



A S K



Centro Universitário Brasileiro

Trabalho de Conclusão do Curso de Design de Moda

Maria Karolina
Tercilia Pinheiro
Camila Dias

Desenvolvimento de coleção
Sem Gênero e Sustentabilidade

Orientação
Paulo Medeiros

Recife
Pernambuco
Dezembro 2021

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 1745.

M183s Madureira, Maria Karolina da Silva
 Sem gênero e sustentabilidade / Maria Karolina da Silva Madureira,
Tercilia Roberta Souza Pinheiro, Camila Maria Dias de Mesquita. Recife:
O Autor, 2021.

50 p.

Orientador(a): Me. Paulo Fonseca Medeiros Filho.

Trabalho De Conclusão De Curso (Graduação) - Centro
Universitário Brasileiro – Unibra. Tecnólogo em Design de Moda, 2021.

Inclui Referências.

1. Coleção sem gênero. 2. Sustentabilidade. I. Pinheiro, Tercilia
Roberta Souza. II. Mesquita, Camila Maria Dias de. III. Centro
Universitário Brasileiro - Unibra. IV. Título.

CDU: 391

SUMÁRIO

1	Cenário
4	Identidade visual
9	8 diretrizes
10	Macro tendências
15	Sustentabilidade
17	Conceito da coleção
26	A coleção
36	Produto final
42	Informações



CENÁRIO

C E N Á R I O

Tudo começou. Segundo antropólogos, o surgimento da roupa está relacionado à necessidade manifestada pelo ser humano de esconder a nudez e de se proteger das temperaturas. As vantagens em utilizar pele animal logo foram descobertas pelos nossos ancestrais. Além do frio, era possível se proteger de pedras e espinhos. A utilização de roupas pelo ser humano remonta 600 mil anos a.C. Fato facilmente comprovado pelas diversas escavações em que agulhas feitas de ossos foram encontradas. Dando um salto, chegamos ao surgimento da tecelagem na Mesopotâmia. Na época, a roupa era enrolada ao corpo e era possível manter a cor original ou tingir o tecido com diferentes cores. No Egito, as roupas e a identidade caminhavam juntas. Os faraós se diferenciavam dos demais por não utilizarem ornamentos. A calda de um leão e um falso cavanhaque simbolizavam o poder.

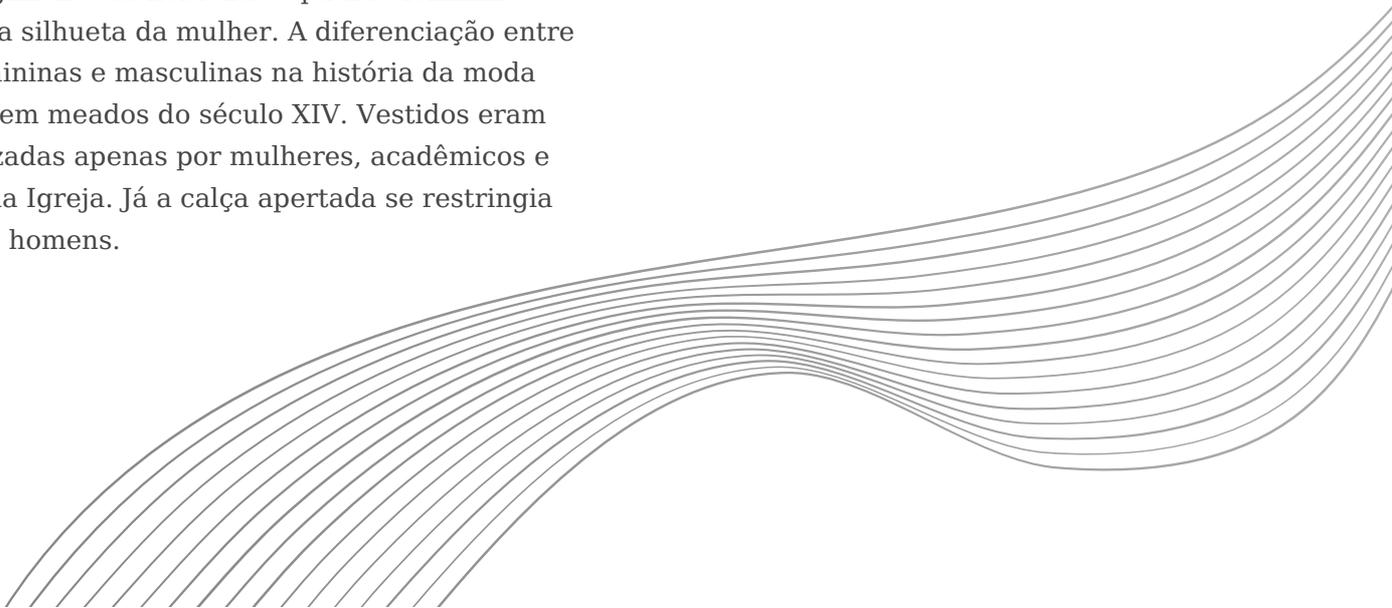
Tiveram grandes acontecimentos na história da moda. A padronização no vestuário remonta à época das invasões bárbaras romanos e bárbaros (termo utilizado pelos romanos para se referir às pessoas consideradas não-civilizadas) eram reconhecidos pela maneira de se vestir. Apesar disso, o início da Idade Média não trouxe grandes transformações.

AS CONDIÇÕES ADVERSAS DA ÉPOCA FIZERAM COM QUE A SOBREVIVÊNCIA SE TORNASSE A PRINCIPAL PREOCUPAÇÃO.

As expedições para conquistar Jerusalém e o contato com um estilo de vida mais refinado foram essenciais para o surgimento da nobreza. O padrão feminino ressaltava a silhueta da mulher. A diferenciação entre roupas femininas e masculinas na história da moda teve início em meados do século XIV. Vestidos eram peças utilizadas apenas por mulheres, acadêmicos e membros da Igreja. Já a calça apertada se restringia apenas aos homens.

No final do século XIX, as mulheres começaram a praticar esportes e exercícios físicos, mas não tinha como se exercitar ou andar de bicicleta com saias pesadas e cheias de camadas, começaram a usar um modelo de calça bem bufante, chamada bloomer, que dava maior liberdade de movimento. Em 1800, Paris criou uma lei determinando que as mulheres que usassem calças em público podiam ser presas pela polícia, era permitido usar calças apenas com autorização prévia da polícia. Com a II Guerra Mundial e a necessidade das mulheres assumirem os postos de trabalho deixados pelos homens, a calça comprida finalmente passou a ser usada pelas cidadãs comuns, com o tempo o preconceito foi deixado de lado. Nos anos 50, surgiu a calça cigarette, mais ajustada e curta, deixando de lado o estigma de roupa de trabalho para tornar-se um item de moda.

