



**FAED**

**Trabalho de Conclusão de Curso**

**ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DO GRAFITE NA MODA**

**Marcelo Carraro**

**Curso Tecnologia do Vestuário**

**Dois Vizinhos**

**2004**

**ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DO GRAFITE NA MODA**

**Marcelo Carraro**

**Este estudo apresenta um panorama do estilo Hip Hop dando ênfase ao grafite. Ele faz parte das exigências para a obtenção do Título de Tecnólogo do Vestuário em cumprimento a disciplina do trabalho de conclusão de curso, T.C.C, do curso de Tecnologia do Vestuário da Faculdade Educacional de Dois Vizinhos –FAED/UNISEP.**

**Orientadora: Luciane Salete Panisson**

**Curso Tecnologia do Vestuário**

**Dois Vizinhos**

**2004**

**A União de Ensino do Sudoeste do Paraná  
Faculdade Educacional de Dois Vizinhos  
Curso Tecnologia do Vestuário**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o trabalho de  
Conclusão de Curso

**ESTUDO SOBRE A INFLUENCIA DO  
GRAFITE NA MODA**

Elaborado por  
**Marcelo Carraro**

Como requisito parcial para a obtenção do grau de  
**Tecnólogo do Vestuário**

**COMISSÃO EXAMINADORA**

---

**Prof. Luciane Salete Panisson**  
**(Orientadora)**

---

Aparecido Bidóia

Dois Vizinhos \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2004

## SUMÁRIO

<b>Introdução</b> .....	06
<b>2 – Fundamentação Teórica</b> .....	07
<b>2.1 – Origens do HIP HOP</b> .....	07
<b>2.2 – Grafite</b> .....	08
<b>2.2.1 – Grafite na Rua</b> .....	08
<b>2.2.2 – Grafite e a arte</b> .....	09
<b>2.2.3 – Grafite no Brasil</b> .....	10
<b>2.2.4 – O Grafite na Moda</b> .....	11
<b>2.3 – A roupa como diferenciação</b> .....	11
<b>2.4 – A moda HIP HOP</b> .....	12
<b>2.5 – Nova proposta do Grafite</b> .....	12
<b>3 – Desenvolvimento do Projeto</b> .....	14
<b>3.1 – Coleta e Análise de Dados</b> .....	14
<b>3.2 – Perfil do Consumidor</b> .....	15
<b>3.3 – Pesquisa de Tendências</b> .....	16
<b>3.4 – Direcionamento Mercadológico</b> .....	17
<b>3.5 – Especificações do Projeto</b> .....	18
<b>3.6 – Diretrizes Projetuais</b> .....	20
<b>Briefing</b> .....	21
<b>4- Metodologia</b> .....	22
<b>Conclusão</b> .....	24
<b>Referências</b> .....	25
<b>Anexos</b> .....	27

**Aos meus pais, Carlos e  
Tereza e à minha irmã Márcia.**

**Aos meus colegas que  
vivenciaram comigo todas as  
alegrias e angustias da vida  
acadêmica.**

**A minha orientadora por ter  
me auxiliado no  
desenvolvimento deste  
estudo.**

## INTRODUÇÃO

Através do estudo das influências do estilo musical HIP HOP e sua apropriação no campo da moda, com a utilização intensa de um de seus maiores ícones – O Grafite –, este estudo tem o intuito de resgatar esta técnica, e transformar este estilo, que comumente é associado à arte de rua, em peças diferenciadas com bordados e aplicações.

O Hip Hop, estilo musical originado no meio urbano de Nova York, na passagem dos anos 60 à 70, termo esse criado pelo Dj Afrika Bambaataa.

Sabe-se que o estilo e a ideologia do Hip Hop estão sendo altamente difundidos nos grandes centros, como forma de expressão musical e também na vestimenta onde principalmente, o grafite, alvo principal da pesquisa, esta sendo muito utilizado no campo da moda, este trabalho busca trazer ao universo de garotas de 18 à 22 anos, este estilo como forma de expressão, defendendo a arte do grafite e apresentando peças diferenciadas, para que façam parte dos elementos do vestuário de seu uso cotidiano.

