



## SUMÁRIO

<b>A APLICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NO PROCESSO DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE UMA COLEÇÃO DE MODA .....</b>	<b>2</b>
<b>A Indumentária Infantil Atual e o Desaparecimento da Infância.....</b>	<b>3</b>
<b>A POPULARIZAÇÃO DO DIA DOS MORTOS MEXICANO NA MODA.....</b>	<b>4</b>
<b>A VESTIMENTA COMO ESPANSÃO DA PERSONALIDADE E POSICIONAMENTO SOCIAL: uma análise sobre o filme o .....</b>	<b>5</b>
<b>CASAMENTO HOMOAFETIVO: A CRIAÇÃO DE UMA MARCA GAY FRIENDLY NO MERCADO DE CASAMENTO .....</b>	<b>6</b>
<b>Confluências entre Moda e Grafite .....</b>	<b>7</b>
<b>EFEITOS DE SENTIDOS NA MODA: .....</b>	<b>8</b>
<b>FRIDA KAHLO: VIDA, OBRAS E INSPIRACOES.....</b>	<b>9</b>
<b>Ichirin no Hana, desenvolvimento de uma coleção de moda baseada no Cosplay e Escapismo.....</b>	<b>10</b>
<b>O GRAFITE E A MODA: ALGUMAS REFLEXÕES.....</b>	<b>11</b>
<b>O USO DA VESTIMENTA COMO REPRESENTAÇÃO DO MORTO NO RITUAL DA COBERTA D'ALMA: UM ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA INDUMENTÁRIA NO RITO FUNERÁRIO AÇORIANO E SUA PRESENÇA ATUAL NA REGIÃO SUL DO BRASIL.....</b>	<b>12</b>
<b>POSSÍVEIS RELAÇÕES ENTRE MODA E ARTE DA PERFORMANCE: UM ESTUDO SOBRE LADY GAGA .....</b>	<b>13</b>
<b>Produção de editorial de moda - Sonhos Intrínsecos .....</b>	<b>14</b>
<b>Projeto de Materialização da Pesquisa de Tendência Comportamental Escapismo .....</b>	<b>15</b>
<b>Radar da Inovação como suporte para criação de novos produtos e serviços de moda .....</b>	<b>16</b>
<b>RESGATANDO CULTURAS: UM ESTUDO SOBRE A SIMBOLOGIA DOS TRAJES ALEMÃES E A TRANSPOSIÇÃO DE SEUS ELEMENTOS PARA MODA EM FESTIVIDADES TÍPICAS .....</b>	<b>17</b>
<b>Ronaldo Fraga: moda como cultura no Rio São Francisco .....</b>	<b>18</b>
<b>TATUAGEM: Uma reflexão sobre a expressão do indivíduo .....</b>	<b>19</b>
<b>UM ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DO FIGURINO NA CONSTRUÇÃO DO PERSONAGEM PSICOPATA ALEX DELARGE, DO FILME “LARANJA MECÂNICA”, COMO REFERÊNCIA PARA A CRIAÇÃO DE UMA COLEÇÃO DE MODA.....</b>	<b>20</b>
<b>Uniformes da Guarda Nacional do Brasil: vestuário, prestígio e moda.....</b>	<b>21</b>



## A APLICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NO PROCESSO DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE UMA COLEÇÃO DE MODA

Kátia Steinmetz<sup>1</sup>; Emanuele Biolo Magnus<sup>2</sup>

Em um século que muito se fala sobre sustentabilidade, e considerando que a moda é a terceira maior atividade econômica do planeta e, conseqüentemente, um dos setores que mais geram poluição e resíduos ao meio ambiente, se faz necessário aliar a moda aos processos sustentáveis, a fim de preservar o ecossistema e garantir um futuro melhor às próximas gerações. Partindo deste contexto, o presente estudo busca analisar alternativas que possam ser inseridas no processo de planejamento e desenvolvimento de uma coleção de moda, de modo a minimizar os danos causados ao meio ambiente e prolongar o ciclo de vida dos produtos de moda. Para tal, inicialmente, apresenta-se a importância da sustentabilidade ambiental, sobretudo relacionada à degradação gerada através da indústria de moda. Em complemento, identificam-se as etapas da cadeia produtiva da moda desde o planejamento, produção até a venda do produto ao consumidor final. Destaca-se também a importância do profissional de moda - o designer, que assume um papel fundamental na criação de produtos que agridam o mínimo possível o meio ambiente. Considera-se o ciclo de vida dos produtos de moda em todas as suas etapas, da pré-produção, em que são apresentadas as principais fibras têxteis ecologicamente corretas, ao uso e ao descarte e, identificam-se as possibilidades e alternativas para prolongar a vida útil do produto, evitando o seu descarte acelerado. Com base no exposto, analisa-se o sistema *fast fashion* e os novos consumidores de moda que atuam de forma fundamental na prática sustentável. Este estudo se dá através da análise de revisões bibliográficas e de publicações acerca do assunto, para em seguida, planejar e realizar o desenvolvimento de uma coleção de moda para a marca Marisol, que se enquadre aos parâmetros sustentáveis. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: moda; sustentabilidade; ciclo de vida do produto; coleção de moda.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)  
Email (katiasteinmetz.nh@gmail.com e emanuelebm@feevale.br)



