



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

UNIVERSIDADE FEEVALE

ELEN SCHMIDT ALBRECHT

UM LUXO DE BIQUÍNI:
DESENVOLVENDO UMA COLEÇÃO DE MODA PRAIA BASEADO NOS
CONCEITOS ATUAIS DE LUXO.

Novo Hamburgo

2012



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

J SCHMIDT ALBRECHT

UM LUXO DE BIQUÍNI:
DESENVOLVENDO UMA COLEÇÃO DE MODA PRAIA BASEADO NOS
CONCEITOS ATUAIS DE LUXO.

Trabalho de Anteprojeto apresentado como requisito parcial da disciplina de Projeto de Coleção I do semestre 01/2012 para a obtenção de grau de Bacharel em Moda pela Universidade Feevale.

Professora Orientadora: M^a Bruna Ruschel Moreira

Novo Hamburgo
2012

SUMÁRIO

1 DEFINIÇÃO DE TEMA.....	4
1.2 ASSUNTO.....	4
1.3 TEMA.....	4
2 JUSTIFICATIVA.....	5
3 PROBLEMA.....	7
4 HIPÓTESES.....	8
5 OBJETIVOS.....	9
5.1 OBJETIVO GERAL.....	9
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
6 METODOLOGIA.....	10
7 SUMÁRIO COMENTADO.....	11
7.1 PALAVRAS-CHAVE.....	11
7.2 MODA PRAIA.....	11
7.2.1 Breve histórico.....	11
7.2.2 Contexto atual do Brasil.....	11
7.2.3 Principais referências.....	11
7.3 LUXO.....	12
7.3.1 Conceito.....	12
7.3.2 As diferentes percepções em relação ao luxo.....	12
7.3.3 O mercado de luxo no Brasil.....	13
7.3.4 Principais referências.....	13
7.4 COMPORTAMENTO DO CONSUMO DE MODA PRAIA E PERCEPÇÕES DE LUXO.....	13
7.4.1 Definir os fatores influenciadores.....	13
7.4.2 Pesquisa de campo.....	14
7.4.2.1 Amostra (definição do público-alvo B e C).....	14
7.4.2.2 Instrumento de coleta de dados.....	14
7.4.2.3 Análise e apresentação dos resultados.....	14
7.4.2 Principais referências.....	14
7.5 PABLO PICASSO.....	14

[Click Here to upgrade to](#)

[Unlimited Pages and Expanded Features](#)

.....	14
7.5.2 Fase cubista.....	15
7.5.3 Principais referências.....	15
7.6 EMPRESA.....	15
7.6.1 Apresentação da construção da empresa.....	15
7.6.2 Nome.....	15
7.6.3 Identidade Visual.....	15
7.6.4 Aplicação de identidade visual.....	15
7.6.5 Concorrentes E análise de produtos.....	15
7.6.6 Principais referências.....	16

1 DEFINIÇÃO DO TEMA

1.1 ASSUNTO

Desenvolvimento de coleção para a nova marca Bon Sauvage Couture.

1.2 TEMA

Desenvolver uma coleção de moda praia para uma nova marca brasileira, tomando para si conceitos de luxo.

2 JUSTIFICATIVA

Segundo dados da ABIT¹ (2011) O setor têxtil no Brasil está entre o 5º maior parque têxtil do mundo, gera em torno de 1,7 milhões de empregos diretos, e a média de consumo de têxteis por habitante em dados de 2009 é de 12,4 kg por habitante. Dessa forma, fazer parte desta indústria parece sensato.

Observando o crescimento do mercado de luxo brasileiro, por consequência, como afirma a pesquisa de FGV², do crescimento da mobilidade social. Ou seja: “O estudo da FGV mostra ainda que a classe média é a única que continua crescendo no País do ano passado pra cá. Neste período, a população que se encaixa na classe C³ aumentou de 53,6% para 55,05% [...]”⁴. Já a classe B⁵ vem diminuindo, fazendo parte futuramente da classe C.

Unindo a essas informações, vemos o mercado de luxo brasileiro também dando um grande salto. De acordo com a jornalista Paula Modena “os números do setor indicam que tem muito brasileiro disposto a gastar seus reais em bolsas, sapatos, vestidos, perfumes e cosméticos de grifes mundialmente famosas”⁶ (2012). Logo, empresas nacionais e internacionais vêm expandindo seus negócios no país, seguindo o preceito de que a população está aumentando sua renda, como já afirmaria o também jornalista Azevedo “As famílias agora têm um pouco mais de fôlego para incorporar coisas que antes elas apenas sonhavam em incorporar”⁷.

¹ Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. Disponível em <http://abit.org.br/apresentacao/Publicacao_ABIT_ColetivaABIT__jan2011.pdf>

² Fundação Getúlio Vargas

³ Classe C; renda familiar entre R\$ 1.200 e R\$ 5.174. Fonte: FGV.