O grafite surgiu dentro da cultura Hip Hop, através de desenhos feitos em murais para os palcos dos Dj's, além de pôsteres e panfletos para anunciar os eventos do Hip Hop. Sendo assim, também muito utilizado para a reprodução de mensagens em metrô, e usadas por gangues para demarcar seu território. Com o tempo essas demarcações se tornaram uma forma de expressão artística. E o grafite passou a ser visto como arte e não mais como um ato de marginalização.

O grafite no início dos anos 70, as inscrições e frases pichadas em muros e paredes eram freqüentes em determinados lugares da cidade. Na rua a pichação era usada como forma de identificação aos grupos, usando além de letras diferentes, desenhos próprios usados como enigma para não serem decifrados.

No Brasil o grafite surgiu há mais de 30 anos, durante a década de 60, quando grupos políticos pichavam nos muros das cidades frases usadas na ditadura por universitários pela repressão que ocorreu na época.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. ORIGENS DO HIP HOP

Surgido no ambiente urbano de Nova York, na passagem dos anos 60 a 70, o termo HIP HOP foi criado pelo DJ Afrika Bambaataa, no ano de 1968, onde ele teria se inspirado em dois movimentos cíclicos, ou seja, um deles estava na forma pela qual se transita a cultura dos guetos e a outra estava no jeito popular de dançar na época.

“A cultura Hip Hop emergiu como fonte de formação de uma identidade alternativa e de status social para os jovens numa comunidade, cujas antigas instituições locais de apoio foram destruídas bem como outros setores importantes” (HERSCHMANN,1997, p. 97)

As principais formas do Hip Hop são constituídas pelos seguintes elementos:  
O rap, Grafite e o Break.

- O Rap – tem como gênero musical nascido entre negros caracterizado pelo ritmo acelerado e melodia singular, reflete a realidade de quem mora nos guetos urbanos.
- Break – representa o corpo através da dança, caracterizado por paradas bruscas em seus movimentos.
- Grafite – representa a arte plástica, expressa por desenhos coloridos feitos por grafiteiros, nas ruas das cidades, espalhados por todo o mundo.

Herschmann (1997) afirma que a identidade do HipHop está profundamente arraigada à experiência local e específica e ao apego a um status em um grupo local ou família alternativa.

“O Hip Hop duplicou, reinterpreto a experiência da vida urbana e apropriou-se, simbolicamente do espaço urbano por meio sampleado, da postura, da dança, do estilo e dos efeitos do som” (HERSCHMANN, 1997, p,193).

No Brasil a cultura HipHop, surgiu na década de 80, onde originaram então os grupos de Break os primeiros Rapers e Grafiteiros, atingindo o povo que morava nos guetos e subúrbios das grandes cidades, onde que o HipHop no Brasil possui

características de luta de classes, sendo de jovens filhos dos trabalhadores assalariados e muitos de pais desempregados.

Hoje no Brasil percebe-se no conteúdo do HipHop a consciência de uma classe em busca por novas conquistas, como por exemplo o desejo de entrar na universidade igualdade social e abolição de preconceitos.

## **2.2. GRAFITE**

Sobre o Grafite em si não há uma citação na história do HipHop afirma da onde ele começou ou de que forma foram criados letras e formas de se desenhar, mas há quem diga que ele foi o primeiro elemento a ser formado

Sabe-se que nos anos 70 gangues disputavam demarcando becos, muros e trens com seus nomes. Aos poucos a demarcação foi tomando segundo plano para uma verdadeira e nova forma de expressão artística, onde garotos criavam novos estilos futuristas de grafiteagem com o bico do spray.

### **2.2.1. GRAFITE NA RUA**

No início dos anos 70, as inscrições pichadas em muros e paredes eram freqüentes em determinados lugares dos grandes centros. Novos grupos foram surgindo, usando a pichação como forma de identificação, e passaram a fazer questão de diferenciar suas próprias inscrições feitas por outros grupos. Com isso as letras começaram a ter desenhos próprios buscando-se estilos de letras diferentes.