A sociedade daquela época era bastante preconceituosa e rígida em mulheres usarem calça. As mulheres lutaram pelos seus direitos e com o tempo foram conquistando, até que a sociedade foi aceitando e deixando o preconceito para trás.

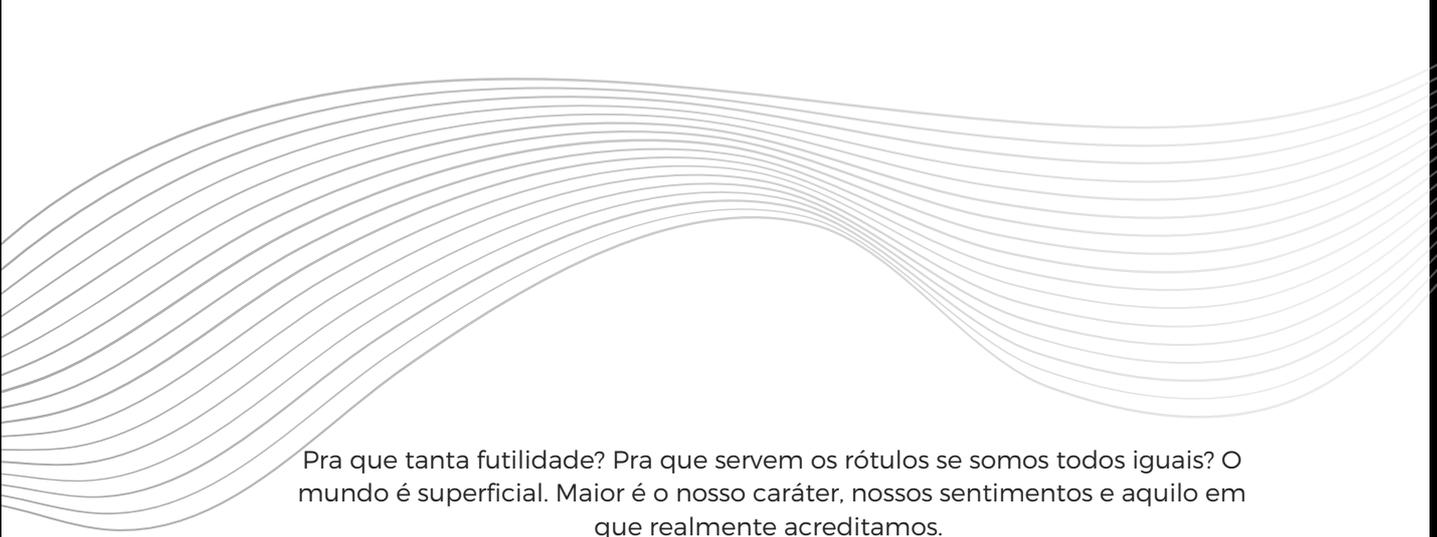


Dá palavra amor do turco Aşk. Foi criada para não considerar o gênero como um ponto de partida na criação de uma peça. As peças são pensadas em respeitar a individualidade e particularidade de cada corpo. Trás em suas coleções um trabalho responsável e criativas modelagens com tecidos sustentáveis, que foca em diversidade e inclusão para promover todos os tipos de beleza, raça, orientação sexual e equidade de gênero. É feito para ser usado em qualquer ocasião. É referência em vários modelos de roupas com tecnologia e proporciona uma maior estabilidade conforto e estilo. Celebra a personalidade das pessoas. Para isso, as roupas Aşk enaltece empoderamento pessoal formando desejos em realidade.

Na moda a sustentabilidade vem ganhando grande destaque, principalmente pelo trabalho desenvolvido por pequenas indústrias e ateliê de costuras sustentáveis. A nova demanda do consumidor contemporâneo, que busca produtos que respeitam o meio ambiente e sejam produzidos de forma racional, fazem a produção sustentável cada vez mais espaço.

Essa mudança no perfil do consumidor tem expandido o nicho de moda sustentável, tanto para o público interno como para a exportação. A adoção de práticas sustentáveis, mesmo na produção em grande escala, é um desafio e também uma vantagem competitiva para o setor de moda.

A perspectiva é de crescimento e de boa aceitação para empreendedores que apostam nesse conceito. E pela mudança deste cenário revolucionar onde a consciência veio da mudança de comportamento do consumidor e seus questionamentos sobre a preocupação com o meio ambiente.



Pra que tanta futilidade? Pra que servem os rótulos se somos todos iguais? O mundo é superficial. Maior é o nosso caráter, nossos sentimentos e aquilo em que realmente acreditamos.



IDENTIDADE
VISUAL

CONTEXTO



Interior da Loja

Interior da loja é uma mistura do novo e do antigo, trazendo a sensação de aconchego e paz recepcionando aqueles que vêm em busca da igualdade e sustentabilidade.

Sensação de nostalgia com modernidade, sendo um novo lugar de refúgio.



FRAGRÂNCIA

Amadeirado



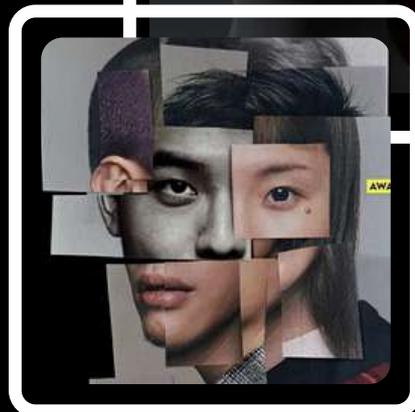
Autênticos, intensos e elegantes, trazendo inspiração vinda direto da natureza. Já que provocam a nostalgia de cheiros típicos de ar livre.

Trazendo sentimentos de bem-estar, despojamento, alegria. Um aroma amadeirado inspira conforto, recolhimento, paz. Assim, os cheirinhos são à base da nossa inspiração.

ESSENCE

Nem sempre a luta é tão fácil, o processo de cura é muito longo, muitas vezes dolorido e requer paciência e acolhimento. Entre tanto caos é preciso se levantar e resistir. Nos reunir como uma verdadeira família e amar sem medo e mostrar quem realmente queremos ser. Não importa perder um pouco de sangue a caminho da salvação, lutaremos com a força que temos por igualdade.

Porquê não amar a todos?



A vida é o que fazemos dela. Nossa essência é por em primeiro lugar pessoas que estão dispostas a mudar e lutar contra o ódio, racismo, desigualdade de gênero, machismo e... É quando vamos nos levantar, levar nosso povo a caminho da liberdade, juntos estamos indo Para um novo lar.