⁴ Disponível em <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI244372-16357,00-FGV+QUASE+MILHOES+DEIXAM+BAIXA+RENDA+EM+ANOS.html>>.

⁵ Classe B: renda familiar maior que R\$ 5.174. Fonte: FGV.

⁶ Grifes internacionais de luxo investem cada vez mais no Brasil. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/03/grifes-internacionais-de-luxo-investem-cada-vez-mais-no-brasil.html>>.

⁷ Pesquisa mostra que consumo dos brasileiros vai chegar a R\$ 1,3 bilhão. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/02/pesquisa-mostra-que-consumo-dos-brasileiros-vai-chegar-r-13-bilhao.html>>



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

pesquisa da vida e obra do artista Pablo Picasso, que servirá de influência para o desenvolvimento da coleção.

Logo, sabendo as características do mercado e do público-alvo desenvolver uma coleção de moda praia, num país tropical, juntamente com a criação de uma nova marca parece justificável perante a possibilidade de alcançar e se estabilizar dentre as tão consagradas marcas que fazem parte daquele nicho.



Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

3 PROBLEMA

Como desenvolver uma coleção de moda praia agregando conceitos de luxo para uma nova marca de *beachwear* usando como inspiração a fase cubista de Pablo Picasso⁸, e se focando no público-alvo pertencente às classes B e C?

⁸ Pintor, desenhista e escultor espanhol.

4 HIPÓTESE

Desenvolver uma coleção de moda praia que agregue conceitos de luxo nas diversas e possíveis interpretações. Usando como base uma moda conceitual. Por esta razão, fazer uso das influências artísticas de Pablo Picasso.

Assim, atingir o público-alvo da classe emergente C, e da classe em declínio B, com o objetivo de dar a elas um produto conceitual, que dê para aquela uma noção de luxo conquistado pela ascensão social, já para esta, uma noção de ainda poder comprar um produto de qualidade e personalidade que remeta aos anos de bom status social.

5 OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver uma coleção de moda praia agregando conceitos de luxo, para uma nova marca de *beachwear* procurando atender às exigências do seu público-alvo, B e C, e tomando como inspiração a fase cubista de Pablo Picasso.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fazer um estudo sobre o crescimento do mercado de luxo no país, bem como identificar quem é o comprador de moda de luxo;
- Realizar uma ressalva às diferentes definições que o termo luxo representa e às diferentes interpretações que ele ganha nos dias de hoje;
- Entender como estas diferenças afetam o modo de viver de cada indivíduo, dada à relativização dos objetos;
- Fazer uma breve análise da fase cubista de Pablo Picasso, tentando identificar possíveis relações com a moda praia;
- Desenvolver uma marca de moda praia, conceituando seus princípios norteadores, sua identidade visual e como ela será aplicada no seu sistema-produto;
- Realizar uma análise do produto praia de possíveis concorrentes, separando-os por categorias: conceito, público-alvo, vendas;
- Conciliar os resultados destes estudos e imprimi-los na criação de uma coleção moda praia, desenvolvida para uma nova marca de *beachwear*.

6 METODOLOGIA

O presente trabalho tem por metodologia, primeiramente, efetuar uma pesquisa exploratória com base em uma documentação indireta, fazendo-se o uso da pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. Para tanto serão analisados livros, recursos eletrônicos, entre estes, artigos, monografias de diferentes cursos da área das ciências exatas e humanas, arquivos pessoais e públicos.

Executar-se-á uma pesquisa de campo de caráter qualitativo com o público-alvo pertencente às classes B e C.

Além de desenvolver uma análise de produtos de empresas do setor.

7 SUMÁRIO COMENTADO

7.1 PALAVRAS-CHAVE

Moda praia. Luxo. Público-alvo. Desenvolvimento de coleção. Picasso.

7.2 MODA PRAIA

Este capítulo tem como objetivo explicar brevemente sobre o início do uso do traje de banho até a apropriação do biquíni pela brasileira, tornando um objeto característico da moda do país.

7.2.1 Breve histórico

Falar brevemente sobre o início do uso do traje de banho e seu desenvolvimento até tornar-se uma das peças mais representativas da moda brasileira.

7.2.2 Contexto atual do Brasil

Analisar de forma breve as informações sobre a moda praia no Brasil, levando em conta as vendas, exportações, peças publicitárias das marcas, público-alvo e além, com o objetivo de situar o leitor no contexto.

7.2.3 Principais referências

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. Trad. Renato Ambrósio. São Paulo: Editora Senac SP, 2008. 227 p.

BARNARD, Malcom. **Moda e Comunicação**. Trad. Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

LAVER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Ed. Schwartz, 2001.

WAJNMAN, Solange. **Moda, comunicação e cultura**: um olhar acadêmico. Org. Adilson José de Almeida. 2. ed. São Paulo: Arte e Ciência, 2005.