## A Indumentária Infantil Atual e o Desaparecimento da Infância

Jessica Fernanda Alba<sup>1</sup>; Claudia Schemes<sup>2</sup>

Esta pesquisa tem como temática a indumentária das crianças entre 4 e 6 anos na atualidade e a ideia do desaparecimento da infância. Consideramos importante refletir sobre essa questão em função das consequências negativas que observamos em função da adultização da infância que vem ocorrendo nos últimos anos. Os objetivos deste trabalho são: reconstruir a história da infância e da indumentária até o século XXI; observar como mudaram os conceitos de infância; identificar e refletir sobre o desaparecimento da infância; elaborar uma marca de moda infantil; propor a criação de uma coleção de moda para crianças de 4 a 6 anos visando o conforto e o desenvolvimento saudável da criança. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo aplicada com abordagem qualitativa e quantitativa com crianças, pais e com uma psicóloga. Como resultados foi possível constatar que, em tempos passados, existia grande invisibilidade da infância, na qual as crianças não eram respeitadas, logo, não havia distinção entre adultos e infantes, tanto na indumentária quanto no comportamento; com o tempo, a infância foi conquistando seu espaço e respeito perante a sociedade e com isso seu reconhecimento; o vestuário passou então a receber características próprias. Entretanto, esse reconhecimento da infância como uma fase especial e com características peculiares que foi adquirido no decorrer da história perdeu forças nos dias atuais e, por vezes, retorna à época medieval, quando praticamente não existia diferença entre adultos e crianças. Ao longo deste trabalho, foi possível analisar a ideia de desaparecimento da infância e constatar que, atualmente é visível o fato de a criança estar “pulando” etapas importantes de seu desenvolvimento e contatando muito precocemente com experiências que deveriam fazer parte apenas da idade adulta. A mídia contribui muito para isso, assim como os pais que dificilmente mantêm controle sobre o que seu filho assiste na televisão. A pesquisa de campo realizada com crianças de cinco anos obteve um retorno satisfatório, pois ao contrário do que se esperava, com esta idade as crianças foram totalmente participativas, de modo que contribuíram respondendo a todas as perguntas atentamente. Este estudo servirá de base para a elaboração de uma coleção de moda infantil, para crianças de 4 a 6 anos, a fim de resgatar a doçura e fantasia existentes na fase infantil, pensando em conforto e ludicidade. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Desaparecimento da infância; Adultização infantil; vestuário infantil; lúdico.

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (jessicaalba@feevale.br e claudias@feevale.br)



## A POPULARIZAÇÃO DO DIA DOS MORTOS MEXICANO NA MODA

Gabriela Lumi Yamashita Rodrigues<sup>1</sup>; Julia Isoppo Picoli<sup>2</sup>

O trabalho aborda como principal assunto o Dia dos Mortos comemorado no México, uma das manifestações culturais mais importantes do país, que celebra as mortes de parentes e amigos. O objetivo principal deste trabalho é compreender como ocorreu o processo de popularização do Dia dos Mortos, assim como suas influências na moda. A partir disso, é feito um breve estudo sobre o México e sua cultura, contextualizando a celebração do Dia dos Mortos. Este estudo embasa a compreensão do povo mexicano sobre a morte, a história dos primórdios da crença, o surgimento da lenda, que deu origem a celebração, além dos elementos que fazem parte da festividade. A seguir, é feita uma análise de como a popularização do Dia dos Mortos está representada na sociedade moderna, e principalmente na moda. A construção deste trabalho foi realizada a partir de pesquisas em livros - entres os quais destaca-se, Prodanov e Freitas (2009) - teses, artigos, e vídeos. Assim, verificou-se que a hipótese apresentada - designers que buscam inspirações diferentes tem se baseado nessa celebração, cada vez mais - foi confirmada. Além de servir como referência diferenciada para futuras construções de trabalhos, esta pesquisa procura salientar a crescente importância desta comemoração na moda. Com a popularização do Dia dos Mortos, que se deu a partir do processo de imigração dos mexicanos para outros países, como os Estados Unidos, a cultura mexicana passou a ter uma expansão mundial. Alguns dos exemplos em que percebe-se o quão grande é esse processo, podem ser encontrados em filmes, músicas e arte. A partir do objetivo anteriormente apresentado, o trabalho acabou por afirmar a hipótese de que é devido ao interesse pelo Dia dos Mortos por parte de influenciadores, como estilistas, que essa celebração se popularizou. Ou seja, a procura de diferenciadas fontes de referências em seus trabalhos, como podemos notar em trabalhos do estilista Ronaldo Fraga (coleção em 2010 no São Paulo Fashion Week, inspirado no Dia dos Mortos e na Disneylândia) e na marca Cavaleira (coleção inspirada no Dia dos Mortos, Frida Kahlo e Janis Joplin, apresentada em 2012 no São Paulo Fashion Week). (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Dia dos Mortos. México. Popularização. Moda.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (gabilumi@gmail.com e 0091574@feevale.br)



