha de algodão azul para o forro.

- 2m de cordão para macarrão ou *piping*;
- 11 borlas de 8cm arrematadas com linha de pesponto azul. Sendo:
- 4 borlas de raiom para bordar da Cairel na cor azul claro.
- 3 borlas de raiom para bordar da Cairel na cor azul escuro.
- 5 borlas de raiom para bordar da Cairel na cor prata.

10.5.2. BOLSA SACO

- 4 carretéis de linha de veludo preta;
- 1 agulha de crochê
- 4 pares de agulha de tricô;
- Cetim bronze;
- 6 pacotes de miçangas
- Linha de pesponto preta;
- 3m de cordão encerado;
- 1 cabeça de bronze;
- 1,2m de corrente preta;
- 1 borla de linha de *nylon* para pesponto preta de 15cm.

10.5.3. BOLSA ESTOFADO

- Sobra de couro sintético estampado;

- 0,5m de cetim salmão;
- Linha de pesponto salmão;
- Linha de algodão salmão
- Carretel de raiom para bordar da Cairel na cor salmão
- Papel Paraná de 3mm para estruturação.
- 6 cabeças douradas;
- 4 rebites;
- 2 meia-argolas;
- 6 Ilhoses;
- 2 rebites;
- 6 borlas de 12 cm de raiom para bordar da Cairel na cor salmão.

10.5.4. FERRAMENTAS

- Agulhão;
- Dobradeira;
- Agulhas curvas;
- Agulha de crochê;
- Agulhas de tricô;
- Agulha de estofado;
- Alicates;
- Fita dupla-face;

- Tesoura;
- Cola de contato;
- Fita métrica;
- Base de corte;
- Pregadores;
- Pinças;
- Estilete;
- Instrumento de corte;
- Cortador circular;
- Unha de gato;
- Régua metálica;
- Régua de plástico;
- Moldes;
- Máquina de costura doméstica;
- Lápis para tecido.

De posse de todos esses materiais, mostrado na Figura 86 na página seguinte, partiu-se para a etapa de confecção propriamente dita. Por questões de cronograma foram confeccionadas somente três das quatro bolsas, cujas fotografias do processo encontram-se no capítulo seguinte.

11. CONFECÇÃO

As três bolsas— Abacaxi, Saco e Estofado — foram confeccionadas pelas autoras do projeto com máquina de costura doméstica e com conhecimento adquirido por meio de vídeo tutoriais disponíveis na internet. Levaram-se três dias para a confecção delas, entre costura, confecção das borlas, criação de padrão para matelassê, desenvolvimento de moldes e aprendizado em tricô e crochê.

O processo de execução apresentado neste relatório foi dividido por bolsa, sendo que só foram confeccionadas três das quatro escolhidas.



Figura 85. Painel de imagens em baixa qualidade do processo de confecção das bolsas. Da superior esquerda: couro sintético; afixação da manta acrílica à peça de couro; crochê; detalhe do matelassê; confecção de borlas; detalhe da máquina de costura doméstica; aplicação de miçangas; colagem com fita dupla face ao verso da peça circular e afixação das borlas à corrente.

11.1. BOLSA ACABAXI

Primeiramente, com um molde circular, foram cortados dois círculos de papel Paraná de 20,5cm de diâmetro. De posse desses círculos, foram cortados dois pedaços circulares de tecido camurça de 21,5cm, ou seja, com um centímetro de folga para costura. Com um lápis para tecido foram feitas as guias do matelassê, para depois serem

costuradas na máquina doméstica com linha de *nylon* azul cor 15. Finalizadas as duas peças circulares, foi encapado cerca de 1m de cordão com a camurça enviesada, que foi costurado ao longo do comprimento dos círculos, dando o acabamento que se chama macarrão ou *piping*. Foram colados os círculos de papel Paraná aos círculos de tecido com cola de contato.

Em seguida, foram costuradas as peças que formam a espessura da bolsa: 2 peças de 13,5x9,0cm (laterais), onde foram costuradas duas abas de 4,0x1,5cm, nas quais foram presas as meia-argolas; 2 peças de 24,0x5,0cm, a qual foi afixado o zíper metálico de 22cm (superior) e 1 peça de 10cmx9cm (inferior). O forro de cetim azul foi confeccionado nas mesmas dimensões da bolsa e costurado junto à peça do zíper. Por fim, juntaram-se as partes às peças circulares à mão, com linha e agulha.

Finalizado o invólucro, foi afixada uma corrente de 1,20cm nas meia-argolas, e em um pedaço de 12cm de corrente que sobrou, foram afixadas 12 borlas de 8cm feitas à mão, compondo o enfeite lateral. Pôs-se um mosquetão no início da corrente do enfeite e a prendeu à aba lateral.

11.2. BOLSA SACO



Figura 86. Foi usado para a confecção da Bolsa Saco o novelo da Cisne coleção Fast de veludo preto (105) e a agulha de crochê de 5,5mm.

Pensou-se, para a confecção dessa bolsa, usar a técnica de tricô, e para isso, foram comprados dois pares de agulhas número 7 e 10 e 4 novelos de linha preta 105 da Cisne coleção Fast. Pesquisou-se no canal do Youtube Como Tejer (em espanhol) um ponto de tricô condizente com os requisitos do projeto, e chegou-se ao Indian Cross Stitch 2, encontrado em <https://www.youtube.com/watch?v=dpdEk7aNcmM&list=UUyU1jfkuaL1r1byEnSIYoZg>. Para iniciar a confecção do modelo final da Bolsa Saco, foi preciso aprender a tricotar, portanto algumas peças foram feitas anteriormente para esse fim.

Tendo finalmente aprendido a tricotar o ponto escolhido, partiu-se para a confecção do modelo. No entanto, percebeu-se que a técnica escolhida não foi a mais adequada para o desenvolvimento do modelo devido à complexidade e falta de experiência de uma das autoras deste projeto com tricô. Decidiu-se, por fim, usar o crochê para

execução do projeto, já que uma das autoras possui um certo conhecimento da técnica.

A bolsa foi toda confeccionada em Ponto Alto e Crochê Peruano, a partir de uma correntinha de 80cm. Nas três primeiras carreiras feitas em Ponto Alto, diminuiu-se a largura para 68cm; em seguida, fez-se uma carreira de Crochê Peruano com ajuda de uma régua (encontrado em <https://www.youtube.com/watch?v=-edosh3NRSU>) e depois fizeram-se mais três carreiras em Ponto Alto. A oitava carreira foi feita usando a técnica Crochê Peruano; a nona, décima e décima primeira carreiras foram feitas em Ponto Alto e a décima segunda foi feita em Crochê Peruano. As carreiras décima terceira e a décima quarta foram feitas em Ponto Alto.

A peça final é um trapézio de base maior de 80cm, base menor de 68cm e altura de 40cm. Costurou-se a lateral e franziu-se a base menor com linha de *nylon* preta.

Com três fios de cerca de 60cm de cordão encerado fez-se uma trança simples, a qual foi usada como puxador para a bolsa, e que foi entrelaçada na quarta carreira de Crochê Peruano.

Na base, foi afixada um borla de linha de *nylon* de 15cm, a mesma usada para o frazido e costura da lateral, encabeçada por uma peça de bronze.

O forro, feito em cetim bronze, tem 30cm de altura, 30cm de largura e aproximadamente 12cm de raio, e em suas laterais foram costuradas duas abas de 2cm² para a afixação de uma corrente preta de 96cm.

Ao final, foram aplicadas miçangas bronze diversas em todo o volume do invólucro.

Caso haja necessidade de consulta, ao final deste relatório encontram-se anexos os desenhos técnicos das três bolsas confeccionadas.

11.3. BOLSA ESTOFADO

Assim como na Bolsa Abacaxi, primeiro foram feitas duas peças circulares de papel Paraná de 21cm de diâmetro e, de posse dessas peças, foram cortadas dois círculos de 23cm de couro sintético, nos quais foram feitas duas costuras com linha para borbado paralelas à margem. Foi

Receita do crochê usado para confecção da Bolsa Saco. Passo a passo:

Correntinha de 80cm
1ª c) Ponto Alto de 76cm
2ª c) Ponto Alto de 72cm
3ª c) Ponto Alto de 68cm
4ª c) Crochê Peruano
5ª c) Ponto Alto de 68cm
6ª c) Ponto Alto de 68cm
7ª c) Ponto Alto de 68cm
8ª c) Crochê Peruano
9ª c) Ponto Alto de 68cm
10ª c) Ponto Alto de 68cm
11ª c) Ponto Alto de 68cm
12ª c) Crochê Peruano
13ª c) Ponto Alto de 68cm
14ª c) Ponto Alto de 68cm

encapado 76cm de cordão com o mesmo material para dar o acabamento macarrão e costurado no comprimento de cada círculo de couro sintético. Depois disso, as bases de papel Paraná foram afixadas às peças de couro com cola de contato.

A espessura da bolsa é composta por cinco partes: uma peça retangular de 23x7cm (inferior), duas peças de 23x3cm, nas quais foi costurado o zíper de 30cm e duas peças de 7x1,5cm, que são as abas nas quais foi presa a alça inferior com ajuda de dois rebites dourados. Já as alças possuem 2cm de largura, tendo a superior 82cm de comprimento e a inferior, 74cm. Ambos os tecidos das alças foram cortados com margem de 1cm para a costura e costuradas com linha de *Nylon* na cor salmão. Diante da dificuldade para costurar o tecido sintético em máquina doméstica, viu-se a necessidade de utilizar fita dupla-face para fixação.