SILVEIRA, Cláudia Sarmiento. **O biquíni brasileiro e a moda**. Trabalho de conclusão de curso – Design de Moda e Tecnologia, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS. 2010. 82 f. Disponível em: <<http://ged.feevale.br/bibvirtual/Monografia/MonografiaClaudiaSilveira.pdf>>. Acesso em: 16 mar. 2012.

7.3 LUXO

7.3.1 Conceito

Realizar um breve histórico sobre como a palavra luxo mudou seu caráter, sua função gramatical, gerando novos significados ao longo do curso da história, acompanhando as mudanças no modo de vida da sociedade.

7.3.2 As diferentes percepções em relação ao luxo

As interpretações em relação ao conceito de luxo sofreram variações por toda a história, e não poderia ser diferente nos dias atuais.

Um dos setores que mais cresce no Brasil atraindo compradores não só da classe mais economicamente ativa, mas das classes médias que vem na aquisição de um objeto de luxo, uma espécie de passagem para um “mundo de luxo”.

7.3.4 Principais referências

BERGAMO, Alexandre. **A experiência do status**: roupa e moda na trama social. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

D'ANGELO, André Cauduro. **Precisar, não precisa**: um olhar sobre o consumo de luxo no Brasil. São Paulo: Lazuli Editora, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MOLES, Abraham A. et al. **Semiologia dos Objetos**. Trad. Luiz Costa Lima. Petrópolis, RJ: Editora Vozes Limitada. 1972.

7.4 COMPORTAMENTO DE CONSUMO DE MODA PRAIA E PERCEPÇÃO DE LUXO

7.4.1 Definir os fatores influenciadores

Observar desde os fatores geográficos até os fatores de comportamento feminino.

7.4.2.1 Amostra (definição do público-alvo B e C)

7.4.2.2 Instrumento de coleta de dados:

Aplicação de questionários e/ou entrevistas com o público-alvo, por meio eletrônico e/ou pessoal. Buscar-se-á a entrevista do tipo estruturada para futura comparação das respostas.

7.4.2.3 Análise e apresentação dos resultados.

7.4.3 Principais referências

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras. 2009.

_____; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. Trad. Mário Vilela. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia Do Trabalho Científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2009.

7.5 PABLO PICASSO

7.5.1 Quem foi

Relatar brevemente a vida do espanhol que foi pintor, escultor e desenhista, considerado um dos maiores artistas do século XX.

Analisar as obras feitas nesta fase: cores, texturas, grafismos e influências.

7.5.3 Principais referências

BRASSAÏ. **Conversas com Picasso**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

7.6 EMPRESA

7.6.1 Apresentação da construção da empresa

Visualização dos recursos, ferramentas e conceitos usados para a construção da empresa de moda praia.

7.6.2 Nome

Bon Sauvage Couture.

7.6.3 Identidade visual

7.6.4 Aplicação da identidade visual

7.6.5 Concorrentes E análise de produtos



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

CALDAS, Dario. **Observatório de Sinais:** teoria e prática da pesquisa de tendências. 2 ed. Rio de Janeiro, RJ: SENAC, 2006.

MOLES, Abraham A. et al. **Semiologia dos Objetos.** Trad. Luiz Costa Lima. Petrópolis, RJ: Editora Vozes Limitada. 1972.

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Fundamentos Do Design De Moda:** desenvolvendo uma coleção. Trad. Daniela Fetzner. Porto Alegre: Bookman, 2010.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (EXTRAS)

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Lisboa, Portugal: Edições 70.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia Do Trabalho Científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2009.

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Fundamentos Do Design De Moda**: desenvolvendo uma coleção. Trad. Daniela Fetzner. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **The Fundamentals of Fashion Design**. Lausanne, Switzerland: AVA Publishing SA. 2006, 176 p.

AZEVEDO, André Luz. Pesquisa mostra que consumo dos brasileiros vai chegar a R\$ 1,3 bilhão. **Jornal da Globo**. Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/02/pesquisa-mostra-que-consumo-dos-brasileiros-vai-chegar-r-13-bilhao.html> > Acesso em: 12 mar. 2012.

ESTADO, Agência. **Revista Época**. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI244372-16357,00-FGV+QUASE+MILHOES+DEIXAM+BAIXA+REND+EM+ANOS.html>> Acesso em: 12 mar. 2012.

MODENA, Carla. Grifes internacionais de luxo investem cada vez mais no Brasil. **Jornal da Globo**. Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/03/grifes-internacionais-de-luxo-investem-cada-vez-mais-no-brasil.html> > Acesso em: 15 mar. 2012.

SILVEIRA, Cláudia Sarmiento. **O biquíni brasileiro e a moda**. Trabalho de conclusão de curso – Design de Moda e Tecnologia, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS. 2010. 82 f. Disponível em: <<http://ged.feevale.br/bibvirtual/Monografia/MonografiaClaudiaSilveira.pdf>>. Acesso em: 16 mar. 2012.