## A VESTIMENTA COMO ESPANSÃO DA PERSONALIDADE E POSICIONAMENTO SOCIAL: uma análise sobre o filme o

Thales de Andrade da Silva<sup>1</sup>; Joseane Rucker<sup>2</sup>

A análise tem por objetivo a investigação do vestuário como expansão da personalidade e de posicionamento social em *O Diabo Veste Prada*. Para melhor entender as relações entre corpo e vestimenta, a apreciação far-se-á sobre o perfil da personagem Andrea Sachs no filme do diretor David Frankel, lançado em 2006, a partir da composição de seu figurino. Na discussão de moda como autopromoção, são analisadas as vestimentas que significam *statu* social na narrativa audiovisual. A investigação visa mostrar como a moda é uma forma de comunicação que traz por meio de componentes do traje um texto. A linguagem moda será apresentada como um aspecto de construção de significação e, assim, mostrará de que maneira cada pessoa constrói seu discurso a partir da combinação de elementos das vestimentas. Dessa maneira, a pesquisa tem, por meio da compreensão das relações entre moda, corpo e sociedade, o objetivo central de entender como a protagonista atingiu seus objetivos dentro da empresa a partir da mudança de vestuário e como tal ação lhe proporcionou ascensão social e, mais tarde, influenciou seu comportamento. A metodologia aplicada se baseou ao tipo de pesquisa utilizado - exploratória -, à vertente aplicada - qualitativa -, ao método - bibliográfico - e às técnicas de coleta e análise realizadas - documentação indireta, isto é, documental e bibliográfica. O embasamento teórico se fez por meio de estudos semióticos de Roland Barthes - autor francês conhecido por reflexões políticas sobre revistas na década de 50 - e Kathia Castilho - presidente da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda -, e sociológicos de Renata Cidreira - professora adjunta da Universidade Federal do Recôncavo Baiano - e Richards Sennett - sociólogo e historiador norte-americano pesquisador das áreas socioculturais - que trouxeram à pesquisa a possibilidade de analisar os acontecimentos da trama e, por conseguinte, a moda além das passarelas. A pesquisa, posto o estudo teórico sobre as fundamentações da moda como discurso visual, propõe uma aplicação analítica sobre os figurinos da personagem Andrea no filme *O Diabo Veste Prada*. São analisadas as redes de significação dos trajes da personagem Andrea a fim de empregar os conhecimentos obtidos sobre o vestuário como expansão da personalidade. (ESPM; ESPM)

Palavras-chave: Moda; Semiótica; O Diabo Veste Prada

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (thalesdeasilva@gmail.com e joseanerucker@gmail.com)



## CASAMENTO HOMOAFETIVO: A CRIAÇÃO DE UMA MARCA GAY FRIENDLY NO MERCADO DE CASAMENTO

Dayane Cristine Cyzinauskas<sup>1</sup>; Ana Hoffmann<sup>2</sup>

O estudo tem por objetivo analisar o comportamento de consumo homossexual, a fim de identificar o que esse público gostaria de vestir no dia do casamento, e propor uma coleção de moda que os atenda, neste segmento. Baseado na questão da aprovação judicial do casamento homoafetivo no país, através de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, buscou-se um entendimento sobre, a homossexualidade e seu comportamento de consumo de moda, bem como questões sobre o casamento e esse novo modelo de união, para por fim identificar o que esse público busca nesse sentido. Resultando assim, na criação uma marca de moda *Gay Friendl*, que atuará no segmento de casamento, e para a qual será desenvolvida uma coleção de moda direcionada para este público e segmento. (FEEVALE)

Palavras-chave: Homossexualidade. Casamento. Comportamento. Consumo. Moda.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (dayzinhanh@gmail.com e anahoffmann@feevale.br)



## Confluências entre Moda e Grafite

Mônica Spaniol<sup>1</sup>; Marcelo Ricardo Zeni<sup>2</sup>

Este trabalho foi proposto com o objetivo de desenvolver uma coleção de moda que tenha a estética do grafite como fonte de referência, buscou-se no design de superfície auxílio para a criação das estampas presentes nesta coleção. Utilizando-se de pesquisa exploratória com base em levantamentos bibliográficos foram coletados os materiais necessários para a construção deste estudo, que primeiramente concentrou-se nas análises relacionadas ao grafite, identificando algumas aparições ligadas a ele ao longo da história, até sua inserção na cultura *hip hop*, estudando sua estética e o processo que o levou a ser percebido como arte, verificando também a moda que passou a buscar tendências nas ruas, estabelecendo as confluências entre os dois. Em seguida, partiu-se para os conceitos relacionados ao design de superfície, analisando as técnicas de criação das estampas, e com o intuito de transportá-las para os tecidos, estudou-se alguns processos de impressão utilizados no setor têxtil. Finalizando o trabalho realizou-se a elaboração de uma marca de moda, para qual, pretende-se conceber a coleção de moda anteriormente citada como objetivo principal deste trabalho. Notou-se que as confluências entre a moda e o grafite salientam-se em alguns pontos: ambos possuem características efêmeras, trabalhando como superfícies sobrepostas, o grafite tem como suporte, paredes e muros, e a moda, o corpo. Verificou-se também que eles possuem a capacidade de transmitir mensagens e comunicar algo a quem os observa. Percebeu-se que aproximações entre os dois, já foram trabalhadas por alguns estilistas, e que o grafite atribui valor aos produtos de moda, à medida que traz características jovens e descontraídas presentes em seu universo para as criações propostas. (FEEVALE)

Palavras-chave: Grafite. Moda. Design de superfície.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)  
Email (monicaspaniol\_@hotmail.com e marcelo.r.z@hotmail.com)



