



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

FLÁVIA NASCIMENTO RODRIGUES

PRODUÇÃO DE MODA – FLÁVIA RODRIGUES ATELIÊ
COLEÇÃO: ETNIA

FORTALEZA
2016

FLÁVIA NASCIMENTO RODRIGUES

PRODUÇÃO DE MODA – FLÁVIA RODRIGUES ATELIÊ

COLEÇÃO: ETNIA

Produção de Moda apresentada ao curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design - Moda.
Orientadora: Profa. Esp. Joelma Damasceno de Matos

2016

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)

- R613p Rodrigues, Flávia Nascimento.
Produção de moda - Flávia Rodrigues Ateliê : coleção etnia / Flávia Nascimento Rodrigues. – 2016.
35 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2016.
Orientação: Profa. Esp. Joelma Damasceno de Matos.
1. Produção de moda. 2. Moda praia. 3. Divulgação. I. Título.

CDD 391

FLÁVIA NASCIMENTO RODRIGUES**PRODUÇÃO DE MODA – FLÁVIA RODRIGUES ATELIÊ
COLEÇÃO ETNIA**

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

Orientadora: Prof. Esp. Joelma Damasceno de Matos

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Esp. Joelma Damasceno de Matos (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Msc. Marta Sorélia Félix de Castro
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Msc. Walkíria Guedes de Souza
Universidade Federal do Ceará (UFC)

RESUMO

Este trabalho apresenta o relato detalhado do processo de produção de moda, desde o planejamento à execução, realizada para linha de moda praia da marca Flávia Rodrigues Ateliê. O projeto buscou criar novas imagens de divulgação da coleção Etnia, que transmite a essência da marca usando como inspiração os artesanatos multiculturais. Tais imagens têm como objetivo servir como conteúdo de redes sociais e aproximação com as clientes.

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

ABSTRACT

This work presents the detailed report of the fashion production process, from planning to execution, held for the Flávia Rodrigues Ateliê brand of beachwear. The project sought to create new images of the Etnia collection, which transmits the essence of the brand using multicultural crafts as inspiration. Such images are intended to serve as content of social networks and approach with customers.

Key-words: Fashion Production. Beachwear. Disclosure.

1 INTRODUÇÃO

As marcas precisam criar valor identificação com os consumidores através de sua imagem. Para tal, é fundamental a produção de boas imagens para divulgação, proporcionando assim o alcance desejado e impulsionar as vendas.

Este trabalho tem por objetivo geral relatar detalhadamente a produção de moda executada para a Flávia Rodrigues Ateliê, marca autoral e pessoal de produtos de moda praia, arte e design, com foco em processos artesanais.

O público alvo da marca é jovem e participativo nas mídias sociais, portanto as imagens são direcionadas para tal fim e importantes para fidelizar o produto real, envolver e atrair clientes, atualizar e fortalecer a identidade da marca, etc.

A motivação para o desenvolvimento desta produção de moda foi a necessidade da criação de novas imagens de divulgação, em especial da coleção Etnia. Estão descritas aqui todas as etapas para realização desta produção de moda, desde o planejamento aos resultados obtidos com a realização do serviço.

2 A MARCA

Flávia Rodrigues Ateliê é uma marca autoral de peças artesanais de moda, design e arte que carregam como principal atributo o bordado. A marca está atuando no mercado há pouco mais de três anos, em Fortaleza. A empresa nasceu da união de paixões da designer de moda Flávia Rodrigues - praias e processos artesanais.

Desde o seu início, o ateliê disponibiliza biquínis feitos artesanalmente pela designer. Cada peça é modelada, cortada e bordada à mão e em pequena quantidade, o que as tornam exclusivas. O principal diferencial, o bordado dos produtos, foi o que conquistou os consumidores, gerando a necessidade de ampliar as linhas de produção da marca. Então, o ateliê tornou-se lugar de cursos de bordado e feitiço de peças de arte contemporânea bordadas, as quais estiveram em uma exposição este ano.

Atualmente, a marca trabalha unindo as linhas de bordados exclusivos, moda praia e design, além de receber encomendas de bordado terceirizadas. O público alvo da linha praia é bastante amplo. São mulheres de classe AB, em sua maioria, na faixa etária de 18 a 30 anos, que apreciam peças artesanais com modelagens diferentes, com exclusividade e mistura de estampas.