Você pode ouvir a liberdade chamando?

Público-Alvo



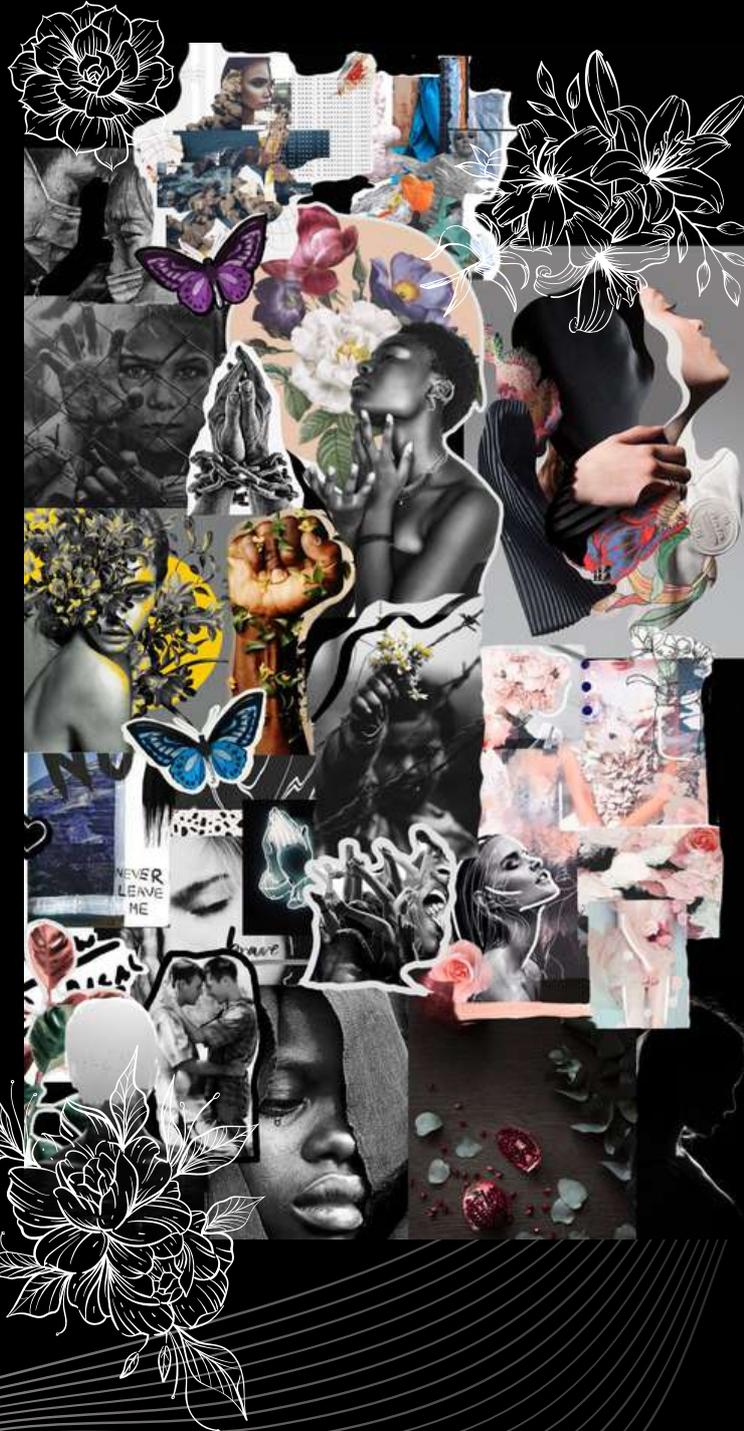
Pessoas de 18 a 35 anos, que procuram conforto e bem-estar, e se preocupam com o meio ambiente e estão antenados com uma moda sustentável e queira fazer a diferença no mundo.

Pessoas em busca daquilo que faz seu coração pegar fogo, em busca da empatia e memórias familiares. Vive em um mundo de peculiaridade e desejos. O desejo de escrever, contar histórias e um novo recomeço

No caminho do público, pelas ruas da personalidade. Criando uma nova identidade e estudando cada passo, cada necessidade. Vestindo-se de amor e realidade. Conhecendo a si mesmo e as pessoas ao seu redor.

Respirando fundo o ar da vida que nos cercam. Viver a liberdade, sentir a força que vive dentro de si mesmo.

Colorindo o cinza do mundo, na simplicidade, com uma dose de empoderamento. Transmitindo um olhar doce e impactante na sociedade, sabendo onde se encontrar, expondo sua identidade...





8

DIRETRIZES

8 DIRETRIZES

• **RESPONSABILIDADE**

1. É conhecido na moda. Por mais difícil ser sustentável a tentativa é válida. O objetivo geral é comunicar a sustentabilidade. Impondo consciência por ser honesto, ser responsável e visualmente e transparente.

• **FORNECEDORES**

2. Sempre procurando garantir a sustentabilidade na marca e através de fornecedores escolhidos que compartilham nossa visão e valores, tendo responsabilidade com todos.

• **MATÉRIA - PRIMA**

3. Adquirir produtos que possuem como matéria-prima recursos provenientes do manejo sustentável, ou seja, respeitando critérios ambientais e sociais preestabelecidos, que garantem a renovação natural dos ecossistemas.

4. O manejo sustentável das florestas garante a preservação da mesma enquanto gera recursos financeiros. aumentando a durabilidade do produto reduzir as emissões atmosféricas influentes e resíduos.

• **INOVAÇÃO E REAPROVEITAMENTO**

5. Inovação no processo de exploração com sucesso novos produtos, procurando atender todos e incentivando-os com novas maneiras de consumo consciente.

6. Utilizando o métodos de Upcycling, introduzindo esse processo de uso de produtos, resíduos, peças aparentemente inúteis na criação de novos produtos, sem desintegrar a peça, numa função diferente da qual o produto foram inicialmente projetados.

• **ÉTICA**

7. Buscar melhorar sempre o processo de produtos no que inclui qualidade do meio ambiente, e dos aspectos de saúde, segurança do trabalho, responsabilidade social, ética de trabalho manual e qualificada .