Depois de costuradas todas as peças, foi preciso mandar fixar as ferragens em lojas especializadas. Fixaram-se os 6 ilhoses na alça inferior com 6 cm de distância entre eles e as duas meias-argolas com ajuda de rebites. Após a finalização do invólucro externo, passou-se para a confecção do forro com cetim salmão sem elastano.

Para o forro da Bolsa Estofado foram utilizadas 4 peças com as mesmas medidas do invólucro externo com 2cm de margem para as costuras e linha de algodão da mesma cor. Depois disso, costurou-se o forro à peça que contém o zíper e fechou-se a bolsa com cola de contato, já que o tecido ficou muito rígido para ser costurado à máquina e à mão. Para facilitar o processo de costura, colaram-se algumas partes com fita dupla-face.

Antes de prender a alça à bolsa, finalizaram-se as 6 borlas de 12cm e as afixaram à alça com ajuda de botões com pezinho.

12. VALIDAÇÃO DOS REQUISITOS

Neste capítulo serão apresentadas as fotografias de cada uma das bolsas e, em seguida, uma tabela com os requisitos contemplados por cada uma delas.

12.1. BOLSA ABACAXI



Figura 87. Painel de imagens da Bolsa Acabaxi finalizada. Detalhes: matelassê, alça de corrente, forro de cetim azul, zíper metálico e arranjo de borlas,

12.2. BOLSA SACO



Figura 88. Painel de imagens da Bolsa Saco finalizada. Detalhes: trama de crochê em fio de veludo preto, composição da bolsa e caimento, forro em cetim salmão e alça de corrente metálica preta.

12.3. BOLSA ESTOFADO



Figura 89. Pannel de imagens da Bolsa Estofado finalizada. Detalhes: couro sintético perolado e cintilante, alça por baixo da bolsa, aplicação de seis borlas salmão na parte inferior da bolsa e forro em cetim salmão.

Na tabela abaixo, serão listados todos os requisitos de projeto na coluna da esquerda, e nas colunas seguintes, estão apresentadas as três bolsas finalizadas, a Bolsa Abacaxi, a Bolsa Saco e a Bolsa Estofado. Para cada requisito contemplado, será marcado um “X” na coluna da bolsa em questão.

REQUISITOS	BOLSA ABACAXI 	BOLSA SACO 	BOLSA ESTOFADO 
Linha de Bolsas	X	X	X
Bolsa a tiracolo	X	X	X
Seguir uma tendência de moda	X	X	X
Forma diferenciada	X	X	X
Acessórios diferenciados	X	X	X
Materiais diferenciados	X	X	X
Ter os componentes de uma bolsa	X	X	X
Ter estilo correspondente à idade	X	X	X
Bolsa de passeio	X	X	X
Caber pertences básicos	X	X	X
Identidade com o estilo da tendência escolhida	X	X	X
Materiais simulados	X	X	X
Apropriação de forma ou formato	X	X	X

Cores Sóbrias	X	X	-
Adereços	X	X	X
Corrente	X	X	-
Veludo	-	X	-
Crochê	-	X	-
Franja	X	X	X
Lycra	-	-	-
Brilho etc.	X	X	X
Contas e fios	X	X	X
Materiais sintéticos	X	X	X
Metal	X	X	X
Dourado	-	-	X

Diagrama 3. Tabela de validação de requisitos, em que os requisitos gerais do projeto ocupam a coluna da esquerda e as três bolsas ocupam as colunas restantes. Um “X” marca a intersecção da linha do requisitos com a coluna da bolsa, cujo requisito foi cumprido.

13. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto **Desenvolvimento de uma linha de bolsas como produto de moda** mostrou-se um importante aprendizado de *design*, mais precisamente, um aprendizado mercadológico, com meios de se tornar um projeto que possa atender a uma tendência de mercado prevista para o ano de 2015, data definida para o projeto. Mostrou-se também um importante aprendizado pessoal, pois foi preciso adquirir conhecimento técnico, por meio de tutoriais via internet, para solucionar alguns problemas ao longo do processo.

Em relação aos quesitos de *design*, o processo metodológico utilizado mostrou-se efetivo, já que o produto final do projeto, ou seja, a linha composta pelas Bolsas Abacaxi, Saco e Estofado, corresponde aos requisitos gerados a partir de todo estudo relatado nesta monografia. As bolsas cumprem com os objetivos apresentados, e acima disso, apresentam fielmente características marcantes do *kitsch*.

Os painéis de imagens, principalmente aos relativos ao *kitsch*, mostraram-se uma importante ferramenta para se captar a essência do estilo, fato este que propiciou o sucesso do produto final, que é evidenciado pela amplitude de cumprimento dos requisitos do projeto.

14. REFERÊNCIAS

ANIMALE. **Enciclopédia da moda: Clutch, a pequena notável.** Disponível em: <<http://www.animale.com.br/territorioanimale/news/enciclopedia-da-moda-clutch-a-pequena-notavel/>> (acesso em 18 de setembro de 2014)

BERGANO, Mônica. **Jovens fizeram de seus blogs e perfis nas redes sociais negócio milionário.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergano/2014/04/1445422-jovens-fizeram-de-seus-blogs-e-perfis-nas-redes-sociais-negocio-milionario.shtml>> (acesso em setembro de 2014)

ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL. **Kitsch.** Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3798/kitsch>> (acesso em setembro de 2014)

CARTEIRA DE CHITA COM BAMBU. Produção de TV Aparecida, 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FRjfUDzFrb8> (acesso em outubro de 2014)

CHIC. **Bolsa carteiro: as versões brasileiras da bolsa Mulberry inspirada em Alexa Chung para o verão 2011.** Disponível em: <<http://chic.uol.com.br/moda/noticia/bolsa-carteiro-as-versoes-brasileiras-da-bolsa-mulberry-inspirada-em-alexa-chung-para-o-verao-2011>> (acesso em 18 de setembro de 2014)

CHICWOMANCHIC. **Audrey Hepburn e a bolsa speedy louis.** Disponível em: <<http://chicwomanchic.blogspot.com.br/2014/03/audrey-hepburn-e-bolsa-speedy-louis.html>>

COMO TEJER PUNTO CRUZADO-INDIAN CROSS STITCH 2 AGUJAS (63). Produção de ComoTejer.com, 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dpdEk7aNcmM&list=UUyU1jfkuaL1r1byEnSlYoZg> (acesso em outubro de 2014)

CREATE PIPING. Produção de NancysNotions, 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=X-l8Vvk2tBWU>> (acesso em outubro de 2014).

DEPOIS DOS QUINZE. Disponível em: <<http://www.depoisdosquinze.com/>>

DESIGN MUSEUM. **Cinquenta bolsas que mudaram o mundo**. Editora Autêntica, 2011.

DIY BOLSO MINIATURA ESTILO LADY LIKE. Produção de Fashion-Riot, 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UjvEw_nU-C8> (acesso em outubro de 2014)

HOW TO MAKE A STADIUM CUSHION. Produção de Sailrite, 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VFt26IYYAkE>> (acesso em outubro de 2014).

INFOESCOLA. **Estilo Kitsch**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/artes/estilo-kitsch/>> (acesso em setembro de 2014)

JUSTLIA. Disponível em: <<http://www.justlia.com.br/>>

MOLES, Abraham. **O Kitsch: a arte da felicidade**. 3.ed. Tradução Sérgio Miceli. São Paulo, Perspectiva, 1986, 231 pp. il p&b. [Coleção Debates] (acesso em julho de 2014)

NÃO PROVOQUE. Disponível em: <<http://www.naoprovoque.com.br/>>

NORMAN, Donald A. **Design Emocional: porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008. 322 p. (acesso em setembro de 2014)

RADIOACTIVE UNICORNS. Disponível em: <<http://www.radioactiveunicorns.com/>>

REVISTA GALILEU. **Há algo de podre no reino dos blogs de moda e beleza**. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI306722-18545,00-HA+ALGO+DE+PODRE+NO+REINO+DOS+BLOGS+DE+MODA+E+BELEZA.html>> (acesso em setembro de 2014)

SAPPER, Stella L. **Fast Fashion: Evolução ou retrocesso?**. Disponível em: <<http://www.pergamum.udesc.br/dados-bu/000000/000000000012/000012DA.%2oSapper.pdf>> (acesso em outubro de 2014)

SEBRAE, **Fast Fashion como estratégia de mercado**. Disponível em: <<http://www.se->

brae2014.com.br/sebrae/sebrae%202014/boletins/1BO_Moda_Agosto_FastFashion.pdf (acesso em setembro de 2014)

SEBRAE, *Fast Fashion no varejo*. Disponível em: <[http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/84f335cfoa92c75d356512b9ec15foec/\\$File/2014_o8_22_RT_Julho_Varejo_FastFashion_pdf.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/84f335cfoa92c75d356512b9ec15foec/$File/2014_o8_22_RT_Julho_Varejo_FastFashion_pdf.pdf)> (acesso em setembro de 2014)

SÊGA, Christina M.P. **O Kitsch está cult**. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/ene-cult2008/14159.pdf>> (acesso em novembro de 2014)