Os pontos de venda da marca são as feiras independentes e alternativas que acontecem pela cidade, em especial, o Babado Coletivo, a loja virtual de multimarcas Isso com Isso, redes sociais e a loja virtual própria está em construção, além de aceitar encomendas exclusivas e produzir em parceria com outras marcas.

2.1 Proposta de trabalho

A proposta para a produção de moda executada neste trabalho foi representar a essência original idealizada para a marca Flávia Rodrigues

Ateliê, criando imagens com sua primeira linha de produtos, a linha praia, com a Coleção Etnia em destaque. As fotos transmitem o conceito da coleção e também mostram detalhes das peças.

2.2 Justificativa

A importância do trabalho presente aconteceu pela necessidade de criar imagens que transmitam a essência e as características da marca, por meio de ensaio fotográfico com todos os detalhes previamente pensados para atingir o público alvo da marca e, assim, despertar o desejo de consumo, a identificação com o produto e a alma da coleção.

2.3 Objetivos

Objetivo Geral: Realizar uma produção de moda explorando a identidade da marca Flávia Rodrigues Ateliê.

Objetivos Específicos:

- Atualizar as mídias sociais da marca (*Instagram e Facebook*);
- Fortalecer a identidade da marca;
- Produzir o primeiro catálogo impresso da marca;
- Produzir o primeiro conteúdo do site e da loja virtual, direcionado para a imprensa e para o consumidor;
- Providenciar imagens de divulgação da coleção atual para possíveis eventos.

2.4. Conceito

Para uma marca, que é mais que uma roupa, a campanha precisa ter um conceito criativo, intimamente ligado à marca (ao que ela pretende significar), e estabelecer conexões mentais a favor de sua construção. (CARVALHAL, 2014, p. 256)

O conceito utilizado nas fotos foi o mesmo conceito que inspirou a criação da coleção. A coleção Etnia surgiu do encantamento pelas tramas artesanais e combinações de cores fortes que existem nos países asiáticos e africanos. Logo, a coleção traz bordados sobre estampas étnicas e cores vibrantes. O release da coleção segue abaixo:

Fazem brilhar os meus olhos todas as cores do mundo, todas as tramas e padronagens, todas as artesanias e culturas. Me encanta sermos um só, dividindo a mesma terra e o mesmo ar, mergulhando no mesmo mar.

Na mistura, encontra-se a unidade. Cores opostas e complementares brincam em harmonia. Há espaço para as tramas coloridas da renda de bilro e o bordado se forma sobre estampas, perceptível ao tato.

Bali, Kayapó, Ghana, Mysori são lugares e tribos que nomeiam as peças da coleção.

(Release da Coleção Etnia)

3. METODOLOGIA

De acordo com BAXTER (2011, p.25), o desenvolvimento de novos produtos é uma atividade importante e arriscada. Esse risco também existe para a produção de serviços com tempo e dinheiro investidos.

Esta produção de moda tem seu desenvolvimento apoiado no funil de decisões, que, segundo BAXTER (2011, p 28) é uma forma de visualizar as variações do risco e incerteza, ao longo do processo de tomada de decisões. No caso da produção de moda para Flávia Rodrigues ateliê, com os produtos já existentes, o funil de decisões se aplica à decisão de realizar o serviço de fotos e divulgação.