8. Promover a conscientização ambiental, visando a sustentabilidade do planeta.

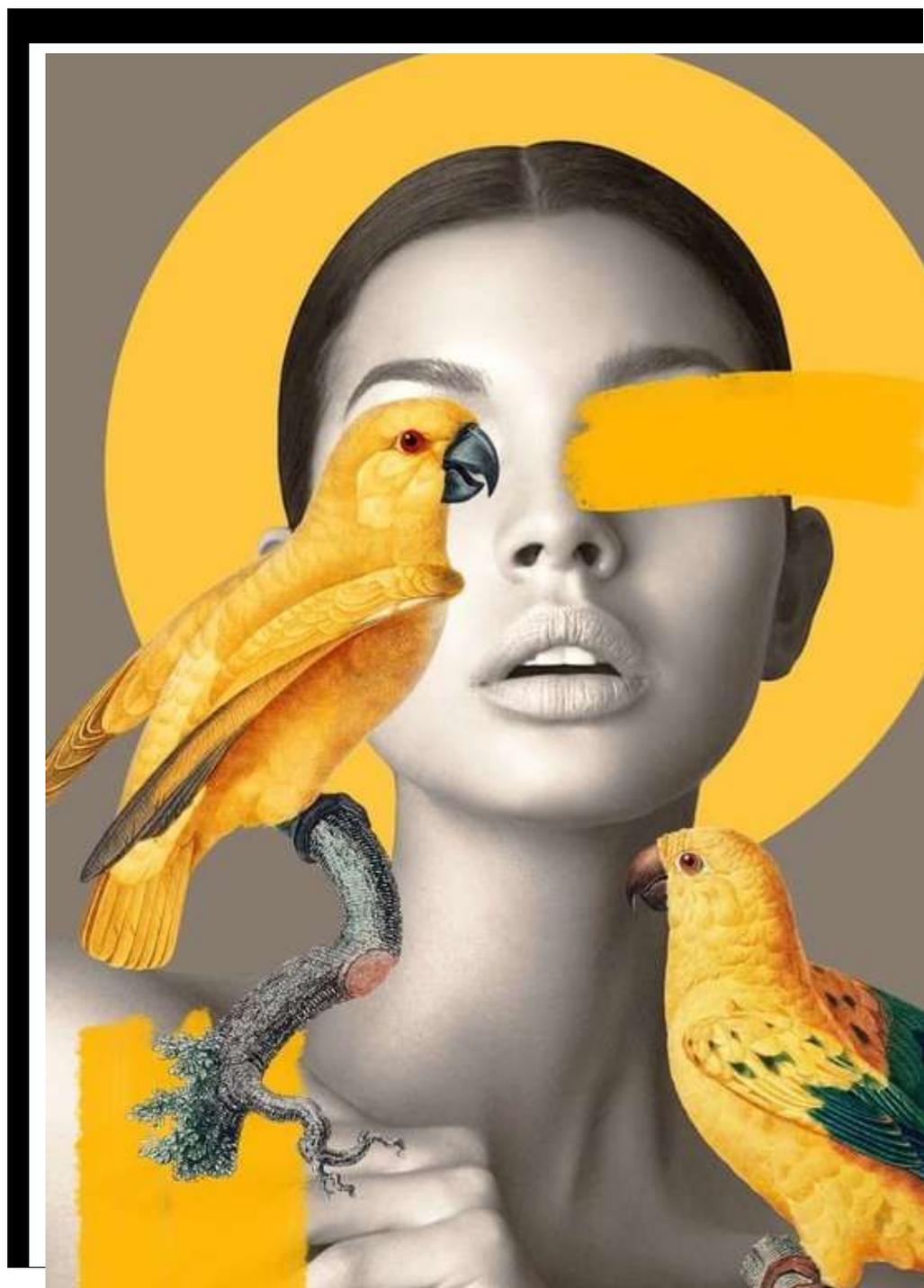


MACRO
TENDÊNCIA

O NOVO LUXO

O novo luxo e a consciência da sustentabilidade, é uma forma de respeitar, recuperar e reciclar. O luxo precisa ser nobre e sustentável, é valorizar todo o processo de produção, é saber a origem do produto fabricado, como e por quem foi feito respeitando condições de trabalho ético, até mesmo a transportação do produto. É agregar valor, isso consiste em qualidade e durabilidade, é prolongar o ciclo de vida do produto, existindo assim uma exclusividade.

Como essa ação nobre de produção e ética se destaca um conceito pensado e levado exclusivamente ao consumo que exige um produto de luxo consciente sem perder a dose de elegância e sofisticação, ou seja, a importância da matéria-prima, design, caimento, qualidade e durabilidade. É atender um conceito de desenvolvimento sustentável e suprir as necessidades do presente sem comprometer as possibilidades de a gerações futuras. Isso envolve gerar valor econômico, social e ambiental.



M O D A H Í B R I D A

A indústria fashion tem enfrentado nas últimas décadas desafios globais, os volumes de produção crescentes de toda a cadeia causam um impacto ambiental e social significativo, especialmente quando citamos o uso de água e produtos químicos no cultivo e produção de fibras como o algodão e o poliéster.

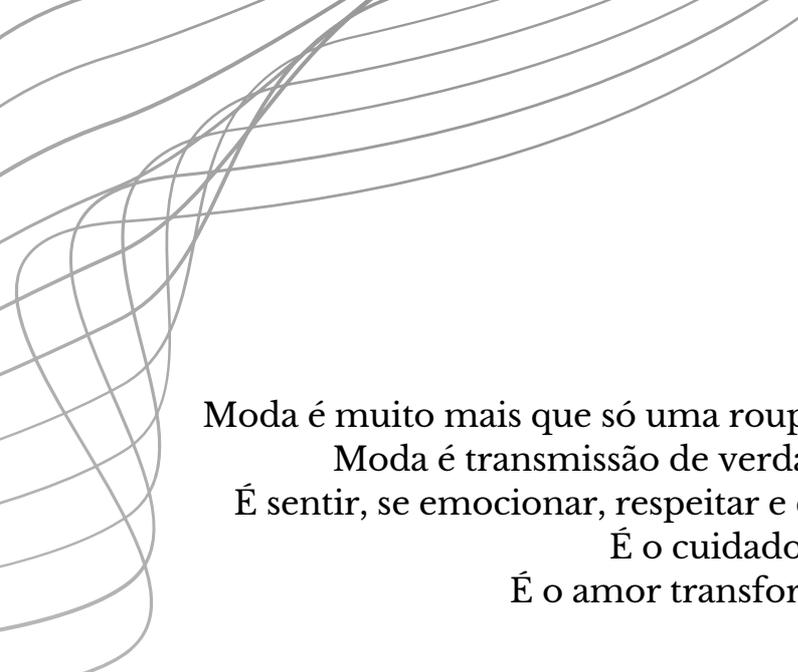
Uma solução inovadora para reduzir tais danos seria a adoção de uma moda híbrida. Está, consiste em uma moda mais transparente quanto aos custos de produção, na fabricação de roupas e temporais e multiuso no emprego de tecidos matérias-primas duráveis e no uso de tecnologia e processo sustentáveis ambientalmente.