SÊGA, Christina M.P. **O consumo da cultura Kitsch**. Disponível em: <<http://www.espm.br/conhecaAESPM/mestrado/documents/coloquio%20BXM/S3/Christina%20Maria%20Pedrazza.pdf>> (acesso em novembro de 2014)

SERENDIPITY. Disponível em: <<http://www.melinasouza.com/>>

SINACOURO. **Bolsa: considerações históricas**. Disponível em: <<http://www.sinacouro.org.br/bolsa/Pages/pg12.htm>> (acesso em 18 de setembro de 2014)

THE MAKING OF THE MISS DIOR BAG. Produção de Amsterdam Fashion Tv, 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nLMppTPPo2o>> (acesso em outubro de 2014)

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. **Algo mais sobre moda: A história das bolsas ícones de moda**. Disponível em: <http://www.moda.ufc.br/index.php?option=com_content&view=article&id=101:a-historia-das-bolsas-icone-de-moda&catid=40:noticias&Itemid=59> (acesso em 18 de setembro de 2014)

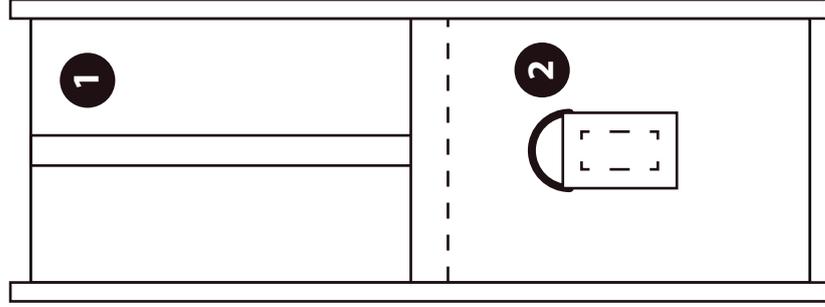