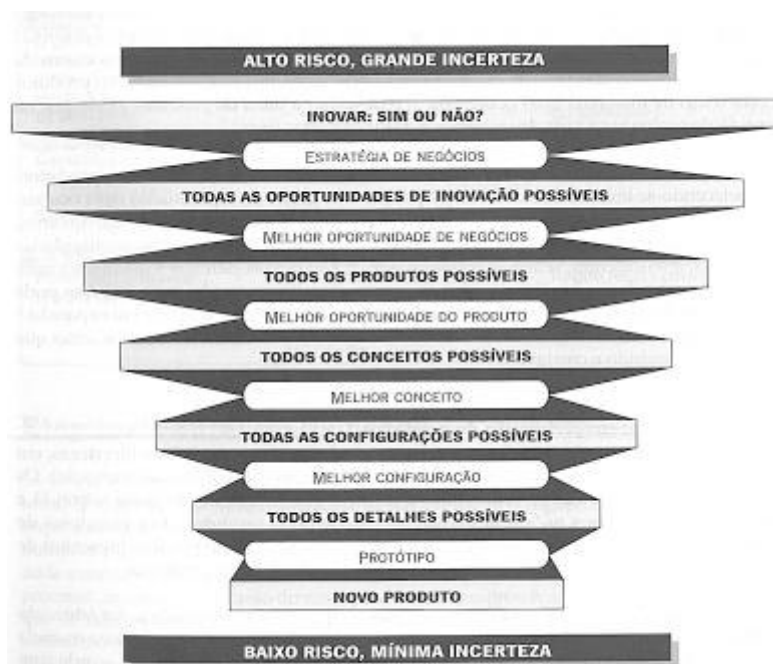


Figura 1: Funil de decisões de Baxter

Durante a etapa de estratégias de negócios, a empresa precisa decidir positivamente ou negativamente pela inovação. No caso da marca em estudo, foi necessário decidir pela inovação, principalmente devido à concorrência.

Examinando as possíveis oportunidades de inovação, a produção fotográfica era a opção mais acessível e necessária para a marca, no momento.

Após a decisão tomada, a etapa de projeto e desenvolvimento de um novo produto foi favorecida pelo momento de final de ano, em que os consumidores estão buscando novidades e disponíveis para comprar presentes e biquínis para as festas e viagens de férias. Esse contexto torna a escolha de inovação menos arriscada, pois se espera positivamente por um retorno satisfatório.

3.1 Briefing

Neste projeto, a reunião de *briefing* foi importante e fundamental para definir as ideias e referências visuais acerca da atmosfera geral do trabalho, a escolha de modelo e suas poses, a maquiagem, as opções de locação, etc.

Segundo PHILLIPS (2008, p. 14), além de ser útil como parte do planejamento estratégico da empresa, o *briefing* também serve como acordo ou contrato formal entre as partes envolvidas no projeto.

Phillips (2008, p.27) afirma que não há uma única forma, padronizada, para elaborar o briefing. A configuração do briefing pode variar de acordo com as características da empresa, mas há uma lista dos tópicos básicos que podem ser vistos a seguir.

Tabela – Modelo de Briefing Phillipis

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
Natureza do	Justificativa	Atividade visa suprir a

projeto e contexto		necessidade de criar imagens que transmitam a essência da marca, para atingir o público alvo e despertar o desejo de consumo e a identificação do cliente com o produto.
	Objetivos do projeto	Produzir imagens de conteúdo para atualizar as mídias sociais, site e loja virtual da marca; fortalecer sua identidade e produzir o primeiro catálogo impresso.
	Resultados desejáveis	Identificação do cliente com as imagens, proporcionando aumento de interesse e das vendas.
	Responsabilidades do projeto	Valorização dos elementos de identidade da marca.
Análise setorial	Marca	Flávia Rodrigues Ateliê
	Produto	Vestuário – Moda Praia
	Preço	R\$ 49,00 a R\$ 150,00
	Promoção	<i>Facebook, Instagram</i>
	Praça	Mídias sociais, feiras
	Estudo das tendências	Valorização do <i>slow fashion</i> , artesanal.
	Concorrentes	Livin, La Plage
	Estratégia da empresa	Ênfase de marketing quanto a

		conscientização do produto de valor artesanal.
PÚBLICO ALVO	Sexo	Feminino
	Faixa etária	18 a 30 anos
	Nível de renda	Classes AB
	Hábitos de consumo	Público com satisfatório acesso às mídias sociais e que procuram produtos com diferenciação.
PORTIFÓLIO DA EMPRESA	Imagem corporativa	Branding com apelo emocional, através de mídias sociais, embalagens e materiais complementares, como tag e essência.
	Segmentação do mercado	Mulheres de 18 a 30 anos, frequentadoras de praias.
OBJETIVOS DO NEGÓCIO E ESTRATÉGIAS DO DESIGN	Principais resultados visados pelo projeto, atividades de design, correspondentes aos resultados visados.	As estratégias de design são de caráter emocional, gerando identificação e desejo de consumo.
INFORMAÇÕES DE PESQUISAS	Tendências dos negócios, avanços tecnológicos, lançamentos de novos produtos.	Serão realizadas pesquisas mercadológicas a fim de averiguar as oportunidades de mercado e a satisfação do consumidor com a marca.

A linha praia do Ateliê trabalha para o público feminino com 18 a 30 anos de idade, que se encantam por peças artesanais, com estilo único. Os biquínis super coloridos e estampados, que podem ser montados de forma avulsa, proporciona a mistura de estampas e conquistam as clientes que tem personalidade forte para se vestir.