Não se trata apenas de tornar sustentável uma fase, mas todo o ciclo, desde a criação, até o consumo. Vale ressaltar que a moda híbrida não substitui os outros dois sistemas de produção, mas sim, é uma terceira alternativa para criar uma moda sustentável e equilibrada economicamente que não exija uma diminuição drástica no consumo.



Palette
14-3466



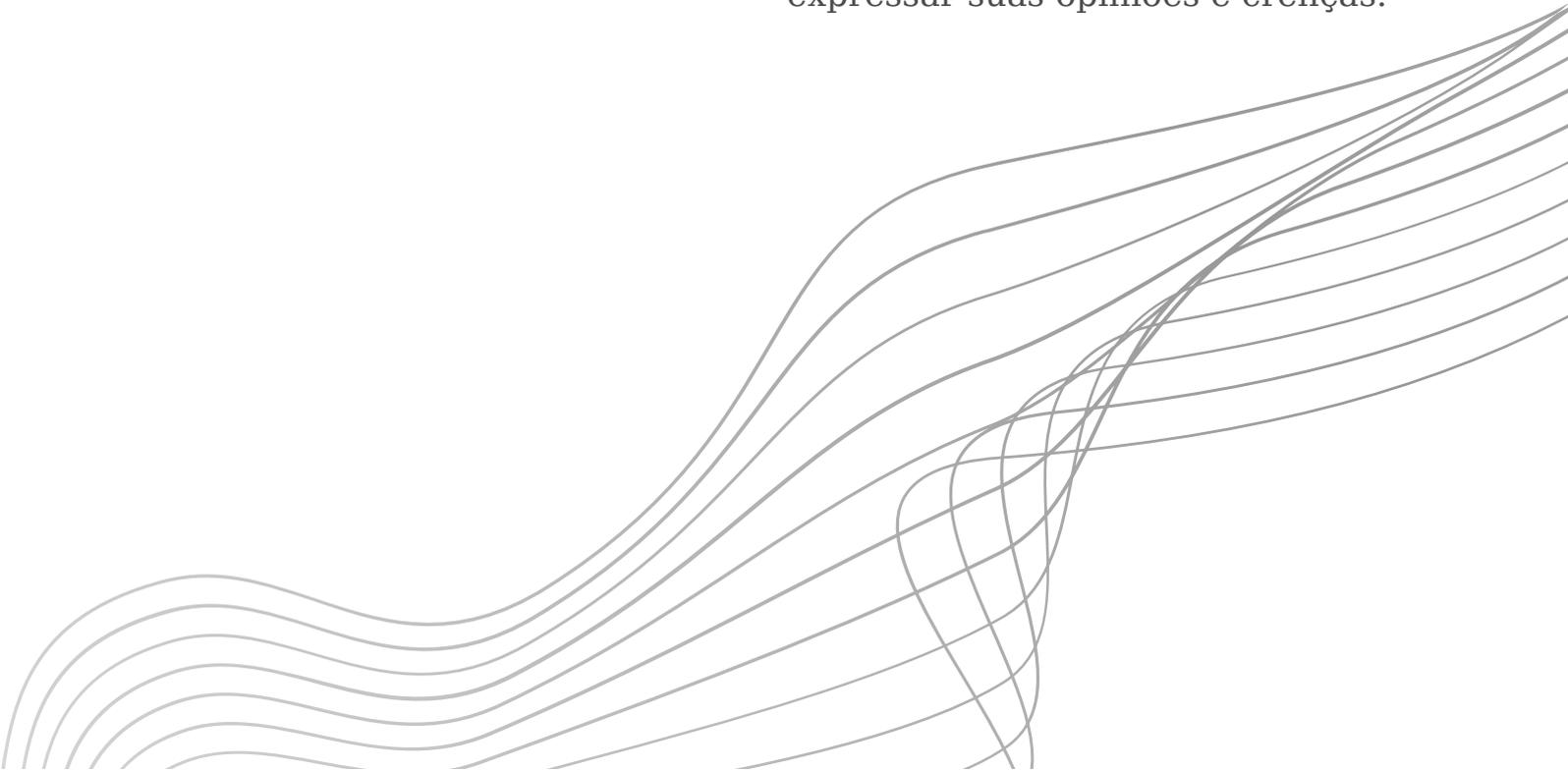


Moda é muito mais que só uma roupa ou futilidade como alguns dizem.
Moda é transmissão de verdade, memórias e mensagens.
É sentir, se emocionar, respeitar e entender o próximo; é ter empatia.
É o cuidado, o carinho.
É o amor transformado em forma...

É por esse motivo que precisamos buscar novas maneiras de pensar, de sentir, uma nova maneira de ser. Agregar valor e conhecimento, porque somos tudo aquilo que buscamos pra si. Tanto quanto a nossa consciência e preocupação com o meio ambiente e responsabilidade social.

Valorizar a mão de obra - handmake e agregar resultados positivos para a sociedade e para o meio ambiente. Nosso maior incentivo é apoiar, encorajar e capacitar todos as pessoas, que será demonstrada através de seu forte estilo. Trazendo inovação enquanto representa uma força subjacente e resistência à humildade.

Principalmente prezar a liberdade de expressar suas opiniões e crenças.



SUSTENTABILIDADE

RENASCER



JUVENTUDE

ASK LEVANTA BANDEIRAS
SUSTENTÁVEIS NA COLEÇÃO.

- Transparência na cadeia de fornecimentos
- Uso eficiente de água, energia e produtos químicos
- Bom ambiente nas relações de trabalho em toda a cadeia de produção.
- Ampliar o mix da matéria-prima
- Buscar reciclar e reutilizar materiais
- Criar um ciclo sustentável



A vida da terra depende da vontade humana.