“No grafite, as letras longas, sinuosas, radicais e curvas são quebradas e camufladas por repentinas rupturas nos traços. As letras pontiagudas, angulares e fraturadas são escritas em itálicos exagerados que surgem os movimentos de ida e vinda. As letras tem sombreamento duplo e triplo de forma a ilustrar a força da energia que irradia do centro sugerindo movimentos circulares – além disso as palavras manuscritas movem-se horizontalmente”. (HERSCHMANN, 1997, p.207).

A evolução da pichação deu por simples imitação dos grupos que tentavam conquistar territórios no meio urbano, alastrando-se por todas as cidades do interior e passando a ser a maior manifestação de interferência na paisagem urbana, pois até então era somente visto nas grandes cidades.

O grafite pichado na rua era conhecido pelos estilos de desenho feito por seus autores, os quais eram reconhecidos, seja pelas referências ou pelo estilo utilizado pelo grafiteiro.

Segundo Herschmann (1997) os artistas grafitavam murais e logomarcas nos trens, nos caminhões e nos parques reivindicando seus territórios e inscrevendo sua outra e contida identidade na propriedade pública.

Aos poucos os grandes centros ficaram marcados por todos os lados com inscrições, denúncias e provocações, no que comumente chama-se de “pichação”.

### **2.2.2. GRAFITE E A ARTE**

Com o passar dos anos o grafite deixou de ser visto como um ato de marginalização e passou a ser visto como arte, aproveitando essa técnica para criar desenhos bem elaborados como desenhos em quadrinhos.

O grafite nesse período consistia em desenhos feitos a mão livre sem o uso de máscaras de moldes. O repertório de imagens era bastante variado e lúdico, com grande influência dos elementos da comunicação de massa como personagens de histórias em quadrinhos, vídeo clips e vídeo games, ou com referência às artes gráficas, usando cores contrastantes.

O trabalho de grafitagem era feito à luz do dia, de modo elaborado e com técnica, apurada; seus autores eram artistas plásticos, gráficos ou arquitetos.

Herschmann (1997) afirma que os grafiteiros desenham murais para os palcos dos Dj's, além de pôsteres e panfletos para anunciar os eventos do Hip Hop.

Como o grafite passou a ser visto como uma forma de chamar atenção das pessoas, as quais estavam em busca de algo novo, logo então ele conseguiu adeptos que, começaram a pintar. Nas fachadas das lojas, oficinas, letreiros e imagens que identificavam o seu respectivo comércio.

Atualmente, esta técnica é muito difundida e exige um bom conhecimento de desenho.

Por estar sendo caracterizado como arte, ele acabou se tornando símbolo de integração social e é refletido nas ruas com vários elementos que se relacionem com a rua, como por exemplo locais onde se praticam Skate e de centros culturais.

### 2.2.3. GRAFITE NO BRASIL

No Brasil o grafite surgiu na década de 60, quando grupos políticos pichavam nos muros das cidades frases tais como “ABAIXO A DITADURA”. A inscrição política nasceu no meio universitário como influência direta do movimento estudantil de maio de 1968 e definiu uma estética própria e uma certa agilidade, fruto da necessidade de escapar da repressão que na época atingia seu limite.

Os estudantes chamavam essas inscrições de grafite e seu conteúdo expressava uma estética poética, com as atividades e os conteúdos do movimento. O meio urbano produziu novas influências, fazendo surgir letras pintadas nos muros de terrenos baldios, construções públicas, paredes de viadutos – por todos as cidades e também em pedras nas estradas. As expressões eram pintadas por militares no caso da pichação política ou por pessoas especialmente contratadas para isso, no caso da propagando comercial.

Essas inscrições da propaganda poética ou comercial, visavam a difusão de uma mensagem através de um meio alternativo e seu significado podia ser entendido por todas as pessoas, diferenciando-se da pichação que nascia com um conteúdo restrito e fechado. Nesta época, grafite e pichação eram sinônimos e as inscrições caracterizavam-se pela ausência de elementos plásticos, com letras (geralmente maiúsculas), feitas a mão com tinta nas cores branca, vermelha ou preta.