Nesse universo, foi criada a Coleção Etnia, que une cores vibrantes e estampas que lembram as tramas exóticas dos países asiáticos e africanos. Dessa forma, o visual de praia torna-se singular e divertido.

Para a criação da atmosfera das fotos, foi idealizada uma personagem que personificasse a coleção Etnia. A personagem Aya, é uma jovem viajante e exibe isso em seu visual exótico e multicultural. Ela traz em si, em suas peças de roupa e acessórios os lugares por onde ela passou, pois ela valoriza os artesanatos de cada local. Aya gosta de se conectar com a natureza e com seu lado espiritual através de meditação e esportes aquáticos. E para isso, ela tem os mais belos biquínis!

3.2. Planejamento e cronograma das atividades em equipe

Toda produção de moda necessita de planejamento para garantir que tudo ocorra da melhor forma possível no dia das fotos, evitando, ao máximo, imprevistos e erros. Cabe à equipe se reunir para conversar sobre quem assumirá cada função, a disponibilidade das pessoas, o cronograma das atividades, a locação utilizada, os materiais necessários, o transporte da equipe, dentre outros assuntos.

Tabela – Cronograma das atividades em equipe.

CRONOGRAMA	
Outubro	Apresentação do Briefing
	Reunião de planejamento e cronograma
	Pesquisa de referências
Novembro	Compra de materiais
	Cotação de fotógrafo e maquiador
	Aquisição de acessórios

Dezembro	Definição de peças para a produção / <i>Styling</i>
	Produção
	Seleção e tratamento de imagens / Diagramação do catálogo
	Divulgação

Fonte: Desenvolvido pela autora.

O processo foi iniciado no mês de outubro. A meta de finalizar o trabalho e divulgar as fotos no final de novembro foi definida levando em consideração a proximidade das férias e festas de natal e de ano novo. Essas são datas importantes e propícias para a realização de ações que atraiam visibilidade e vendas.

Após as pesquisas e a escolha do conceito, aconteceu o momento de compor a equipe de produção, com definição de distribuição de tarefas:

Tabela – Equipe de produção

EQUIPE DE PRODUÇÃO	
Produtora	Flávia Rodrigues
Assistentes de produção	Maria Eduarda Félix
Styling	Flávia Rodrigues
Maquiagem	Sérgio Klisman
Fotógrafo	Levi Nogueira
Modelo	Patrícia de Paula

Fonte: Desenvolvido pela autora.

A locação escolhida foi o PonoPoint, localizado à beira do Rio Pacoti, por representar a atmosfera multicultural da coleção. O PonoPoint é um espaço de aluguel de pranchas e descanso, cercado por natureza. No ambiente já estavam presentes todos os objetos de decoração que seriam utilizados para compor as fotos. O PonoPoint é inteiramente decorado com móveis originados de Bali, além de conter esculturas de deuses hindus e outros objetos decorativos de outras culturas. Por ser uma locação externa, a iluminação foi natural, proporcionando mais realidade e suavidade para as fotos.

Outro fator que motivou a escolha deste local para a produção das fotos foi a estrutura ideal para que o trabalho ocorresse de forma confortável, pois o espaço também contava com uma pequena parte coberta com banheiro e um espaço reservado para a troca de roupa e organização das peças.

3.3. Processos de aquisição e empréstimo de materiais

A sessão de fotos necessita da utilização de recursos materiais e humanos para acontecer.

Visando diminuir ao máximo os custos do projeto, o pagamento da locação foi negociado sob o acordo de permuta de divulgação, portanto, não houve custos financeiros.

A maior parte dos acessórios utilizados nas composições de *styling* foi adquirida no Mercado Central, outros acessórios foram produzidos pela produtora exclusivamente para as fotos e outros faziam parte de acervo pessoal da equipe de produção. Os acessórios que foram produzidos também estavam à venda pela marca.

Objetos da locação, como pranchas, espreguiçadeira, estátuas, barco de madeira e decorativos, já faziam parte do espaço conseguido.

3.4. Orçamento do projeto

O custo para a realização do projeto foi satisfatório, pois foi compatível com o valor que a marca estava disposta a investir. Tais custos foram calculados conforme a tabela abaixo:

Tabela – Tabela de custos.