CONCEITO
DA
COLEÇÃO



MAPA MENTAL DA COLEÇÃO

• Agênero

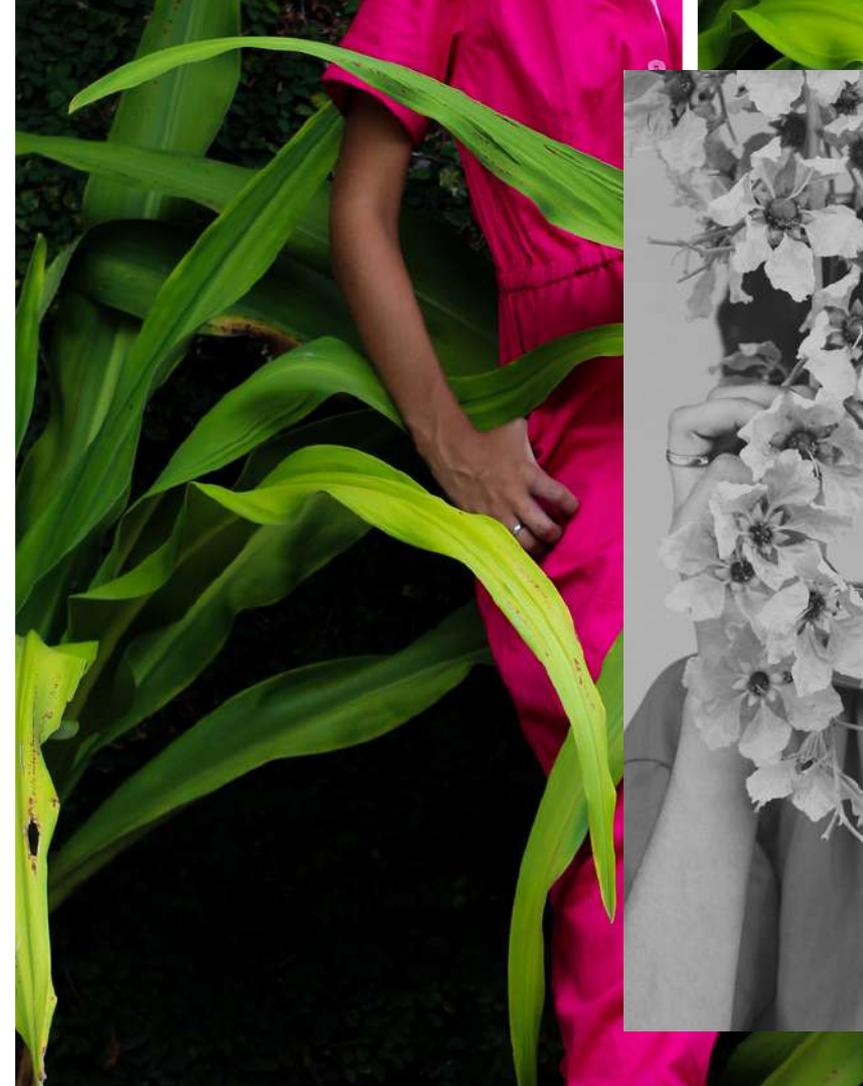
• Slow Fashion

PARADISE

• Autenticidade

• Sustentabilidade

• Exclusividade

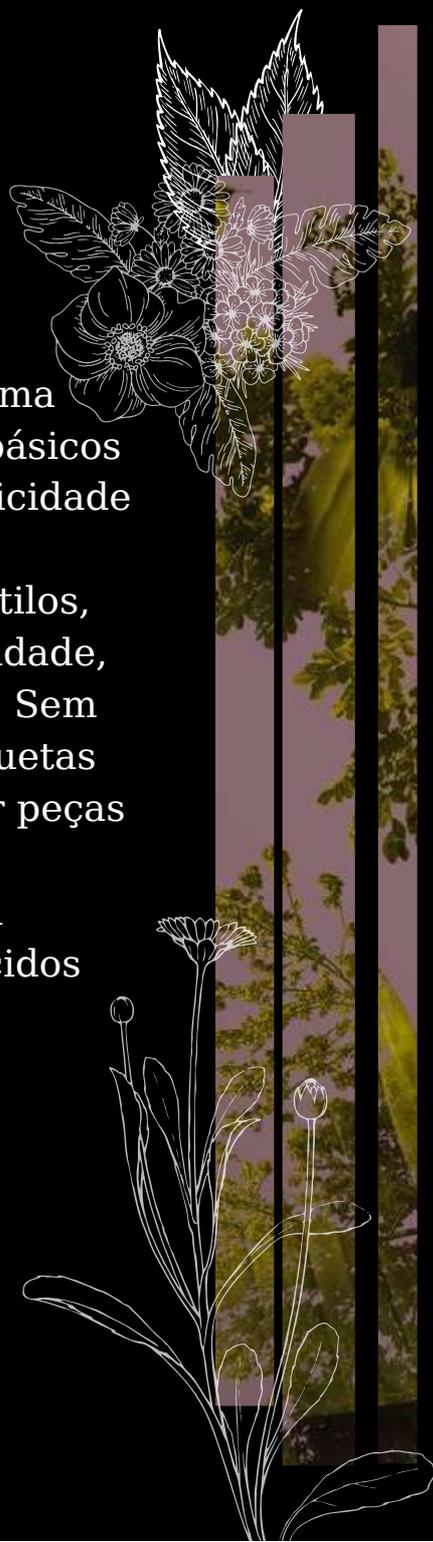


CONCEITO

A coleção Paradise traz uma releitura dos princípios básicos das peças. Trazendo praticidade e simplicidade.

O conceito despojado e estilos, busca promover a simplicidade, bem estar e modernidade. Sem deixar de valorizar as silhuetas de cada um, composta por peças versáteis gerando valor.

Combina o conforto com a sofisticação de cores e tecidos nobres.



PARÂMETRO DE MODA

A vida é uma jornada de liberdade. Cada dia uma libertação, celebração de vida. A cartela de cores escolhida reflete a vida e cada obstáculo ultrapassado.

- **Laranja** significa alegria, vitalidade, prosperidade e sucesso.
- **Rosa** são atribuídas conotações ligadas ao amor e ao romantismo.
- **Verde** significa esperança, liberdade, saúde e vitalidade. É cor da natureza viva.
- **Azul** significa tranquilidade, serenidade, harmonia e espiritualidade.

Reflete a vida e nela como vivemos. As silhuetas refletem cada pessoa em seu elemento desejado, contraste em fluidez e denso. Sua forma de expressão é livre, cada decisão uma forma que habitua livremente moldado. Forma de ser e agir. cada pessoa uma figura, uma celebração. Tema escolhido entre essas junções de ser você mesmo e encontrar a liberdade. Cada viagem uma descoberta, cada ser uma jornada inesperada. Autêntica, excitante, excêntrica.