## EFEITOS DE SENTIDOS NA MODA:

Jessica Acosta Gomes<sup>1</sup>; André Conti Silva<sup>2</sup>

O presente trabalho tem por objetivo apresentar as coleções do estilista Alexandre Vauthier em busca de signos e efeitos de sentido. Este estudo caracteriza-se por mostrar a moda como uma forma de comunicação, elucidando de que maneira a modelagem de uma peça pode conter signos - elementos visuais que signifiquem algo -, estabelecendo significados e como estes significados se relacionam produzindo os chamados efeitos de sentido. Para isso, primeiramente definiram-se os conceitos de significado de signo, com o objetivo de compreender de que forma eles podem estar contidos na modelagem da marca. A metodologia utilizada foi o estudo de caso, e como métodos auxiliares, utilizaram-se os processos metodológicos da dissecação e das molduras para análise das peças da marca. Autenticaram-se as molduras sexualidade, *statu* e força, proporcionando a identificação de três signos principais da construção/modelagem de Alexandre Vauthier. Após esta pesquisa, foi selecionada a marca Karin Feller para ser utilizada no trabalho de conclusão - projeto de coleção II, onde será realizada uma coleção de moda utilizando os signos encontrados nesta pesquisa. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Efeitos de sentido, modelagem, significado, signo, Alexandre Vauthier.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (acostagomes.j@gmail.com e andrec@feevale.br)



## FRIDA KAHLO: VIDA, OBRAS E INSPIRACOES

Tânia Vanessa Godói Pagnussat Becker<sup>1</sup>; René de Moraes Rudit<sup>2</sup>

O presente trabalho busca investigar a vida e as obras da artista mexicana Frida Kahlo. Para tanto se fez necessário uma pesquisa bibliográfica de sua vida, a fim de identificar o que motivava Frida a produzir obras que retratavam sua dor e sofrimento. A hipótese levantada sugere que o acidente sofrido na sua adolescência, as traições, as doenças e abortos sofridos motivavam e inspiravam a pintura. A análise das obras e cores usadas também servirá de subsídios para interpretar ou buscar compreender como podem servir de inspiração para o desenvolvimento de uma coleção de moda. Por fim, apresenta-se a marca a qual será utilizada para o desenvolvimento de uma coleção de peças do vestuário feminino, levando em consideração a base teórica e as pesquisas realizadas. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Frida Kahlo; vida; obras; inspiração; moda.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (taniavgp@yahoo.com.br e renemr@feevale.br)



## Ichirin no Hana, desenvolvimento de uma coleção de moda baseada no Cosplay e Escapismo.

Carla Ariel Siqueira<sup>1</sup>; Ana Hoffmann<sup>2</sup>

O estudo objetivou traçar uma relação entre a cultura *cospla* e o movimento do Escapismo com o intuito de criar uma coleção de moda baseada nesta temática. Para o desenvolvimento de tal utilizou-se o método de revisão bibliográfica e uma pesquisa de campo aplicada durante o evento de cultura oriental *Animextrem*. Para a efetuação deste estudo foi necessário conhecer a origem da cultura *cospla*, como esta cultura é difundida no Japão, como esta prática chegou ao Brasil e como o *cospla* influencia de forma comportamental os seus participantes, em seguida efetuou-se um estudo do movimento escapista como uma macrotendência e onde se tentou estabelecer uma relação com sua origem durante o movimento do Romantismo, sua aparição em subculturas como o *Bea* e o *Hippi* e sua presença no Vanguardismo Japonês. A partir da pesquisa de campo podem-se identificar alguns hábitos comportamentais e consumistas dos praticantes de *cosplay*. Assim com base nas informações coletadas podem-se estabelecer quais diretrizes tomar na hora da criação da coleção de moda para o público feminino, assim como a criação de uma marca de moda para representar esta coleção. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Cosplay. Escapismo. Romantismo. Subculturas. Coleção.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (krla-ramone@hotmail.com e anahoffmann@feevale.br)



## O GRAFITE E A MODA: ALGUMAS REFLEXÕES

Laura Schemes Prodanov<sup>1</sup>; Emanuele Biolo Magnus<sup>2</sup>

A pesquisa tem como temática a arte do grafite e suas utilizações pela moda contemporânea. O grafite, da mesma forma que outros movimentos culturais, inspira todo um *lifestyle*, e a moda se apropria disso para as suas criações. A ligação desse tipo de arte de rua com a moda pode ser compreendido através de uma simples observação de coleções dos mais diferentes estilistas. Portanto, os objetivos dessa investigação são: refletir sobre a ligação entre o grafite e a moda; conceituar grafite, cultura e moda; identificar os principais grafiteiros do Brasil e do mundo e identificar como o grafite influencia as criações de alguns estilistas. Para este trabalho será realizada uma pesquisa bibliográfica que será elaborada a partir de material já publicado, como livros, artigos, monografias, etc, e na internet, sempre cuidando com a procedência e a qualidade das informações. Faremos, também, uma pesquisa fotográfica de coleções de estilistas que utilizaram ou foram influenciados pelo grafite em suas criações. Este trabalho ainda está em andamento, mas como considerações parciais podemos afirmar que a moda se utiliza das mais diversas fontes de inspiração para suas criações: pessoas, lugares, movimentos urbanos, entre outros. A inspiração pode vir de alguma coisa comum, que vemos todos os dias, mas também pode surgir de uma viagem, de algum lugar que visitamos somente uma vez, ou mesmo de uma lembrança. O grafite, que está presente na maioria das vezes na vida das pessoas, mesmo sem o consentimento delas, serviu, e ainda serve, como base para diversos estilistas. Essa congruência entre os dois mundos - arte e moda - aparece em diversas formas, sendo no *shap* da roupa, na estampa, no acabamento, etc. Mas não é só nisso, esse *lifestyl* também influencia uma atitude mais moderna, descolada e atual. Enfim, embora haja poucos trabalhos acadêmicos a respeito da utilização do grafite pela moda, achamos que essa forma de manifestação da cultura e suas relações com a moda podem ainda ser bastante exploradas e observamos que são várias as possibilidades de reflexão a respeito dessa temática que é rica e está cada vez mais suscitando interesse. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Moda; Grafite; Arte