15. APÊNDICE

BOLSA ABACAXI

LATERAL ESQUERDA

0,5 cm

0,5 cm



11,0 cm

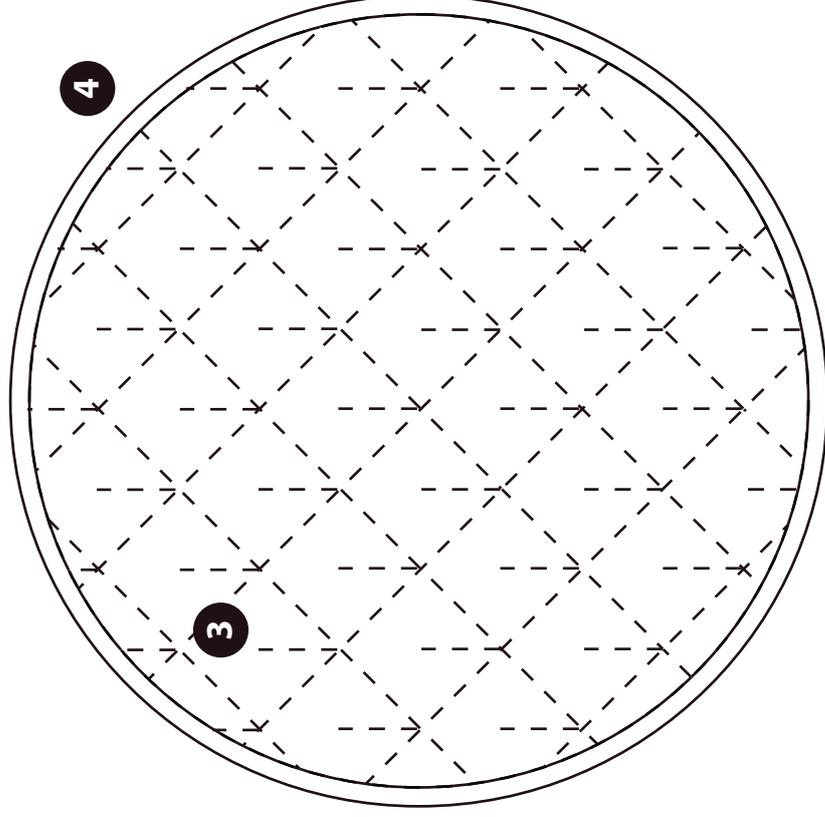
9,5 cm

7,0 cm

100

FRENTE/COSTAS

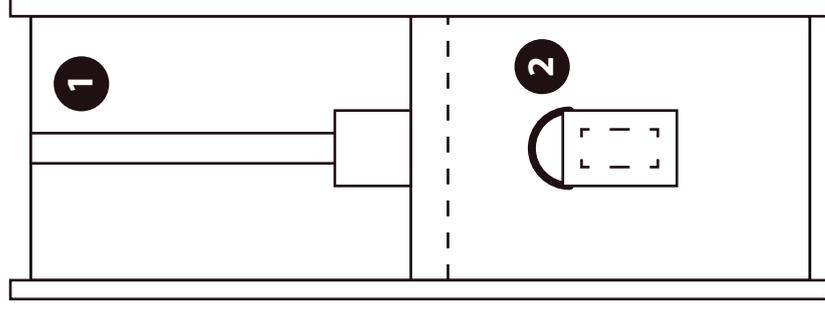
21,5 cm



20,5 cm

LATERAL DIREITA

1,0 cm

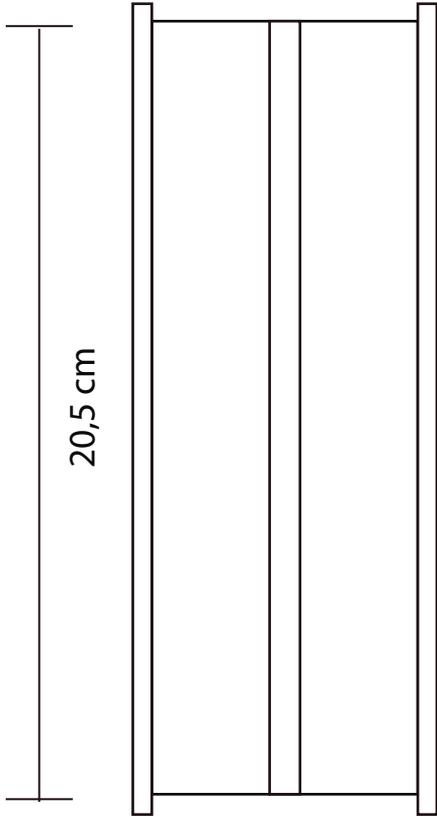


1,0 cm

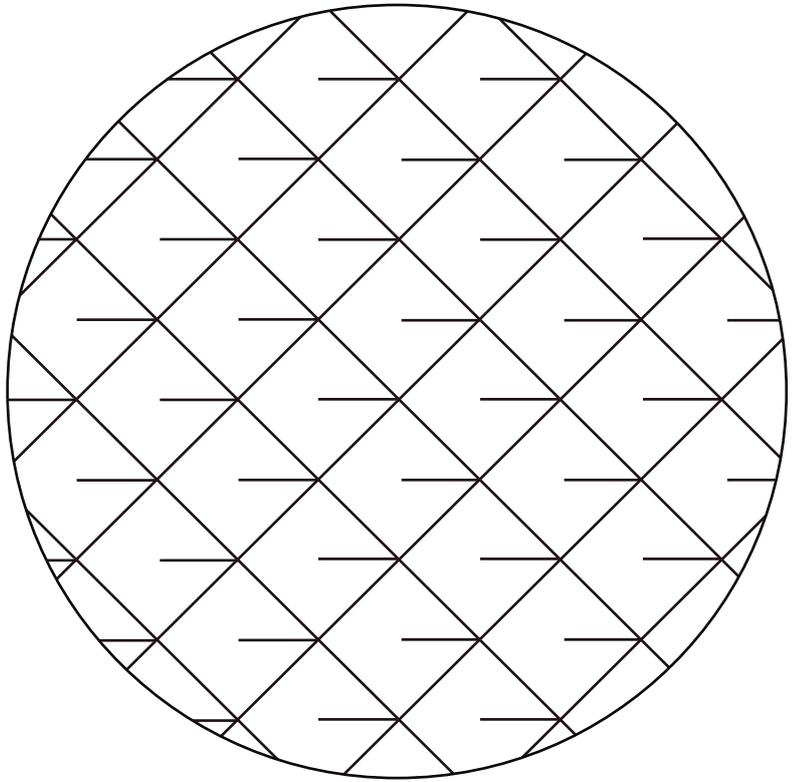
4,0 cm

1,5 cm

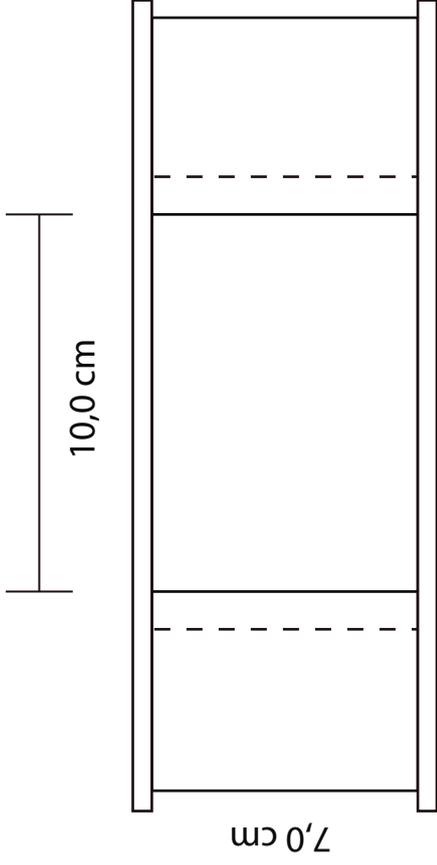
SUPERIOR



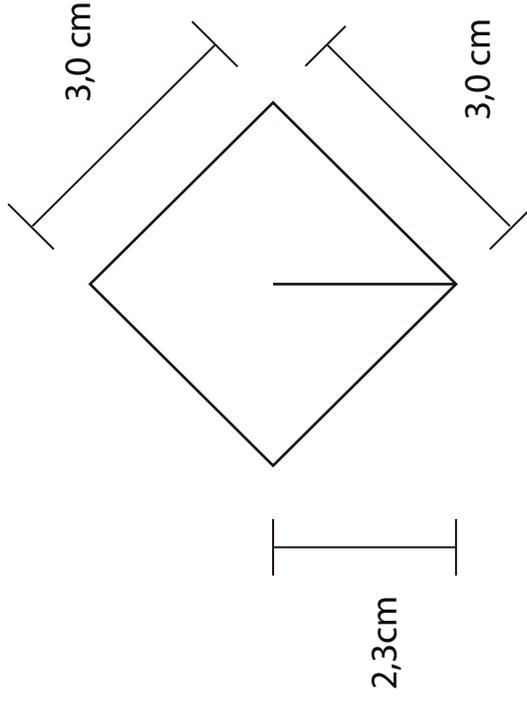
METALASSÉ



INFERIOR



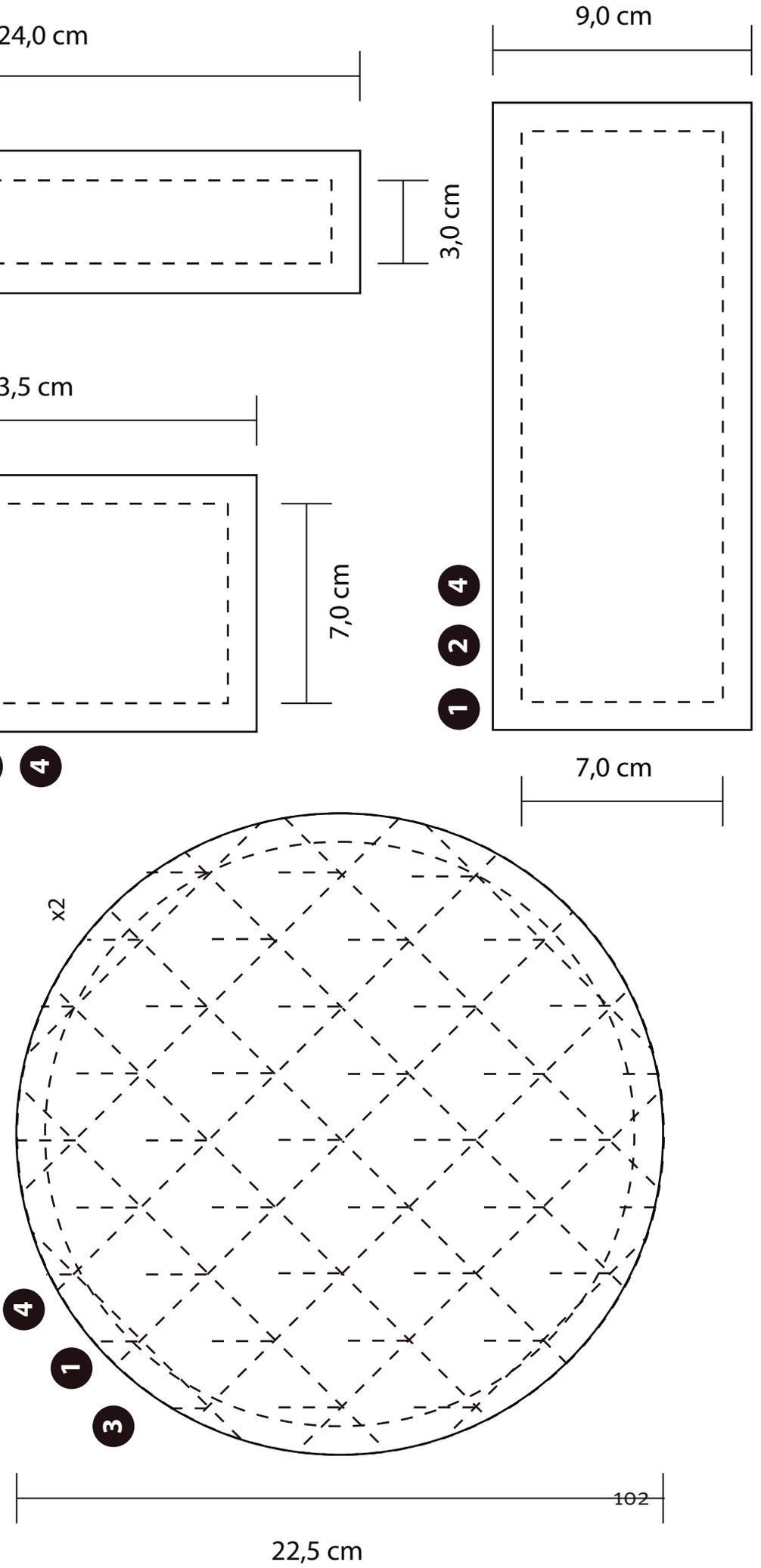
DETALHE



- 1- AVIAMENTO: Zíper 22cm preto e zinco
- 2- FERRAGEM: Meia-argola de 2,5cm em zinco
- 3- METALASSÉ: Linha de Nylon Setta cor 15
- 4- PIPING: Camurça 1,4 metros

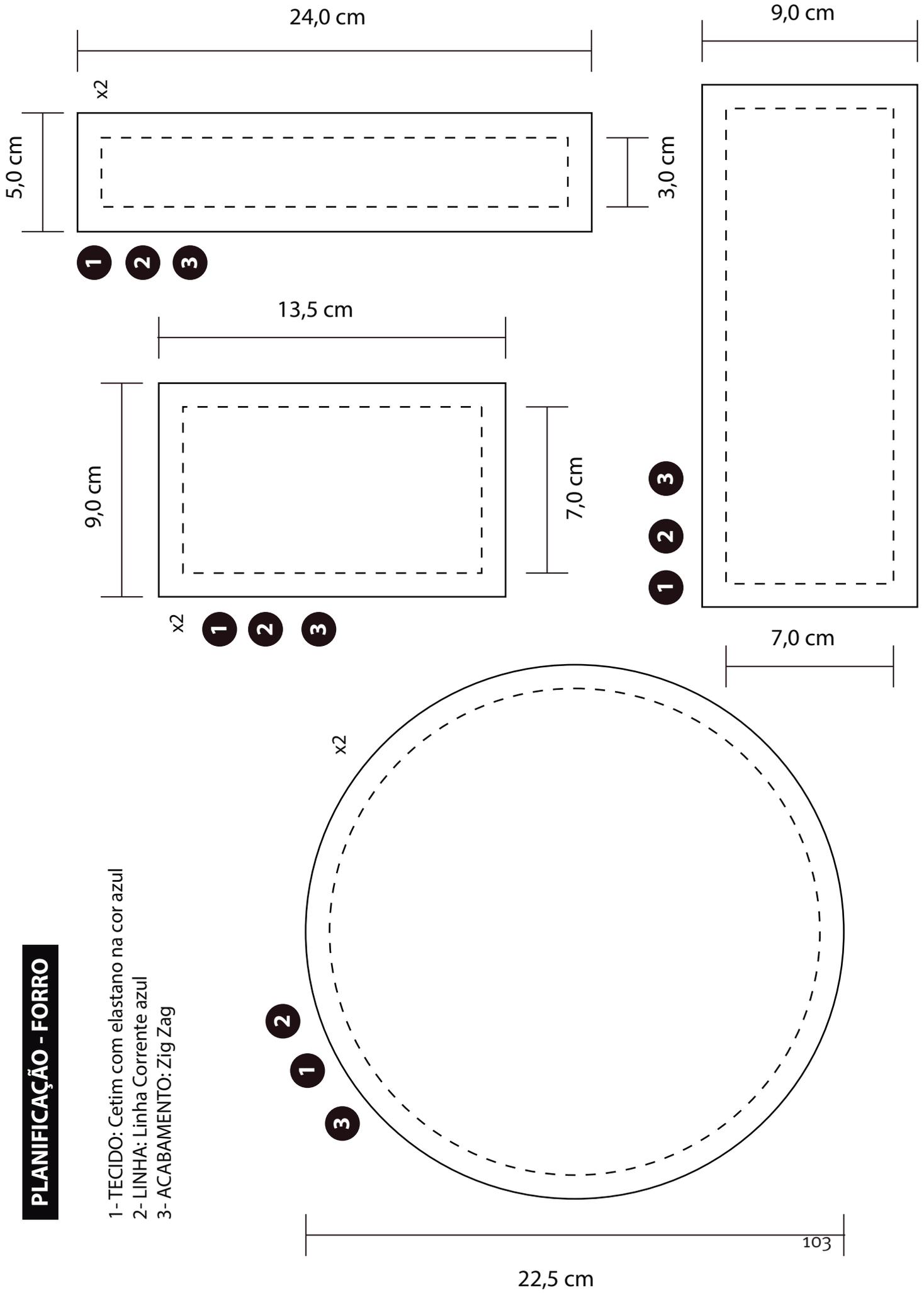
PLANIFICAÇÃO

- 1- TECIDO: Camurça na cor preta 1,0 m2
- 2- LINHA: Linha de Nylon Setta cor preta
- 3- LINHA DECORATIVA: Linha de Nylon Setta cor 15
- 4- LINHA: Linha Corrente na cor preta