“Além da centralização inerente à nomeação alternativa, à identidade e a filiação de grupo, os rappers, Dj’s, os grafiteiros e os dançarinos de Break reivindicaram o seu torrão e ganharam status local ao desenvolverem novos estilos”. (HERSCHMANN, 1997, p. 205)

Nos dias de hoje, pichação e grafitagem, apesar da mesma origem, são consideradas interpretações diferentes de uma realidade social, onde, embora ainda sirvam como forma de comunicação e muitas vezes protesto, agora; possuem objetivos diferentes. Enquanto alguns “vandalistas” picham suas mensagens de provocação os “grafiteiros” buscam integração social.

#### **2.2.4. O GRAFITE NA MODA**

O grafite na moda foi muito utilizado por diversos estilistas, em marcas nacionais e internacionais como Ellus, Triton, British Colony e Pura Mania. Símbolo de rebeldia e considerada descontração.

O estilista Marc Jacobs, com a tradicionalíssima bolsa Luis Vuitton, sobre o centenário monograma impresso por toda parte pintou o nome da grife como se fosse uma pichação ou grafiteagem. Deu tão certo que a fila para comprar uma bolsa dessas era enorme, antes mesmo de ser lançado no Brasil.

Seguindo a linha da grafiteagem chique, estilistas brasileiros também estão usando rabiscos variados para enfeitar materiais sofisticados.

O estilo muro chique saiu das ruas de Nova York, para as galerias de arte na década de 80 pelas mãos de Jean-Michel Basquiat, pichador alçado a categoria de artista pelo pai da pop art, Andy Warhol.

As técnicas de grafiteagem também foram elaboradas. A Ellus jogou ácido sobre o jeans grafiteado para deixar a estampa meio escorrida. A Carlota Joaquina usou o silk –screen tradicional em saias e camisetas, mas nos terninhos, pôs uma película que vai descascando de propósito a cada lavagem, sendo que as camisetas e outras peças pichadas venderam 30% a mais que as outras estampas.

Embora a grafiteagem tenha sido muito trabalhada ela continua sendo uma fantástica fonte de trabalho e inspiração, pois mostra de forma irreverente, o ritmo, a alegria e a realidade do povo brasileiro.

O HipHop de onde o grafite é originado, é um estilo muito copiado e bastante trabalhado, são importantes pois refletem o comportamento do jovem atual de diferenciar-se através da roupa e ainda assim, expressar sua identidade.

#### **2.3. A ROUPA COMO DIFERENCIAÇÃO**

O Grafite é uma arte utilizada pelos seus adeptos não só como um hobby ou passatempo, mas sim para mostrar o verdadeiro valor dessa técnica que ao ser transmitida na moda faz com que crie-se um diferencial às roupas.

O diferencial na moda não está apenas nas inovações de tecidos ou modelos, mas sim no que a roupa trás consigo, para diferenciar, nesse caso o uso da estamparia e as aplicações através de bordados com técnicas artesanais, faz com que o produto de moda tenha um valor diferenciado e um produto com exclusividade, associando a arte do grafite com a moda e seu público alvo.

## **2.4. A MODA HIP HOP**

Segundo Herschmann (1997) a moda Hip Hop é um rico exemplo desse tipo de apropriação crítica pelo estilo, onde os artistas usam o estilo como forma de construção de uma identidade.

Uma moda que abusou excepcionalmente de bijuterias grandes, vistosas e douradas ou de jóias com diamantes falsos.

Suas roupas são geralmente exagerados elementos da moda falsificados e outros emblemas de grifes, retalhados ou aplicados em jaquetas, calças, bonés, carteiras e em tênis, sendo aos poucos agregados à moda como um estilo.

Nos anos 80, a última moda Hip Hop foi o grande relógio de plástico usado em torno do pescoço sobre regata/atleta. Na década de 90, as pantalonas modernas superlargas e os acessórios externos de soldado urbano, como as jaquetas “encapuzadas”, bonés com caveiras, botinas e casacos superlargos e fofos e acabou se tornando não apenas um estilo musical, como também um estilo para a moda.