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (lauraprodanov@yahoo.com.br e emanuelebm@feevale.br)



## O USO DA VESTIMENTA COMO REPRESENTAÇÃO DO MORTO NO RITUAL DA COBERTA D'ALMA: UM ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA INDUMENTÁRIA NO RITO FUNERÁRIO AÇORIANO E SUA PRESENÇA ATUAL NA REGIÃO SUL DO BRASIL

Cristian Leandro Metz<sup>1</sup>; Henrique Alexander Grassi Keske<sup>2</sup>; Emanuele Biolo Magnus<sup>2</sup>; Ana Maria Argenton Woltz<sup>2</sup>; Samira Moraes Troncoso Kroeff<sup>2</sup>

O presente trabalho tem como objetivo o desenvolvimento de uma coleção de moda sob o enfoque de um ritual funerário específico que se utiliza da vestimenta para a sua prática. Através de revisão bibliográfica, com coleta de dados e informações relacionadas ao assunto, abordamos, com base em Abbagnando (1982), Bayard (1996) e Heidegger (2007) o sentido da morte, dos ritos funerários e seu exercício, desde os tempos mais remotos até a sua prática na atual sociedade moderna; a que eles servem e o que podem proporcionar àqueles que os realizam. Aborda também, de acordo com o que citam Lipovetsky (2008), Calanca (2008) e Jones (2011) sobre as funções da moda e da indumentária e de que maneira a moda se coloca a serviço da realização de ritos de passagem. Tais assuntos servem de introdução ao tema deste estudo que registra a realização do ritual da Coberta d'Alma, prática de origem Açoriana de perpetuação do ente falecido no meio familiar através do uso da indumentária. As informações sobre o ritual foram coletadas por meio de uma pesquisa exploratória através de entrevistas semiestruturadas para fins de registro da prática e preservação da sua história e memória, como propõe Meihy (2000). Utilizando todo o repertório de informações teóricas acerca do assunto, desenvolveu-se a coleção "Catrinas - Luto e Festa" que foi concebida levando-se em conta todos os aspectos projetuais para o desenvolvimento de uma coleção: a elaboração de um briefing onde aparece a relação estabelecida entre a coleção e a parte monográfica, além da história da marca, suas estratégias de marketing e o público alvo para o qual ela estava sendo criada. Neste processo detalhamos também as etapas de planejamento da coleção, que envolvem a pesquisa de tendências, os elementos de estilo e de inspiração, o tema da coleção e sua cartela de cores, bem como os materiais e aviamentos necessários para o seu desenvolvimento. Em continuidade, foram desenvolvidos os desenhos que comporiam a coleção de 10 *look*, desenhos estes que serviram de base para o desenvolvimento das modelagens e desenhos técnicos, que foram inseridos nas fichas técnicas e que foram usados para a elaboração do quadro de coleção. A apresentação da coleção ao público aconteceu por meio de desfile, em evento específico denominado "Projeta-me", evento que faz parte do calendário acadêmico dos alunos graduandos do Curso de Moda da Universidade FEEVALE. (FEEVALE; FEEVALE)

Palavras-chave: Coberta d'Alma. Morte. Ritos funerários. Funções da moda. Coleção de moda.

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (crismetz@feevale.br e henriquek@feevale.br)



## POSSÍVEIS RELAÇÕES ENTRE MODA E ARTE DA PERFORMANCE: UM ESTUDO SOBRE LADY GAGA

Carolina Machado Eleguida<sup>1</sup>; Ana Hoffmann<sup>2</sup>

O presente trabalho foi desenvolvido com intuito de analisar as possíveis relações entre moda e arte da performance para a partir deste estudo desenvolver uma coleção de moda. Com este objetivo, analisou-se primeiramente a origem da arte da performance e suas manifestações através do século XX. Em seguida, estudou-se a sua ligação com a moda, tendo como referência o trabalho desenvolvido pela performer Marina Abramovick e por estilistas contemporâneos e conceituais. Posteriormente, optou-se por conhecer o trabalho desenvolvido pela artista performática contemporânea, a cantora Lady Gaga, observando a composição de seu figurino. Por fim, iniciou-se o processo de desenvolvimento de coleção através da escolha da marca Alexander McQueen para a qual será desenvolvida uma coleção feminina, de vestuário conceitual. A metodologia utilizada durante o desenvolvimento deste trabalho foi a revisão bibliográfica específica de moda e performance, bem como autores que estudam o processo de desenvolvimento de uma coleção de moda. Essa pesquisa também baseou-se na análise de vídeos e fotografias coletados na internet, livros e revistas de moda e de performance. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Moda.Arte da Performance.Lady Gaga.Conceito.Desenvolvimento de coleção.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (carolctg@hotmail.com e anahoffmann@feevale.br)



## Produção de editorial de moda - Sonhos Intrínsecos

Vanessa Wingert<sup>1</sup>; Carolina Fuhrmann Sabo<sup>1</sup>; Fernanda Cristina Volz<sup>1</sup>; Janine Thaís Laux<sup>1</sup>; Ana Hoffmann<sup>2</sup>