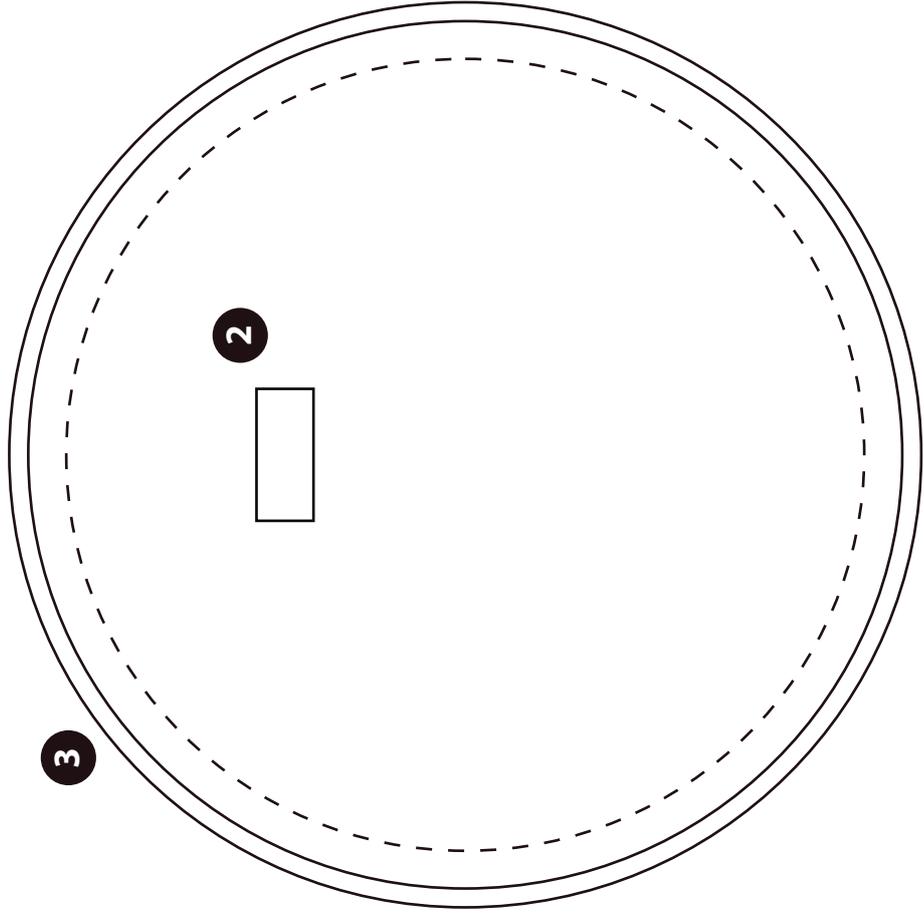
PLANIFICAÇÃO - FORRO

- 1- TECIDO: Cetim com elástico na cor azul
- 2- LINHA: Linha Corrente azul
- 3- ACABAMENTO: Zig Zag