Na atualidade o Hip Hop continua sendo muito trabalhado, considerado uma fonte de inspiração que continua sendo mostrada e difundida através dos novos cantores que usam alguns elementos do Hip Hop que influenciam na moda como a cantora Beyoncé, que mostra em seus clips a musicalidade e temática do Hip Hop, tanto na música quanto no visual, sendo fonte de inspiração para muitas pessoas.

## **2.5. NOVA PROPOSTA DO GRAFITE**

Com o intuito de diferenciar a jovem moderna o grafite contribui com a vestimenta, através de suas características de “rebeldia”. Porém, exige um nível de diferenciação estética, onde sejam exploradas técnicas, não vistas em outras estações.

Neste caso, a customização contribui com este processo, porque da a cada peça uma característica de exclusividade.

A customização é a personalização das roupas é a criação de um visual inusitado com criações novas, produtos diferenciados, podendo rasgar, cortar, desfiar, pintar e misturar peças e texturas.

“É preciso lembrar que ambas as manifestações de moda, massificação e diferenciação, sempre coexistiram e continuaram a coexistir, porque essa dualidade é intrínseca ao próprio sistema de moda, que concilia ambas as necessidades do ser humano: de um lado ser aceito e pertencer a um grupo e de outro buscar se afirmar como indivíduo”. (BARROS, 2003, p. 01).

Ou seja, de um lado sempre estarão os lançadores de moda, os diferentes, e de outro os seguidores, se fazendo iguais, sendo esse o principal objetivo, mostrar que através da inovação das técnicas do bordado, aplicações e estamparia – diferenciar seus produtos para atender os consumidores que são mulheres que buscam peças do vestuário exclusivas.

### 3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

#### 3.1. Coleta e análise de dados:

- **Porte da empresa:** Micro Empresa (até 19 pessoas)
- **Segmento de Mercado:** Confeção feminina streetwear
- **Área de atuação:** Sudoeste do Paraná
- **Comercialização e Distribuição:** Região sudoeste do Paraná
- **Capacidade Produtiva:** 5.000 peças/mês
- **Capacidade Instalada:** 8.000 peças/mês
- **Capacidade de Vendas:** 4.800 peças/mês
- **Método de Produção:**  
Interno: processo de desenvolvimento, montagem e acabamento.  
Externo: lavanderia
- **Materias – primas:** Malharia tubular e tecidos planos
- **Marca:** M. Carraro
- **Concorrentes diretos/indiretos:** Pura Mania, Triton, Ellus.

### 3.2. PERFIL DO CONSUMIDOR

O público alvo é composto por mulheres de 18 a 22 anos, solteiras, habitantes da região sudoeste do Paraná e moram em boas casas em bairros agradáveis, são jovens que, embora morem com os pais, trabalham durante o dia e freqüentam a faculdade à noite.

Possuem uma agenda lotada de compromissos dentre os quais estão os cuidados com a beleza, disponibilizando de três horas por semana destinadas a uma boa malhação na academia e tratamento estético, pois elas procuram estar em forma cuidando do corpo e da beleza estética.

Nos fins de semana, freqüentam festas e reuniões com os amigos em barzinhos movimentados da cidade, nos dias de calor não dispensam as piscinas e as praias artificiais.

Segundo Kotler (1999), as compras do consumidor, são altamente influenciadas pelas características culturais, sociais, pessoais e psicológicas.

Em matérias de produtos de moda, o poder e decisão de compra é somente delas, pois elas possuem renda física que varia de dois a três salários e recebem também ajuda de seus pais.

Acompanham as tendências do seu meio e compram produtos de boas marcas que estão na moda.

Esse público freqüenta lojas multimarcas, tem preferências por marcas como: Pura Mania, Triton, Ellus e Fórum e não abrem mão de um produto ou marca nova, se nele conter as características que elas buscam em seu estilo.

Enquanto freqüentam festas e eventos sociais, gostam de diferenciar-se da roupa do dia-a-dia, abusando de brilhos, decotes e estampas.

