



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE DESIGN DE MODA

SANDY DE LIMA ALVES TRINDADE

PRODUÇÃO DE MODA – SANDY BY COLEÇÃO FEMALE ENERGY

FORTALEZA

2017

SANDY DE LIMA ALVES TRINDADE

PRODUÇÃO DE MODA – SANDY BY COLEÇÃO FEMALE ENERGY

Produção de Moda apresentada ao curso Design - Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design de Moda.

Orientadora: Profa. Gabriela Rebouças

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- T753p Trindade, Sandy de Lima.
Produção de Moda- Sandy by : Coleção female energy / Sandy de Lima Trindade. – 2017.
21 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2017.
Orientação: Profa. Esp. Gabriela Rebouças.
1. Produção de moda. 2. Redes sociais. 3. Divulgação. I. Título.

CDD 391

SANDY DE LIMA ALVES TRINDADE

PRODUÇÃO DE MODA – SANDY BY COLEÇÃO FEMALE ENERGY

Produção de Moda apresentada ao curso Design - Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design de Moda.

Orientadora: Profa. Gabriela Rebouças

Aprovado em: 08/02/2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Gabriela Rebouças (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^a. Dr^a. Cyntia Tavares Marques
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^a. Me^a. Marta Sorélia Félix
Universidade Federal do Ceará (UFC)

RESUMO

O projeto apresenta a SANDY BY, empresa de tshirts, que buscou se diferenciar no mercado de moda através da produção fotográfica, criando novas imagens para suas redes sociais e divulgação de sua nova coleção, Female Energy, que traz em sua essência o conforto e a ousadia, com finalidade de promover uma maior interação com os clientes. Neste documento foi relatado todo o processo de planejamento e execução das fotos de moda, assim como a equipe e recursos que foram utilizados, mostrando o procedimento teórico sendo desenvolvido na prática.

Palavras-chave: Produção de Moda. Divulgação. Tshirt.

ABSTRACT

The project presents a SANDY BY, a company of tshirts, which seeks to differentiate no market for photographic production, creating new images for their social networks and dissemination of their new collection, feminine energy, which brings in its essence the comfort and daring, To promote greater interaction with customers. This document has reported the entire process of planning and executing fashion photos, as well as a team and resources that were used, showing the theoretical procedure that developed in practice.

Keywords: Moda. Disclosure. Tshirt production.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Primeira Produção de Moda (2012).....	10
Figura 2 – Segunda Produção de Moda (2014).....	10
Figura 3 – Terceira Produção de Moda (2015).....	11
Figura 4 – Funil de decisão.....	13

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Cronograma de Atividades.....	15
Tabela 2 – Equipe de Produção.....	16
Tabela 3 – Tabela de gastos.....	17

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 APRESENTAÇÃO DA MARCA	9
2.1 Proposta de Trabalho.....	11
2.2 Justificativa	12
2.3 Objetivos.....	12
2.4 Conceito	12
3 METODOLOGIA DO TRABALHO.....	13
3.1 Briefing do Projeto	14
3.2 Planejamento e cronograma das atividades da equipe	15
3.3 Processos de aquisição/empréstimo de materiais	16
3.4 Orçamento do projeto	17
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
REFERÊNCIAS	19

1 INTRODUÇÃO

As empresas estão cada vez mais interessadas em divulgação dos seus produtos, mesmo em meio à crise buscam a diferença para sua marca se destacar. Bresolin e Camargo (2013) já relatavam que o crescimento do mercado da moda associado às mudanças tecnológicas, culturais, sociais e de comportamento do consumidor, resultaram na necessidade de adequação das marcas na comunicação e promoção de seus produtos. Diante desse cenário, as empresas buscam se adequar aos novos padrões tecnológicos, utilizando as redes sociais e outros aplicativos para divulgarem seus produtos, marcas e serviços, melhorando assim o contato com os consumidores.

Para uma boa divulgação são necessárias imagens que chamem a atenção do cliente a ponto de fidelizar. Pensado assim, a produção de moda auxilia as marcas em produzir um cenário para a encenação do seu produto, atraindo e conquistando clientes.