YOUNG
WILD
FREE

CARTELA DE CORES



NEW COLORS



AMBERGLOW

#345B7C



ATLANTIC
BLUE

#345B7C



ORCHID
FLOWER

#9E366B



GREEN
SEA

#94BA94

CARTELA DE TECIDOS



Viscolinho: 46% viscose, 13% Linho, 4% algodão



Cambrãia de algodão: 100% algodão



Cambrãia de linho: 100% linho



Tricoline: 100% algodão



Viscose Rayon: 100% viscose



Sarja: 100% algodão

AVIAMENTOS



Zipper de nylon
COD: 757



Colchetes de ferro
COD: 340



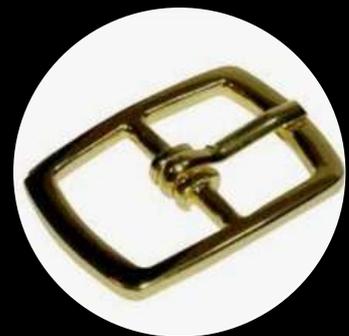
Elástico
COD: 287



Botão
COD: 45



Velcro
COD: 768



Fivela de metal
COD: 756HA



COLEÇÃO

BÁSICO 1



BÁSICO 2



FASHION 1



F A S H I O N 2



VANGUARDA



SEGUNDA LINHA



Mix de coleção

Estrutura Da coleção

Basico 1	Basico 2	Fashion 1	Fashion 2	Vanguarda
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●

MIX DE COLEÇÃO

família x características

Características	Básico 1	Básico 2	Fashion 1	Fashion 2	Vanguarda
formas e Silhuetas	A e H	H e Y	A	H	H
Tecidos	Algodão e sarja	Algodão sarja e viscose	Algodão e linho	Linho, Algodão e viscose	Algodão e sarja
Aviamentos	Botões e zíper	Colchetes e elásticos	Botões	Botões e zíper	Elástico, botões e velcro
Cores	Atlantic blue e orchid flower	Amberglow, atlantic blue e green sea	Atlantic blue, orchid flower e green sea	Amberglow, atlantic blue e green sea	Atlantic blue, orchid flower, green sea e amberglow

MIX DA COLEÇÃO

FAMILIAS X LOOKS

BÁSICO 1	BÁSICO 2	FASHION 1	FASHION 2	VANGUARDA
T-shirt + short moletom	T-shirt long + calça jogger	Camisa de botão assimétrica + calça legging	Body + bomber jacket	Macacão utilitário
Macaquinho	Jardineira + cropped	Camisa moletom + calça moletom	Sobretudo médio + calça social listrada	Camisa gola alta + calça capri
Calça cintura alta + blusa de gola alta	Blusa social + calça carrot	Terno +T- shirt decote quadrado	Conjunto de alfaiataria assimétrico	Blusa manga linda decote em V + calça pantalone com suspensório



PRODUTO
FINAL



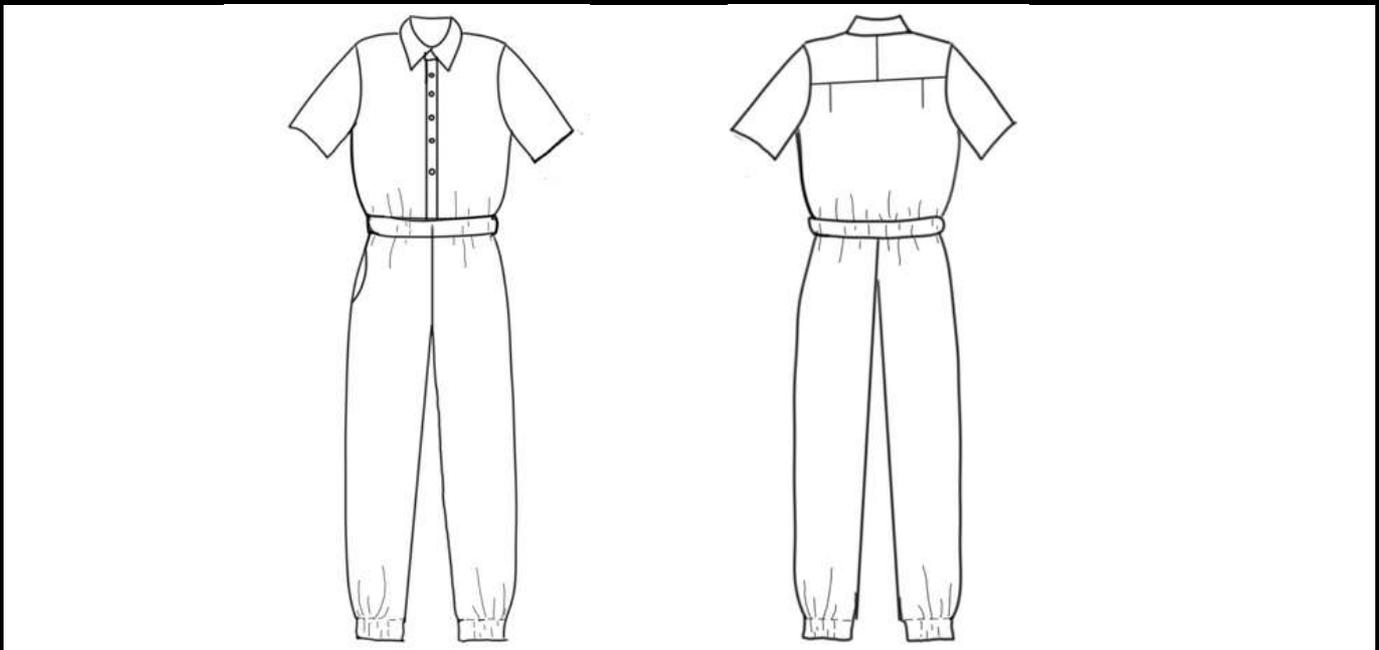
MACACÃO UTILITÁRIO

Macacão utilitário, Orchid Flower no tecido, Sarja Natural, 100% algodão. Com silhueta despojada, trazendo conforto e modernidade.

FICHA TÉCNICA

NOME DA EMPRESA: AŞK	DATA: 22/11/2021
MODELO: MACACÃO UTILITÁRIO	GRADAÇÃO: PP AO XG
COLEÇÃO: PARADISE	CUSTO DE MÃO DE OBRA: R\$: 80.00
	VALOR TOTAL: R\$: 158,59

DESENHO TÉCNICO



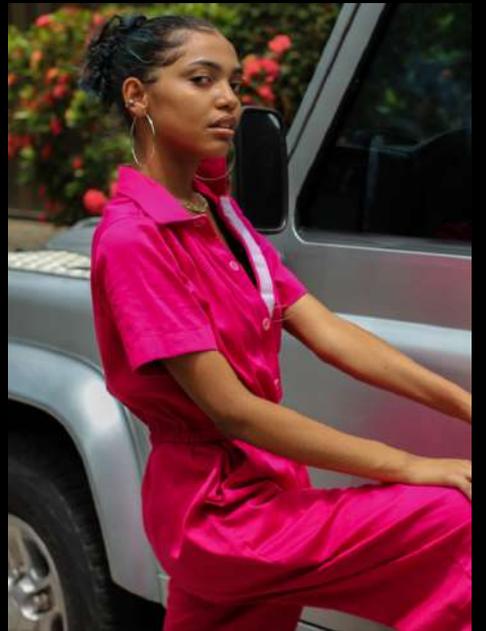
MATÉRIA-PRIMA

TECIDO: SARJA	CONSUMO: 2X2	VALOR: R\$: 60,00
COMPOSIÇÃO: 100% ALGODÃO		
COR: ORCHID FLOWER		
FORNECEDOR: AVIL TECIDOS		VALOR TOTAL: R\$: 60,00