TABELA DE CUSTOS	
Espaço	Sem custo
Fotógrafo	R\$ 300,00
Modelo	R\$ 250,00
Assistente	R\$ 100,00
Maquiagem	R\$ 90,00
Alimentação	R\$ 30,00
Acessórios	R\$ 120,00
Total	R\$ 890,00

Fonte: Desenvolvido pela autora.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ateliê Flávia Rodrigues é uma marca nova no mercado e durante esse pouco tempo, já passou por momentos de alterações em seu conceito e produção e, por isso, acredita que investir em produções de moda e outros materiais de divulgação é fundamental para fortalecer e atualizar a imagem e o conceito da marca. O resultado final do ensaio proporcionou um retorno significativo, pois atraiu novos olhares para a marca, bons comentários e resgatou antigas clientes.

Além da importância da produção de moda para a promoção da marca, a experiência de realizar este projeto trouxe muitos pontos positivos para a vivência pessoal enquanto produtora de moda, acrescentando mais consciência e amadurecimento profissional em cada etapa do processo de realização do trabalho.

REFERÊNCIAS

CARVALHAL, André. **A moda imita a vida: como construir uma marca de moda.** - São Paulo, Estação das Letras, 2014.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos.** 3 ed. – São Paulo: Blucher, 2011.

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

McASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare. **Styling de moda.** – Porto Alegre: Bookman, 2013.

Etnia



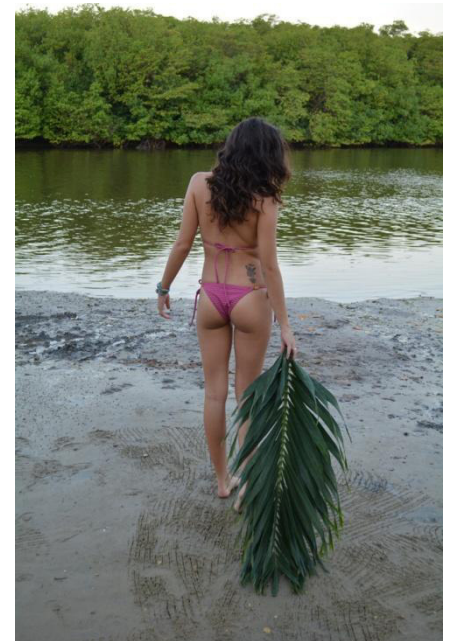
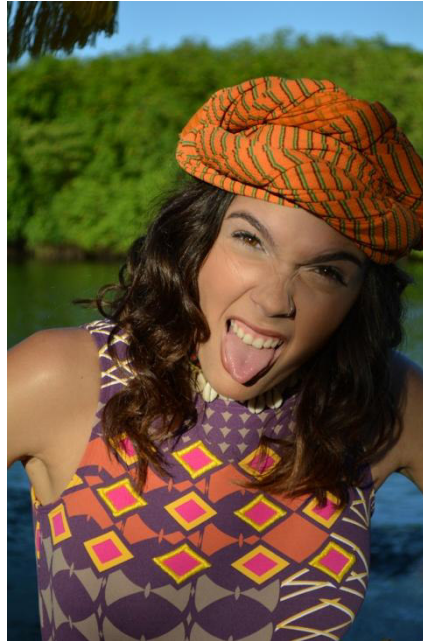
Universidade Federal do Ceará
Instituto de Cultura e Arte
Curso de Bacharelado em Design de Moda

Concludente: Flávia Nascimento Rodrigues

Orientadora: Joelma Damasceno de Matos

Produção de Moda para Flávia Rodrigues Ateliê
Coleção Etnia

Registro dos processos





Make | Hair





Attitude



Conceito





Propostas

Proposta de Recursos Humanos

Produção e Styling – Flávia Rodrigues

Fotógrafo – Levi Nogueira

Modelo – Patrícia de Paula

Maquiador – Sérgio Klisman

Assistente de Produção – Maria Eduarda Félix

Proposta de Recursos Materiais

Carro para transporte

Alimentação para a equipe

Cachê para a equipe

Biquínis

Acessórios

Proposta de Locação

PonoPoint e Rio Pacoti

Locação



Storyboard

Look 1	Maiô	Introdução, elegância.
Look 2	Biquíni Kayapó	Beleza de deusa
Look 3	Biquíni Bali	Espiritualidade
Look 4	Top Juruna	Esporte, descontração.
Look 5	Biquíni Bilro	Relaxamento
Look 6	Biquíni Ghana laranja	Contemplação da natureza
Look 7	Biquíni Ghana rosa	Anoitecer, finalização.