A motivação desse projeto surgiu da necessidade de demonstrar como acontece de fato uma produção de moda, mostrando o procedimento teórico sendo desenvolvido na prática. Assim, também torna capazes de conquistar a credibilidade do consumidor e aumentar a divulgação da marca através do trabalho de produção de moda.

A Sandy By, empresa de tshirts, decidiu desenvolver essa produção visando novas imagens para a divulgação de sua nova coleção, que tem como tema “Female Energy”. Acompanharemos as etapas para realização desta produção de moda, assim como todo o planejamento e equipe envolvida para a realização desse serviço.

2 APRESENTAÇÃO DA MARCA

A Sandy By foi criada pela Alexandra Alves, a mãe de Sandy, aliando o nome da filha com uma expressão em inglês, antes mesmo de ter algum projeto para iniciar a marca. Foram produzidas etiquetas, tags que ficaram guardados por alguns anos. Até que a própria Sandy, criando paixão pelo mundo da moda, resolveu investir na marca através de uma oportunidade vista no auge das tshirts, depois de conhecer uma marca da cidade, que fabricava as blusas, com um preço alto e uma modelagem mal produzida. Sandy, levou a ideia para os seus pais, que já tinham uma confecção e decidiram desenvolver a primeira estampa para realmente começar a marca Sandy By, que atualmente já se encontra há quatro anos no mercado.

Iniciaram com cinco estampas e a variedade de quatro cores, com as fotos das peças produzidas em casa, por Sandy e mais três amigas, feita no próprio celular. As fotos tiveram bastante repercussão, que depois de divulgadas nas redes sociais, surgiu a necessidade de crescer com a marca. As tshirts fizeram tanto sucesso, que rapidamente foi preciso desenvolver mais estampas e modelos para satisfazer os clientes.

O público-alvo são mulheres da classe social C e D, com faixa etária de 15-40 anos, que gostam de ir ao shopping, ir ao barzinho com as amigas, ir até mesmo para a academia.

Hoje com uma diversidade de modelos de tshirts, a Sandy By decidiu modernizar, desenvolvendo uma linha infantil, cheia de estilo para os bebês, ainda com poucos modelos, mas com uma vontade enorme de cada vez mais, mostrar ao público o trabalho realizado com tanta dedicação, pela Sandy e pelo seus pais. A marca ainda não possui loja física, então as vendas são feitas principalmente por internet, combinando a entrega ou a retirada do produto na própria fábrica. O uso das redes sociais, com estratégias de sorteios e promoções, conquista cada vez mais os consumidores da marca e alavanca as vendas.

Figura 1 - Primeira Produção de Moda (2012)



Fonte: Elaborada pela autora.

Figura 2 - Segunda Produção de Moda (2014)



Fonte: Elaborada pela autora.

Figura 3 - Terceira Produção de Moda (2015)



Fonte: Elaborada pela autora.

A primeira produção de moda que aconteceu em 2012, foi para a divulgação da primeira coleção. Com poucas estampas e uma pequena variação de cores, Sandy e suas amigas fotografaram de modo bem amador. Já em 2014, a produção de moda era para divulgar a coleção da copa do mundo. Foi fotografado em um campo de futebol, com acessórios que remetessem a copa e as fotos aconteceram de modo profissional, com maquiador e assistente de estilo. Em 2015, a produção de moda também foi planejada, contou com toda uma equipe, modelo profissional e um cenário que realçava as peças.

2.1 Proposta de Trabalho

Criar novas imagens por meio de ensaio fotográfico para despertar o desejo e a necessidade do consumidor ao ponto de comprar o produto.

Uma vez que o produto e suas funções alcançam o subconsciente das pessoas, identificando as necessidades reais ou induzidas, influenciam sobremaneira na decisão da compra e consumo. E essa é a tarefa da publicidade na moda, trabalhar não só com as necessidades reais da pessoa, de estar vestida, mas também trabalhar com a efemeridade que envolve a moda. (SANTOS, 2009, p. 1138).