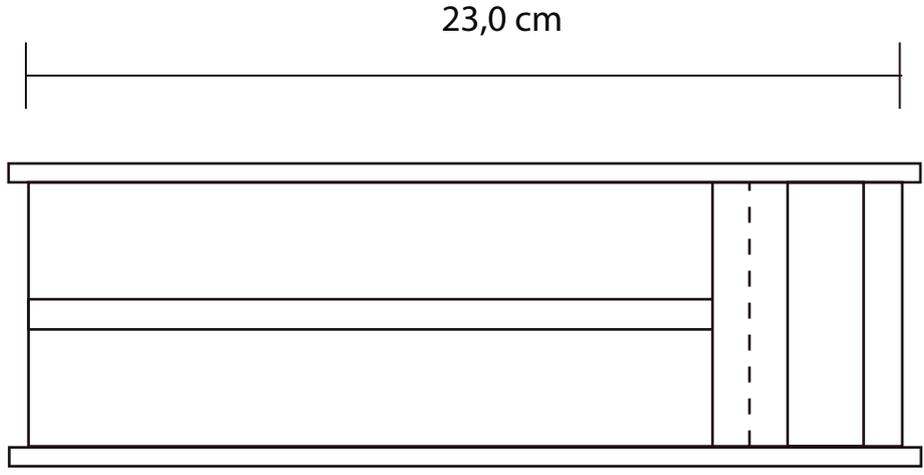
BOLSA ESTOFADO

FRENTE

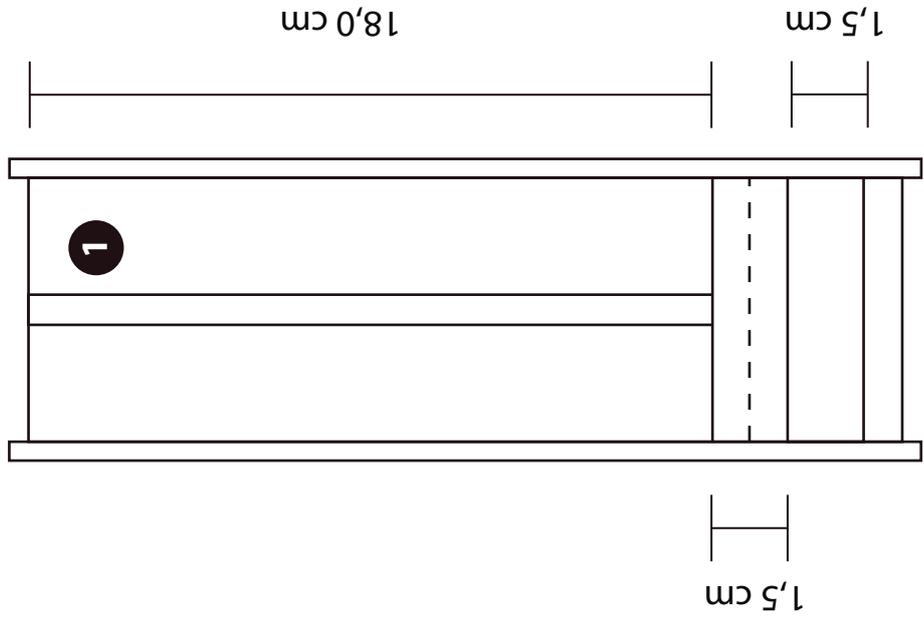


23,0 cm

LATERAL DIREITA



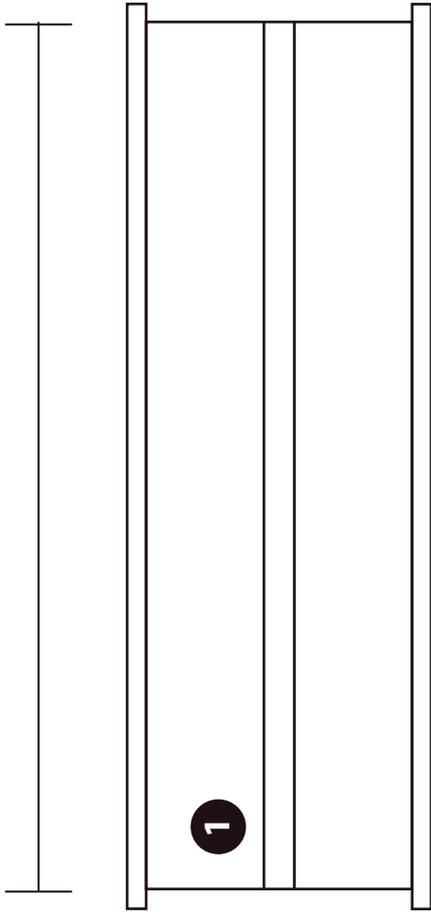
LATERAL ESQUERDA



104

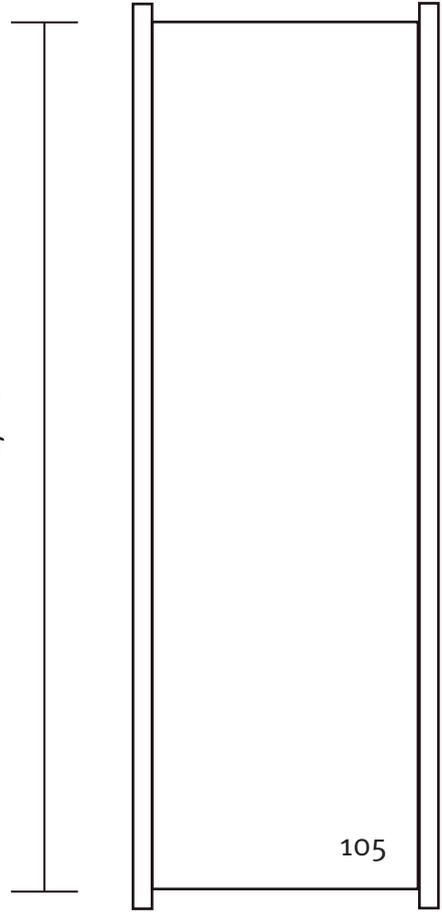
SUPERIOR

23,0 cm

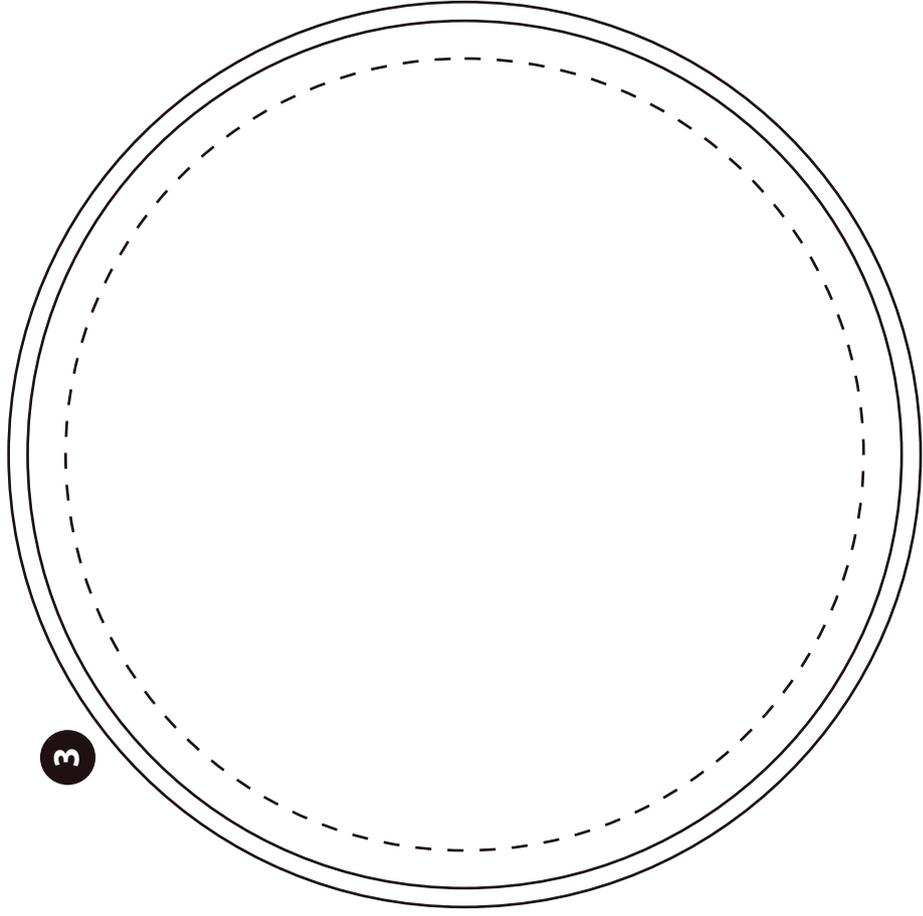


INFERIOR

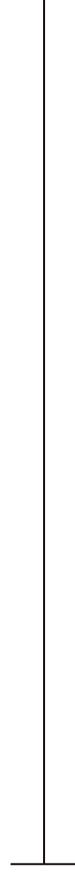
23,0 cm



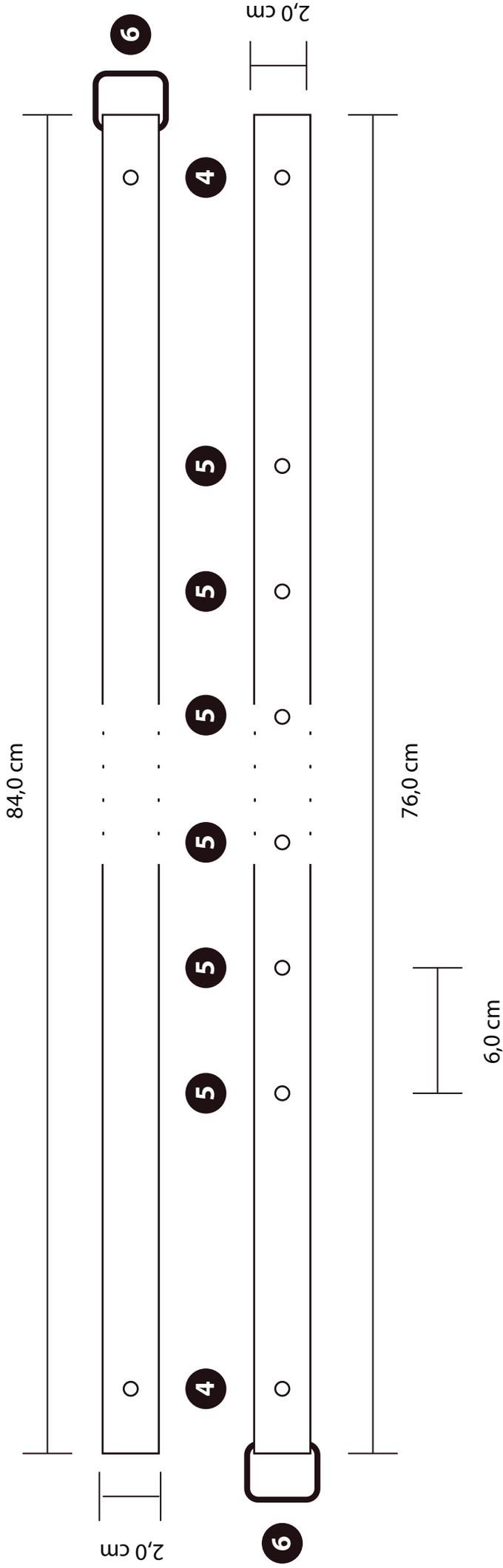
COSTAS



23,0 cm



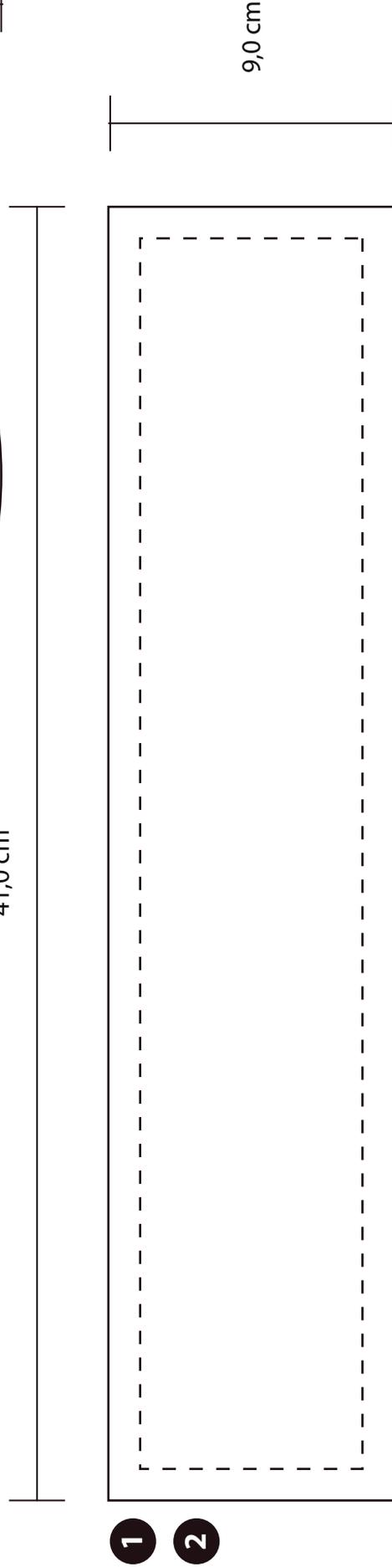
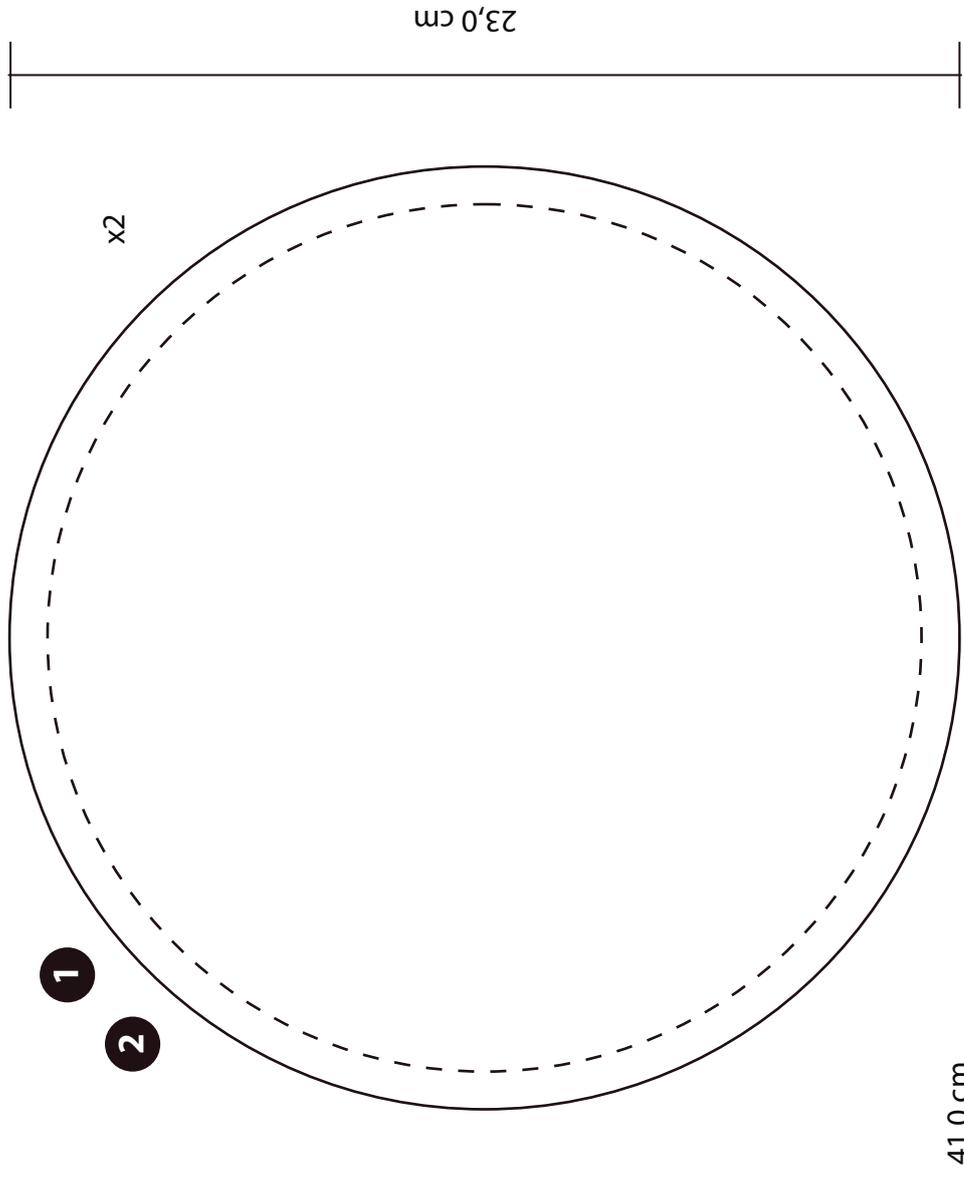
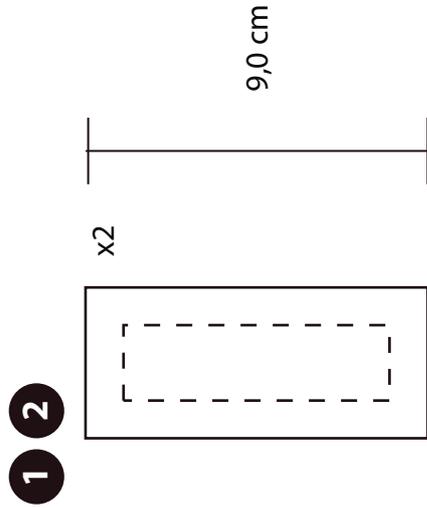
ALÇA