O projeto desenvolvido dentro da disciplina de Produção de Moda tem por objetivo articular o senso estético e crítico do acadêmico para a produção de imagens de moda, se concretizando através da composição e produção de um editorial para uma revista. A metodologia utilizada divide-se em quatro partes: definição do veículo de pesquisa (qual revista), pesquisa no contexto (caracterizada pelo *briefing*, pré-produção (definição de estilo, beleza, locação), produção e pós-produção (escolha e tratamento de imagens). A partir da definição e análise do veículo, revista FFW Mag!, utilizou-se dos padrões apresentados em seus editoriais e sugeriu-se a proposta conceitual com o tema: Sonhos Intrínsecos. Além da temática, foi elaborado um *briefin*, definindo cenário, modelo, fotógrafo e *look* baseando-se na pesquisa sobre o conceito estabelecido. Para a pré-produção, foi utilizado a ferramenta visual de apoio a projetos, o *moodboar*, contendo imagens referenciais de estudo de estilo *look* e acessórios), estudo de beleza *make-u* e cabelo), estudo de poses, estudo de locação e cenário para a produção do editorial. Além disto, o cumprimento de um cronograma pré-estabelecido, com datas, funções e atos em sequência cronológica. Na produção, o prévio estudo e definições foram concretizados através de fotos internas e externas, acompanhadas de imagens de *making off* e filmagem de um *fashion víde*. Para finalizar a produção de moda, ocorreu a pós-produção com a edição e seleção de fotos e filmagem. A elaboração do projeto através da disciplina de Produção de Moda colocou em prática a aprendizagem de todas as etapas de um editorial de moda. Colocou-nos em choque com o mercado e com o papel do *stylin* de moda e nos mostrou a importância da composição da imagem em relação a sua comunicação com o público alvo que consome esta revista. Além de apresentar todas as etapas e ferramentas envolvidas no processo. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Produção de Moda, styling para revista, editorial de moda.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (wingert\_vanessa@yahoo.com.br e anahoffmann@feevale.br)



## Projeto de Materialização da Pesquisa de Tendência Comportamental Escapismo

Jessica Fernanda Alba<sup>1</sup>; Marina Seibert Cezar<sup>2</sup>

Este resumo objetiva explicar o método proposto, bem como a experiência concedida pela ação de materializar na forma de um calçado infantil uma das temáticas realizadas pelo Grupo de Pesquisas de Tendência Comportamental, oportunizado pelo Centro de Design da Universidade Feevale com empresas da região do Vale do Rio dos Sinos. A proposta origina-se em função de uma necessidade de aproximar o potencial criativo acadêmico com as demandas do mercado coureiro-calçadista da região. Através da exemplificação concreta, é viabilizado o entendimento da adoção de uma pesquisa comportamental de tendências, com a possibilidade de uso diferenciado de matérias-primas de empresas de calçados. Assim, como metodologia, adota-se a análise dos estudos acerca da temática Escapismo como elemento inspirador para a criação deste produto. Desmembra-se com isso, um *moodboar*, cartela de cores e possibilidades tecnológicas. No produto, opta-se por uma linguagem atrelado à fantasia e um apelo estético à ludicidade. Os materiais utilizados na confecção do calçado decorrem como resultado de contrapartida de apoio de empresas de couro, aviamentos, recortes a lazer e tecido para forro, além do atelier de costura e modelagem. Por fim, cria-se um *scrapboo* com todo o processo descrito na forma de desenhos, imagens e palavras. Como resultado parcial, é possível citar sua exposição na Francal - Feira Internacional de Moda em Calçados e Acessórios que ocorre anualmente em São Paulo, reforçando o nome das empresas envolvidas. Bem como, o acompanhamento de todo o processo de desenvolvimento do produto pela acadêmica por intermédio em visitas às empresas, com orientação da professora, possibilita uma experiência prática de conhecimentos adquiridos em sala de aula pelo curso de Moda da Universidade Feevale. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Moda. Design. Pesquisa. Tendência. Escapismo.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (jessicaalba@feevale.br e marinac@feevale.br)



## Radare da Inovação como suporte para criação de novos produtos e serviços de moda

Carolina Bouvie Grippa<sup>1</sup>; Jéssica Graciola<sup>1</sup>; Daniela de Brito<sup>1</sup>; Juliana Siebert<sup>1</sup>; Ana Hoffmann<sup>2</sup>

Na disciplina de Gestão do Design são apresentados aos alunos de Moda ferramentas que auxiliam empreendedores a analisar seus negócios, formando subsídios para examinar a situação atual da empresa e propor mudanças ou melhoras em alguns aspectos da marca através do produto. Buscando um maior aproveitamento da disciplina e uma compreensão dos conteúdos pelos estudantes, foi proposto um trabalho em que os alunos deveriam analisar uma empresa a sua escolha, construir o Radar da Inovação, uma das ferramentas estudadas em aula, e a partir da análise deste, propor um produto ou serviço novo com o objetivo de melhorar o desempenho da marca junto ao mercado. Este artigo tem como ênfase apresentar o trabalho realizado pelas alunas Daniela de Brito, Juliana Siebert, Jéssica Graciola e Carolina Grippa sobre a empresa Candia. A marca, que possui uma loja e ateliê na cidade de Porto Alegre, tem como uma de suas características a produção de algumas peças personalizadas, trazendo alguns prejuízos, pois diversas vezes os clientes rejeitam as peças. Assim, a tarefa foi executada seguindo as etapas propostas pela professora, com a bibliografia básica da disciplina como suporte e a questão de como minimizar os riscos de ofertar um serviço com o diferencial da personalização ao cliente. A proposta pelo grupo foi à criação de um Portfolio de Modelagens, que seria mostrado às clientes facilitando a escolha de peças únicas e proporcionando a Candia uma chance de “controlar” o desejo das clientes. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Radar da Inovação, Ateliê Candia, Portfolio de Modelagens e Gestão do Design.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (carolbgrippa@gmail.com e anahoffmann@feevale.br)