2.2 Justificativa

Segundo Pontieri apud Venturi a

[...] função da moda, tanto a fotografia super produzida quanto a realista tem a mesma finalidade, a de “vender” este mundo ideal ao consumidor de moda. A diferença é o modo pelo qual fazem isto; a linguagem utilizada para cada marca, e para cada momento dela, definindo assim qual a mais adequada (PONTIERI, 2005, s/p apud VENTURI, 2015, p.6).

Dessa forma, buscam-se de acordo com a necessidade ou a cada três meses, inovar na coleção da marca e fazer uma produção diferenciada.

2.3 Objetivos

O objetivo desta produção é fotografar os modelos da nova coleção, *Female Energy*, para atualização da página da SANDY BY e alimentar as mídias sociais (Instagram e Facebook), despertando ao consumidor o desejo de comprar o produto final.

2.4 Conceito

A valorização da mulher na sociedade foi a maior inspiração para o desenvolvimento das estampas, buscando a valorização do eu e mostrando que as mulheres podem muito mais. Por isso a maior parte das estampas foi utilizando frases, para se expressar melhor. Utilizamos estampas de patches que virou tendência este ano e dar um ar mais divertido na coleção.

A SANDY BY buscou desenvolver uma coleção básica, que combinasse com qualquer estilo, que trouxesse conforto e que atraísse o cliente não apenas pelas cores e modelos, mas que os mesmos tivessem prazer em vestir a blusa com a estampa desenvolvida.

3 METODOLOGIA DO TRABALHO

O desenvolvimento da produção de moda acontece baseado no funil de decisões, que em sua análise de desenvolvimento de um produto nos revela que através do funil podemos visualizar as variações de risco e incerteza ao longo do processo (BAXTER,1998). No caso da SANDY BY, os produtos já existem, mesmo assim, o funil ajudou na decisão de como fazer a divulgação.

Figura 4 - Funil de decisão



Fonte: Baxter, 1998.

Dentre as estratégias precisamos saber se devemos inovar ou não.

Atualmente, os consumidores estão agindo de forma imediata, devido ao crescimento das redes sociais, as empresas devem estar cada vez mais atualizadas, com novidades e disponíveis, quase que 24 horas por dia. Dessa forma, optou-se por inovar.

A oportunidade de inovação foi a produção fotográfica. Mesmo em meio à crise econômica que o Brasil enfrenta, resolveu-se apostar no desenvolvimento de novas peças, com estampas diferenciadas e sua divulgação. Aproveitando a demanda por novidades exigidas pelos consumidores da marca. A coleção “Female Energy” trouxe em sua essência, o poder da força feminina, aliando a ousadia com estilo.

O lançamento de peças infantis mesmo sendo algo que a clientela aguardava, tornou-se um propósito de crescimento, já que saía da zona de conforto, fabricar somente tshirts para os adultos se tornou algo pequeno em relação ao que os clientes esperavam da coleção infantil.

3.1 Briefing do Projeto

Para Phillips (2008), o *briefing* deve conter informações significativas para todas as pessoas envolvidas no projeto de design. No Quadro 1 mostraremos o modelo de *briefing* utilizado para reunir as informações necessárias à criação da marca SANDY BY.

Quadro 1- Briefing da marca SANDY BY (Adaptação da sugestão de briefing de Phillips)

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO	Justificativa	A partir de uma oportunidade de negócio surgiu o desejo pessoal de desenvolver uma marca diferenciada com peças confortáveis e com estilo.
	Objetivos do projeto	Lançar no mercado a marca SANDY BY em uma loja física, com produtos que atendam o público mãe e filho (a).
	Resultados desejáveis	Tornar a marca referência no segmento de tshirts e desenvolver seus processos baseados em 2 pontos principais: conforto e preço justo.
	Responsabilidades do projeto	Pensar uma marca de tshirt com responsabilidade social e ecológica.
ANÁLISE SETORIAL	Marca	Sandy By
	Produto	Moda Feminina
	Preço	De R\$ 25,00 a R\$ 120,00
	Promoção	<i>Facebook e Instagram</i>
	Praça	Loja Virtual
	Estudo das tendências	As tendências apontadas foram: estilo romântico, preto e branco, estilo esportivo e estampas com referências feminista.
	Concorrentes	TM Brand e Ayza.
	Tecnologia	Material para modelagem (papel, régua, lápis, borracha e tesoura), tesoura para corte, máquinas reta, overlock e galoneira.
Estratégia da empresa	Preços acessíveis, processos de produção justos e marketing nas mídias sociais.	