- 1 - AVIAMENTO: Zíper 30 cm branco e dourado
- 2 - FERRAGEM: tag de 3,5x1,5cm
- 3 - PIPING: Couro sintético 1,5m
- 4 - FERRAGEM: Rebite dourado
- 5 - FERRAGEM: Ilhoís dourado
- 6 - FERRAGEM: Meia-argola 2,0cm

PLANIFICAÇÃO

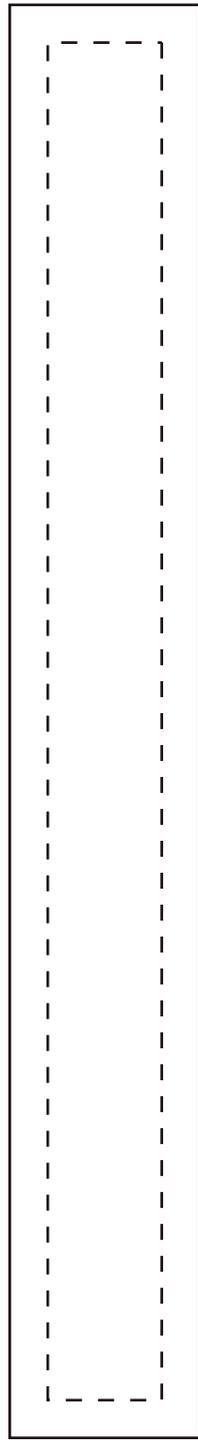
- 1- TECIDO: Couro sintético
- 2- LINHA DECORATIVA: Linha de nylon Linhanyl salmão



PLANIFICAÇÃO

1 2

x2



5,0 cm

38,0 cm

1 2



4,0 cm

86,0 cm

1 2



4,0 cm

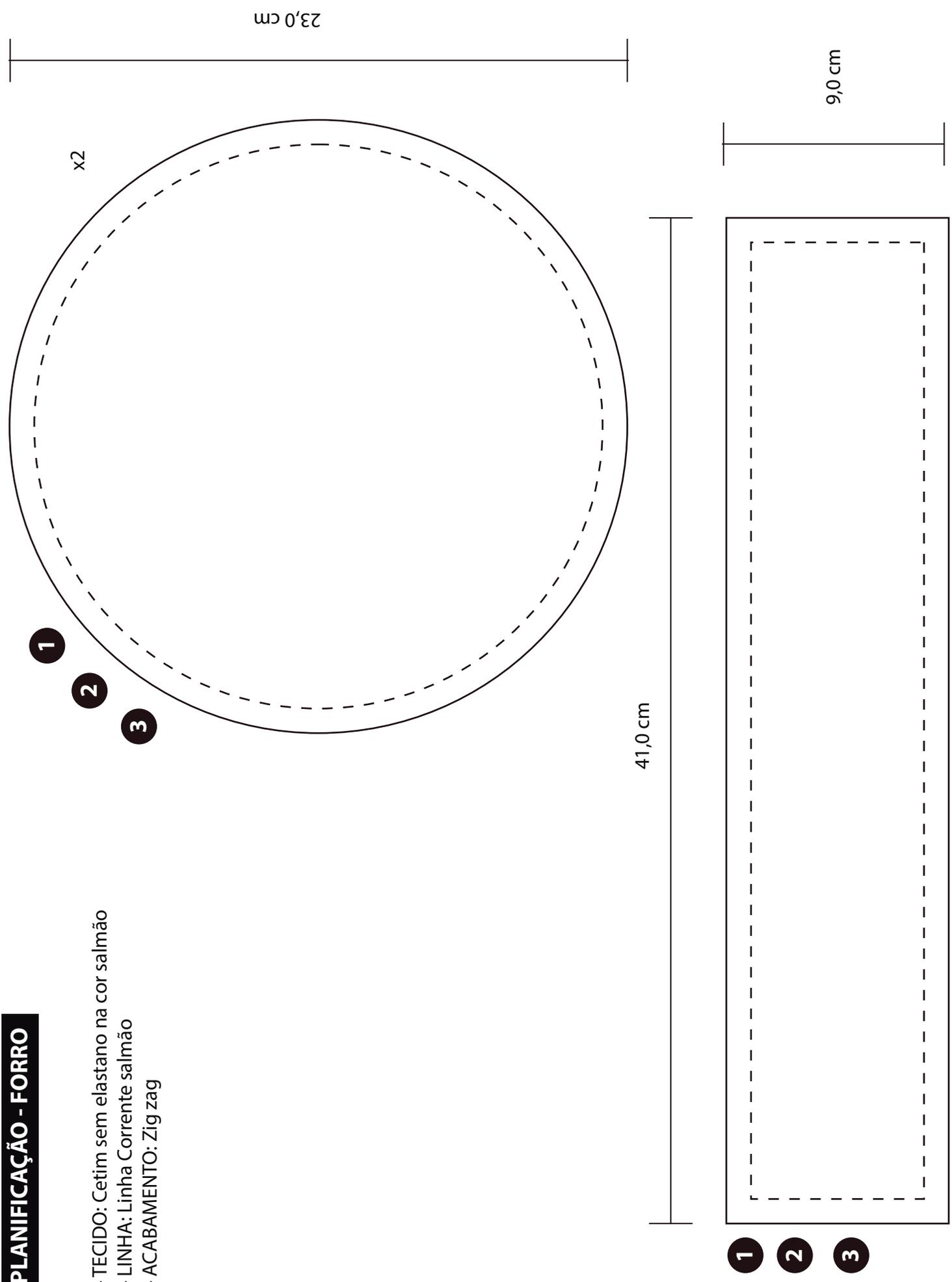
108



78,0 cm

PLANIFICAÇÃO - FORRO

- 1- TECIDO: Cetim sem elastano na cor salmão
- 2- LINHA: Linha Corrente salmão
- 3- ACABAMENTO: Zig zag