## RESGATANDO CULTURAS: UM ESTUDO SOBRE A SIMBOLOGIA DOS TRAJES ALEMÃES E A TRANSPOSIÇÃO DE SEUS ELEMENTOS PARA MODA EM FESTIVIDADES TÍPICAS

Bárbara Gisele Koch<sup>1</sup>; Ana Maria Argenton Woltz<sup>2</sup>

A cultura alemã é bastante representativa na região do Vale dos Sinos/RS e cidades vizinhas, visto que esta é uma das regiões aonde os imigrantes, vindos nos anos de 1824, se estabeleceram. Uma das formas de preservação da cultura de origem destes imigrantes são os eventos festivos e os trajes típicos. Cada estado da Alemanha tem um ou mais trajes típicos, podendo chegar a dezesseis, como, por exemplo, no Estado da Baviera e a maioria deles estão presentes nos eventos festivos da região. A justificativa para realização deste trabalho foi o interesse da autora em aprofundar o conhecimento e preservar a sua cultura de origem. Este estudo teve como objetivo conhecer a simbologia da vestimenta típica das diversas regiões alemãs e estudar possibilidades de inseri-las em produtos de moda para festas típicas. Para atingir este objetivo foram coletados dados por meio de pesquisa bibliográfica, relatos verbais e pesquisa de campo com os participantes de um encontro de grupos de danças alemãs, na cidade de São José do Hortêncio/RS. Neste encontro participaram quarenta e cinco grupos do estado do Rio Grande do Sul e representantes de Santa Catarina. Estes encontros acontecem anualmente, nas diversas cidades do estado, colonizadas por imigrantes alemães. O problema de pesquisa foi abordado de forma qualitativa e os resultados mostram possibilidades de aceitação da moda alemã para eventos típicos, como encontros de grupos de danças, oktoberfest, kerb ou bailes típicos, uma vez que a maioria dos entrevistados manifestou interesse em adquirir um look de moda alemã para uso nestas ocasiões. Com base nestes estudos foi projetada a coleção de moda “Edelweiss dos Alpes para a Moda”, adornada com bordados e acabamentos, com significados e representações de cada região como a riqueza, tipo de cultivo, entre outros. O desenvolvimento da coleção envolveu três etapas fundamentais: a estratégica, a tática e a operacional. A transposição da simbologia dos trajes típicos para roupas de festas típicas com informação de moda despertou interesse na empresa Trachtenhaus Trajes Típicos de Nova Petrópolis/RS em desenvolver comercialmente este projeto acadêmico de conclusão de curso. Assim, mais uma coleção foi desenvolvida pela autora para esta empresa, divulgada em um editorial de moda e mostrada durante o Festival Internacional do Folclore em Nova Petrópolis/RS em forma de desfile de moda. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Festividades típicas. Moda alemã. Desenvolvimento de coleção.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (barbarakoch@feevale.br e 0070696@feevale.br)



## Ronaldo Fraga: moda como cultura no Rio São Francisco

Carolina Bouvie Grippa<sup>1</sup>; Sofia Inda<sup>1</sup>; Joana Bosak<sup>2</sup>

O objetivo desse trabalho é analisar o estilista brasileiro Ronaldo Fraga, que tem a particularidade de buscar referências nativas para suas coleções, utilizando o conhecimento de técnicas artesanais como bordados, rendas, tricô e crochê através da tradição existente em comunidades no interior do Brasil. Este traço é evidenciado no desfile *Velho Chic* ocorrido no São Paulo Fashion Week em junho de 2008 para o verão de 2009, no qual ele apresenta modelos inspirados em seu trajeto de três meses pelo Rio São Francisco. Essa viagem surgiu de um desejo em recuperar lembranças pessoais, uma vez que nascido no estado de Minas Gerais possui uma estreita relação com o rio, e buscar marcos da cultura local trazendo para sua visão sobre a moda brasileira um regionalismo que transmite e agrega uma possível identificação nacional. Partindo do princípio que a moda é efêmera e de que apenas um desfile não seria o devido suporte para abarcar o significado contido em suas pesquisas, ele buscou se apropriar de outras formas de difusão e alcance cultural, encontrando apoio na Lei Rouanet do Ministério da Cultura que aborda a moda como um bem cultural incentivando exposições em instituições representativas no mundo das artes. Dessa forma, usando como suporte bibliografias referentes ao estilista, ao desfile de 2008 e sobre a exposição desenvolveremos uma análise da exposição intitulada *Rio São Francisco: navegado por Ronaldo Fraga*, e a maneira pela qual o estilista transcende a esfera da moda, trazendo um ambiente caracterizado pelo sensorial. (UFRGS; UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Ronaldo Fraga, cultura, moda no museu e Rio São Francisco.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (carolbgrippa@gmail.com e joanabosak@gmail.com)