PÚBLICO ALVO	Faixa etária	Entre 15 a 40 anos
	Sexo	Feminino
	Nível de renda	Classe C e D
	Hábitos de consumo	Público com acesso às mídias sociais, que consomem tendências e que buscam conforto e diferenciação nos produtos.
PORTFÓLIO DA EMPRESA	Imagem corporativa	Branding desenvolvido a partir do conceito de ousadia, tendo em sua composição cores escuras claras, com apelo à ligação afetiva da marca com os clientes.
	Segmentação do mercado	Mulheres entre 15 a 40 anos que gostam de consumir moda.
OBJETIVOS DO NEGÓCIO E ESTRATÉGIAS DO DESIGN	Principais resultados visados pelo projeto, atividades de design, correspondentes aos resultados visados	Lançar a marca no mercado de tshirts e criar um estilo de vida para a ‘mulher da marca’, conhecer com o máximo de propriedade o público e desenvolver produtos de acordo com seus desejos e necessidades.
INFORMAÇÕES DE PESQUISAS	Tendências dos negócios, avanços tecnológicos, lançamentos de novos produtos	Serão realizadas pesquisas de mercado, participação em feiras de lançamentos de novos materiais e pesquisa com os consumidores.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.2 Planejamento e cronograma das atividades da equipe

O cronograma de atividades foi a forma de organizar as reuniões para definir os detalhes e como tudo iria acontecer, conforme vemos na tabela 1.

Tabela 1- Cronograma de Atividades

CRONOGRAMA	
Data	Temática da reunião
Outubro	Reunião de planejamento
	Pesquisa
	Apresentação do Briefing
Novembro	Cotação de Fotógrafo e modelo
	Cotação ou empréstimos de material a ser utilizado
	Definições de peças para a produção
	Produção
	Divulgação

Fonte: Elaborada pela autora.

Todo processo teve início no mês de outubro, considerando que em novembro e dezembro tem uma data importante para realizar ações e aumentar as vendas, que são as festas de fim de ano.

Após pesquisas e definição do tema, o primordial para que a produção aconteça são os profissionais. A equipe deve ser composta pelos seguintes profissionais, conforme a tabela abaixo:

Tabela 2 - Equipe de Produção

EQUIPE DE PRODUÇÃO	
Produtor(a)	Sandy Lima
Assistentes	Mariana Lima
Stylist	Sandy Lima
Fotógrafo	Pollyana Mourão
Edição	Pollyana Mourão
Maquiador(a)	Tuany Moura
Modelo	Eryka e Maria

Fonte: Elaborada pela autora.

Em uma produção de moda se busca sempre formular um conceito a ser transmitido para o consumidor, baseado nessa realidade procurou-se um cenário no qual não fosse preciso incrementar muito, mais conhecido como um “cenário perfeito”, pois não necessita ir em busca de muito para realização das fotos.

A Locação escolhida foi a própria casa da fotógrafa, Pollyana Mourão. Ela possui alguns cenários, então conseguimos harmonizar com a coleção, ressaltando as cores e acessórios.

A profissional escolhida para fotografar foi a Pollyana Mourão registrada como fotógrafa oficial da Sandy By. A modelo foi a Eryka Nobre, blogueira e formada em Marketing, fazendo par com Maria Antonella, filha da Sandy, que juntas fizeram o papel de mãe e filha nos agraciando com muita beleza.

3.3 Processos de aquisição/empréstimo de materiais

Para a sessão de fotos é necessário a utilização de recursos materiais e recursos humanos. É importante, se possível, a visita ao local da locação, no nosso caso, já conhecia a casa da fotógrafa antes da produção, então foi possível visar ideias e maneiras e assim evitar gastos desnecessários.