AVIAMENTOS

NOME	COR	COD	CONSUMO	VOLOR
BOTÕES:	BABY PINK	45	4	R\$: 0,50
VELCRO:	WHITE	760	1	R\$: 11,59
ELÁSTICO:	WHITE	287	1	R\$: 5,00
				TOTAL: R\$: 18,59

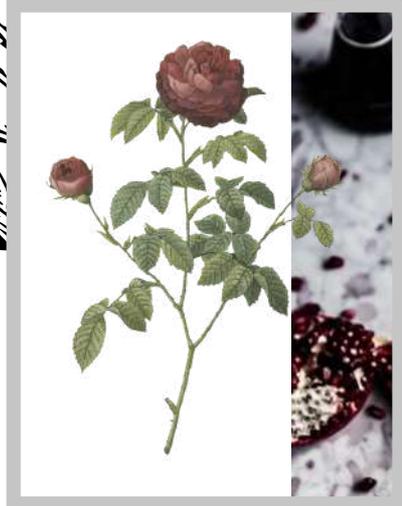






INFORMAÇÕES

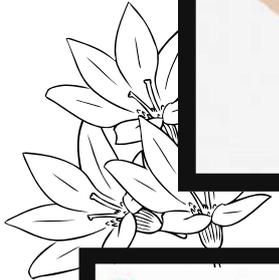
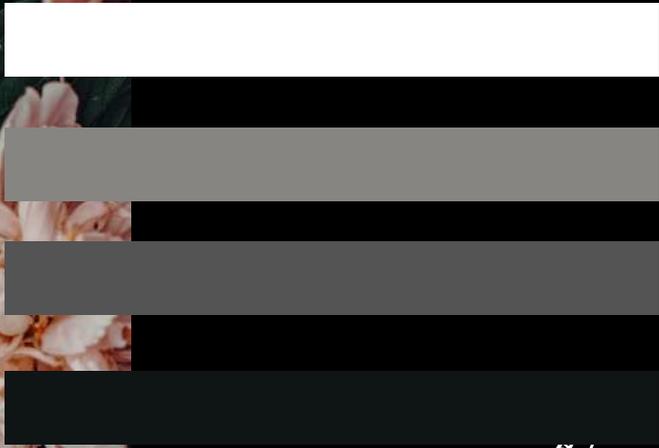
Fonte



DejaVu Serif



Color MOOD



CRÉDITOS E DIREITOS

- **Imagens**

Pinterest

Behance

Maximus Tecidos

- **Modelo**

Maria Beatriz

João Alexandre

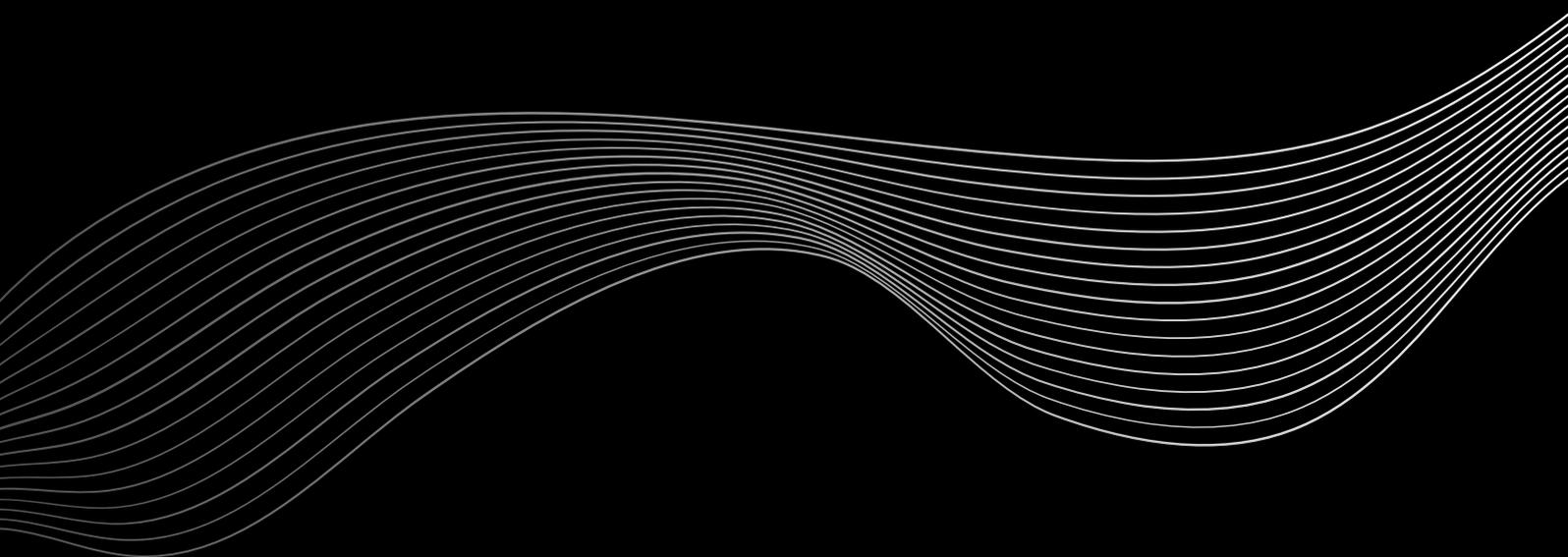
- **Fotógrafo**

João Alexandre

Camila Dias

- **Local das fotos**

Poço da Panela



BIBLIOGRAFIA

• **SITE**

<https://historiahoje.com/a-calca-comprida-e-a-emancipacao-feminina/>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Mulheres_de_calças#:~:text=A%20final%20do%20s%20s%C3%A9culo%20XIX,feitas%20especialmente%20para%20as%20mulheres.

<https://www.etiquetaunica.com.br/blog/um-giro-pela-historia-da-moda/#:~:text=Na%20%20C3%A9poca%20a%20roupa%20era,falso%20cavanhaque%20simbolizavam%20o%20poder.>

<https://grupo-interacao.com/saiba-diretrizes-desenvolvimento-sustentavel/>

<http://luxurylab.com.br/2020/11/o-novo-luxo-a-era-do-ser/>

• **AUTORA**

Maria Karolina,
páginas 6, 8, 9, 10, 11, 18, 31,32, 33, 34, 35,36

Camila Dias, páginas 5, 6, 31,32,33,34,35

Tercilia Roberta, páginas 22, 31,32,33,34,35