## TATUAGEM: Uma reflexão sobre a expressão do indivíduo

Andressa Corso Selau<sup>1</sup>; Julia Isoppo Picoli<sup>2</sup>

O presente estudo é um anteprojeto de pesquisa acadêmica, elaborado para compreender os motivos pelo qual as pessoas se tatuam, quando já existem tantas formas de expressão. O trabalho servirá de subsídio para a pesquisadora entender melhor este âmbito artístico ainda desconhecido por ela e mais tarde ser possível o aprofundamento desse assunto em futuras pesquisas. Possui como objetivo identificar os principais motivos que as pessoas têm para marcar o corpo. Sendo a pesquisa de cunho descritivo e documental, desenvolvida com base em livros, artigos, documentários, entrevistas e sites. Deste modo o tema se justifica pela importância que a tatuagem possui na vida das pessoas, já que é uma prática que cresce a cada ano. A tatuagem, sendo um hábito milenar com bases na pré-história, acompanhou a evolução do homem e as mudanças no mundo. As marcações na pele representavam demonstração de virtude, força, poder, caracterização de clãs, diferenciação de tribos, status e origens familiar. Os hábitos culturais constituem uma série de costumes na arte de tatuar, formando grupos de destaque como a máfia japonesa. Esta utiliza o método *tebor*, que se constitui pela união de várias agulhas de metal ou madeira, com processo considerado mais doloroso que o método tradicional, devido ao tempo prolongado, ao impacto das agulhas, e as tintas tóxicas. Além deste grupo, as prisões russas também tiveram forte relação com as práticas de tatuagem, marcando criminosos com a palavra “KAT”, abreviação de condenado. A partir de 1900 os próprios prisioneiros optaram pela tatuagem para registrar a hierarquia, gang pertencente e religião. A popularização da tatuagem só foi possível por volta de 1970, especialmente pela cultura de hippies, surfistas, roqueiros, famosos e pessoas influentes na mídia. Teve difusão principalmente em ambientes onde a cultura jovem atuava, sendo divulgada como artigo *pop*. Considerações finais: A tatuagem não é um modismo qualquer, é uma tradição impregnada na história. Sem esta, o indivíduo encontraria outros meios de expressão de si mesmo ou se aprofundaria nos já existentes, como vestes e adornos, incentivando outros hábitos provavelmente. Por meio das pesquisas, também foi possível o entendimento, que a expressão pessoal é o principal fator pelo interesse na tatuagem. (FEEVALE)

Palavras-chave: Tatuagem. História. Pré-conceito. Artigo pop.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (dedi.selau@gmail.com e 0091574@feevale.br)



## UM ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DO FIGURINO NA CONSTRUÇÃO DO PERSONAGEM PSICOPATA ALEX DELARGE, DO FILME “LARANJA MECÂNICA”, COMO REFERÊNCIA PARA A CRIAÇÃO DE UMA COLEÇÃO DE MODA.

Cindiel Schenkel<sup>1</sup>; Ana Hoffmann<sup>2</sup>

Objetivou-se neste trabalho abordar como um psicopata usa da sua imagem para inserir-se na sociedade. Para isto usou-se como base a relação entre o tema e o cinema através do figurino, utilizando como metodologia, uma pesquisa bibliográfica tomando como referência o personagem Alex DeLarge, do filme Laranja Mecânica, do diretor Stanley Kubrick. Através do personagem, analisaram-se suas ações, e fez-se uma interpretação de seus figurinos. Por meio destas informações, criou-se um paralelo entre a comunicação realizada pelos figurinos do mesmo e a possível influência que o vestuário exerce na construção da imagem de um indivíduo perante a sociedade. Por esta razão, este estudo caracteriza-se por mostrar como através do vestuário um indivíduo psicopata consegue inserir-se na sociedade usando a aparência para uma pré-aceitação. A análise das imagens dá subsídio a criação de uma coleção de vestuário. Para tal foi selecionada a marca BURBERRY, como referência para coleção que está sendo criada visto que este projeto ainda está em andamento. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Psicopatia Figurino Coleção de moda

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (0066961@feevale.br e anahoffmann@feevale.br)



## Uniformes da Guarda Nacional do Brasil: vestuário, prestígio e moda

Juliana Santos do Nascimento<sup>1</sup>; Denise Castilhos de Araújo<sup>2</sup>

Esta pesquisa tem como objetivo principal reconhecer o significado dos uniformes e, posteriormente, abordar especificamente uniformes militares. Tendo como base tais conceitos, apresentamos os uniformes da Guarda Nacional do Brasil do século XIX para evidenciar que tais trajes pretendiam discursar sobre prestígio e distinção social, revelando, portanto hierarquias. O discurso estabelecido pelos uniformes se faz pela linguagem não verbal, pela simbologia de sua aparência, que estabelece sentidos para o período em que eles são utilizados pelos integrantes do grupamento pesquisado. Para a segunda etapa desta pesquisa, foi escolhida uma marca de moda para nortear o desenvolvimento de coleção deste trabalho. Além do estudo sobre uniformes, com características masculinas foi inserida outra temática, esta de cunho feminino, o balé. Este trabalho apresentará algumas fases para melhor entendimento da coleção, contemplando o público consumidor da marca escolhida e seguindo a temática balé-militar. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: uniformes militares, balé, vestuário, Guarda Nacional, moda

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

Email (julinasci@gmail.com e deniseeca@feevale.br)