A blogueira Eryka Nobre tem parceria com a marca de bolsas X.O Store e os sapatos Vizzano, que fizeram parte da nossa produção cedendo as peças e depois presenteando a mesma.

As fotos foram realizadas em um único dia, sendo dividida em dois momentos. A primeira parte aconteceu a modelo sozinha, com a coleção adulta, e a segunda parte com a Maria, fazendo o papel de mãe e filha. Contamos com a presença, de todos os envolvidos na produção: modelo, fotógrafo, maquiador, assistente convidado, produtor, incluindo a dona da marca.

3.4 Orçamento do projeto

Por trás de ideias existem os custos que são disponibilizados para idealização da produção de moda, sabendo disso os custos foram calculados conforme tabela abaixo:

Tabela 3 - Tabela de gastos

TABELA DE GASTOS		
Modelo	R\$	200,00
Fotógrafo	R\$	300,00
Alimentação	R\$	50,00
Maquiagem	R\$	60,00
Assistente/Stylist	R\$	400,00
Total	R\$	1.010,00

Fonte: Elaborada pela autora.

As fotos tiveram início às 09:00 hs até 14:00 hs. Os gastos para a sessão foram modelos, fotógrafa, maquiador, equipe de produção, assistente/stylist e alimentação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como todo serviço, este projeto requer responsabilidades e comprometimento, desenvolver uma produção de moda exige do produtor de moda criatividade pensada de uma forma que atenda as exigências do contratante. Transmitir o que o cliente busca nem sempre é uma tarefa fácil, mas necessário para que o trabalho aconteça.

As teorias servem para nos auxiliar na prática, e na prática são experimentadas ideias e sugestões, de uma equipe que será formada para desenvolver esse serviço. A produção de moda da Sandy By servirá como modelo para pessoas que tenham interesse em desenvolver ou até mesmo trabalhar como produtor.

A Sandy By mesmo não sendo uma marca nova no mercado, acredita que é de extrema importância investir em algo que traga retorno para a marca, seja ele financeiro ou pessoal. A produção de moda é uma das maiores ferramentas visuais, instrumentos essenciais do marketing de uma marca e responsáveis por maximizar as vendas das confecções, atingindo públicos dos mais variados. É por intermédio dele que a prospecção de novos revendedores, a reativação de clientes inativos e a fidelização dos ativos se dá, como uma força primordial para o crescimento das vendas.

O produto final da produção de moda trouxe um retorno bastante significativo, atingiu-se um público novo e surgiram comentários positivos de clientes que acompanham a Sandy By desde o seu início.

REFERÊNCIAS

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**: guia prático para o design de novos produtos. 2.ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1998. 258 p.

BRESOLIN, Franceline; CAMARGO, Cariane Weydmann. Novas mídias: Utilização da fotografia de moda para divulgação em redes sociais. In: COLÓQUIO DE MODA, 9., 2013, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2013. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-4-COMUNICACAO_COMUNICACAO-ORAL/Novas-midias-utilizacao-da-fotografia-de-moda-para-divulgacao-em-redes-sociais.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2016.

PHILLIPS, Peter L. **Briefing**: gestão do projeto de design. São Paulo: Blucher, 2008.

SANTOS, Ellen Balbo dos. Representações do catálogo de moda na sociedade e sua interferência sob o público-alvo mulher. In: Encontro Nacional de Estudos da Imagem, 2., 2009, Londrina-PR. **Anais...** Londrina-PR: Universidade Estadual de Londrina, 2009. Disponível em: <http://www.uel.br/eventos/eneimagem/anais/trabalhos/pdf/Santos_Ellen%20Balbo%20dos.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2017.

STOPPE, Andrea. **Produtor de moda, profissão em ascensão**: A Transformação da Criação em Imagem. 2002. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/modabrasil/fortaleza_link/produtor_moda_profissao/index2.htm>. Acesso em: 20 dez. 2016.