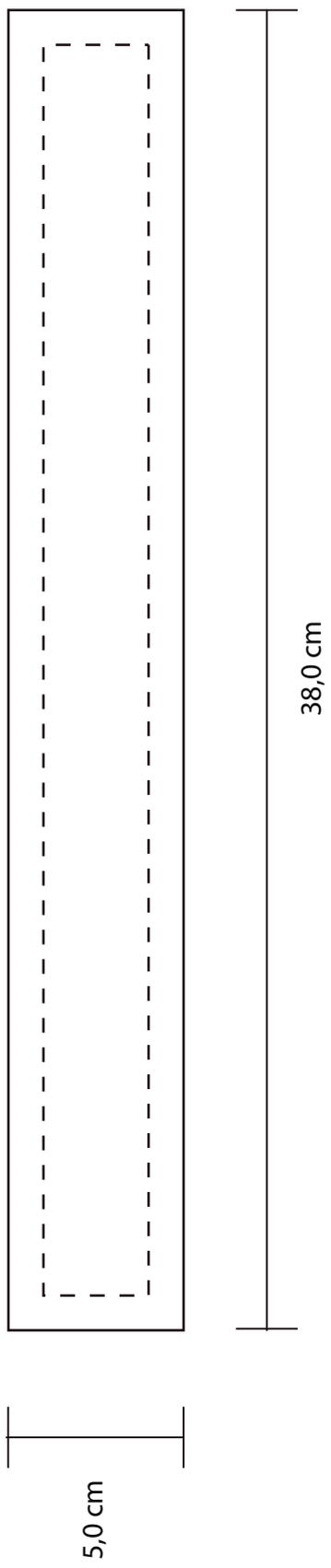


PLANIFICAÇÃO - FORRO

- 1- TECIDO: Cetim na cor salmão
- 2- LINHA: Linha Corrente salmão
- 3- ACABAMENTO: Zig zag

- 1
- 2
- 3

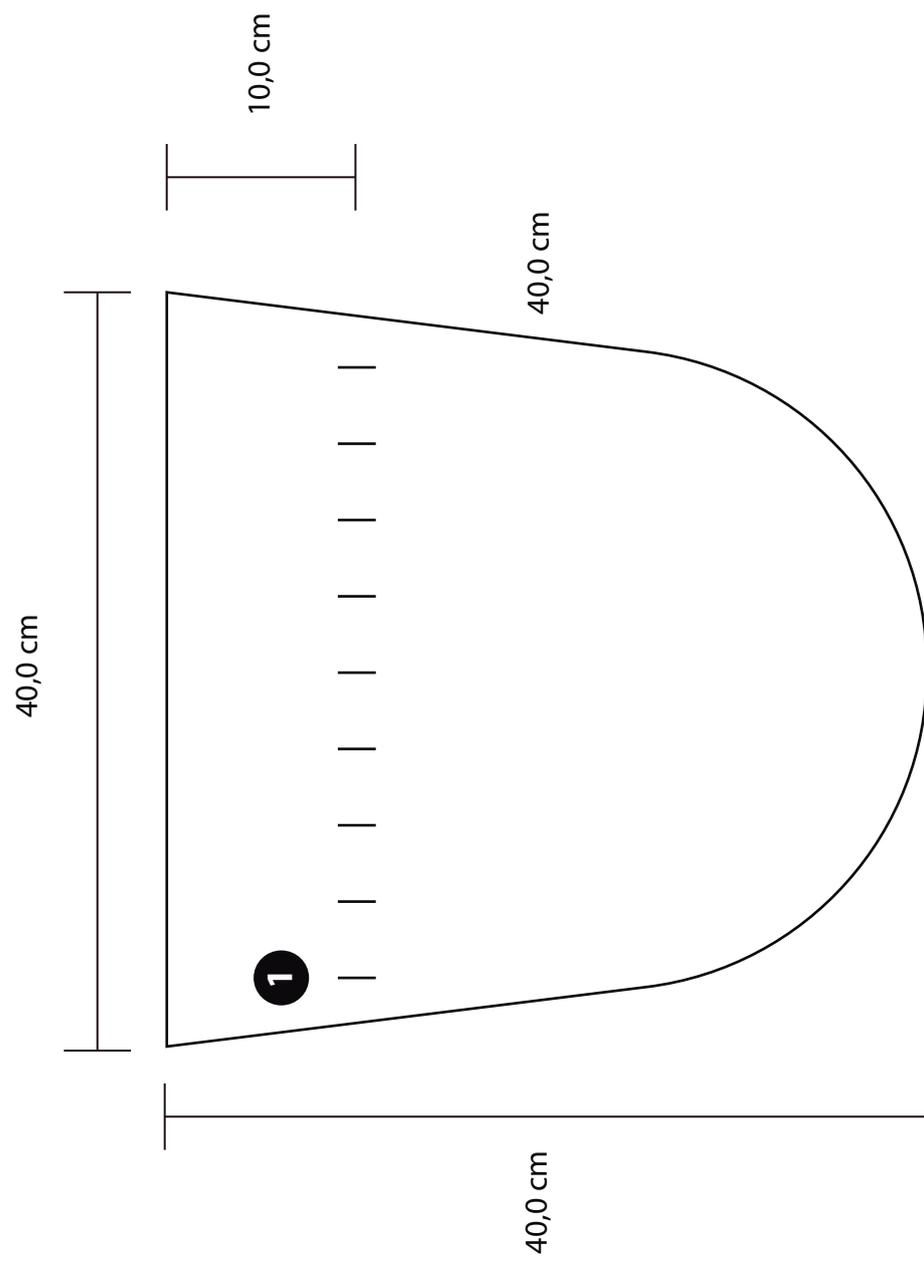
x2



BOLSA SACO

FRENTE/COSTAS/LATERAL DIREITA/LATERAL ESQUERDA

1- FUIROS: Espaços vazados para passar fio



PLANIFICAÇÃO

1- LINHA: Fio de veludo 105 Cisne coleção Fast

2- PONTO 1: Ponto alto

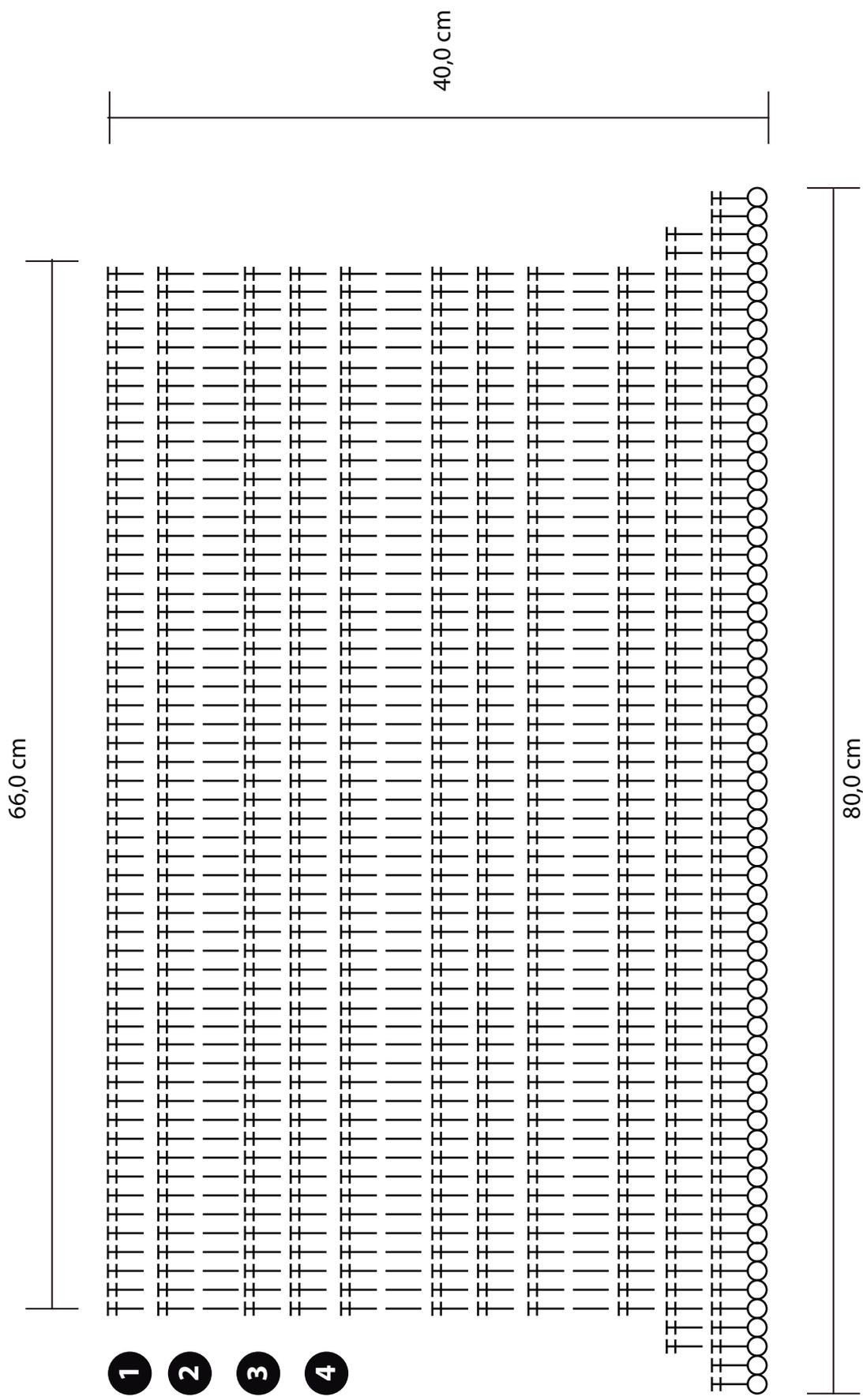
3- PONTO 2: Ponto crochê peruano

4- PONTO 3: Ponto correntinha

○ Correntinha

┄ Ponto Alto

| Ponto crochê peruano



PLANIFICAÇÃO - FORRO

- 1- TECIDO: Cetim com elastano na cor bronze
- 2- LINHA: Linha Corrente bronze
- 3- ACABAMENTO: Zig zag