VENTURI, Rosilene Machado de Andrade. Produção de moda: da concepção da imagem de moda à execução de catálogo de moda. In: GAMPI Plural, 5., 2015, Joinville-SC. **Anais...** Joinville-SC: UNIVILLE, 2015. Disponível em: <http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/gamp2015/AC_T1_05.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2017.

Female Energy

Universidade Federal do Ceará

Instituto de Cultura e Arte

Curso de Bacharelado em Design – Moda

Concludente: Sandy de Lima Alves Trindade.

Orientadora: Gabriela Rebouças

Produção de Moda para Sandy By

Coleção Female Energy

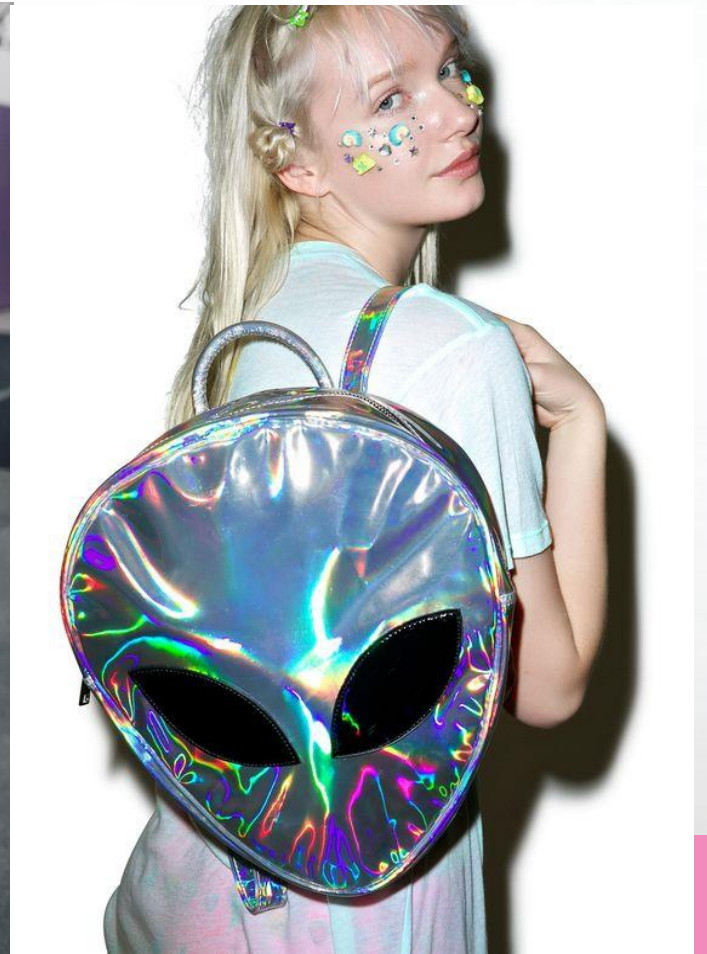
Registro dos Processos



Registro dos Processos



Painel Conceito



Painel Make Hair



Painel Atitude



Propostas

- * Proposta de Recursos Humanos
 - Fotógrafo
 - Modelos
 - Maquiadora
 - Assistente de Produção
- * Proposta de Recursos Materiais
 - Carro para Transporte
 - Alimentação para equipe
 - Cachê para a equipe
 - Mala para transporte dos looks
 - Tshirts
 - Acessórios
 - Maquiagem
- * Proposta de locação
 - Casa da Polly

Storyboard



Storyboard



Ensaio fotográfico











ANTI-YOU































SL | Sandy Lima



Graduanda em Design de Moda pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Atuou como Assistente de Estilo na empresa Leme Couture durante um ano, onde participava da criação das coleções e dos desenvolvimento de estampas. Também foi Bolsista de Iniciação Acadêmica na UFC durante oito meses. Atua como Produtora de Moda da empresa Sandy By há um ano. Possui curso técnico no programa CorelDraw.

INFORMAÇÕES DE CONTATO

Rua Rocha Pombo, 444. Álvaro Weyne. Fortaleza- CE.
(85) 98401.5412 | @sandy_lima | /sandy.lima.77
sandyliima26@hotmail.com