Suas leituras preferidas são VOGUE, ELLE, NOVA, sua preocupação com a beleza as faz serem freqüentadoras de lojas de produtos de beleza e perfumaria, mas lojas de roupas, exercem a maior influencia sob o montante de seus gostos.

### 3.3. Pesquisa de Tendências

- **Tendência Sócio-Cultural**

A tendência aventura e fantástica é a tendência sociocultural que define muito o que o público alvo deseja a busca pelo novo, a fuga da realidade.

Popcorn (1997) afirma que a verdade é que a tendência Aventura da fantasia depende mais dos vãos da fantasia do que do risco barra pesada da alta aventura.

Essa aventura é para quem busca estar de bem com a vida, sendo pessoas que passam a semana trabalhando durante o dia e a noite buscam suas fantasias, satisfazendo suas vontades e desejos, saindo do seu mundo normal e embarcando no mundo da fantasia.

Essas fantasias estão diretamente ligadas a sua vestimenta, pois é no modo de vestir-se que elas exercem poder da fantasia, onde que buscam sentir-se bem e diferente das outras pessoas, saindo da sua rotina de agenda e horários apertados para entrar no mundo da fantasia, mundo esse, que a faz esquecer-se de tudo, dos problemas, do trabalho e aventuram-se, mas sabem que quando chegar o dia seguinte elas tem o compromisso com o seu trabalho.

- **Tendência Estética**

O hiphop é uma tendência estética onde que pessoas e grupos sociais, tendem a seguir os passos do estilo de vestimenta desse público, usando roupas grafitadas, com glamour, onde que o diferencial nelas existentes.

“Os efeitos do estilo e da estética sugerem caminhos afirmativos e podem ser pensados como um projeto de resistência e afirmação social: eles criam, sustentam, acumulam, estratificam, embelezam e transformam as narrativas, mas também estão preparados para a ruptura e até encontram prazer nela, pois de fato planejam uma ruptura social”. (TRICIA ROSE Apud, HERSCHMANN, 1997, p. 208)

A cultura e o dia-a-dia de um povo fazem do Hip Hop uma grande tendência estética, não somente como a identidade desse povo, mas sim na moda, no comportamento e no estilo de vida e da vestimenta dessa cultura, que emergiu como

fonte de inspiração para outros povos e culturas, onde que, a busca pelo novo e algum diferencial é constante e necessária.

“O hiphop corresponde a uma estetização da vida cotidiana e consta de um projeto que tem como fundamento a superação da fronteira entre a arte e a vida, aqui indicada pela procura constante, por novas modas, novas sensações e experiências e estilo, incentivados pelo mercado de consumo”. (FEATHERSTONE, 1995, p. 105).

### 3.4. DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

- **Segmento de Mercado**

Linha streetwear fashion – segmento este diferenciado que visa a elaboração de produtos voltados para a moda da rua com alguma diferenciação estética. Streetwear Fashion; Moda de rua manifestada através de formas de expressão, constituindo uma subcultura: Música, ídolos e lugares freqüentados.

Consiste em peças usadas para ir a festas e eventos específicos da noite. Esta linha entra na característica fashion, por que o estilo streetwear é mais despojado e com formas extremamente amplas.

Neste caso, ele será composto de formas mais justas ao corpo.

Nas palavras de Kotler (2000) a concentração se dá em um único segmento. Com isso ela acaba tendo uma forte presença no mercado, especializando sua produção e especializando-se em seu produto.

Aliado ao segmento streetwear, será trabalhada a técnica de customização, que permite através de interferências nos modelos (sejam costuras, apliques a elaboração de modelos exclusivos).

Esta linha é jovem com criações específicas do streetwear desenvolvido para jovens frutos da cultura pop e dos movimentos de estilos oriundos das ruas.

- **Conceito da Marca:**

“O Glamour do Street Style”

- **Necessidades a serem atendidas:**

- Atendendo as necessidades desse público, com peças do vestuário feminino;
- Peças diferenciadas, com aplicação de bordados e estamparias;
- Sentir-se bem, deixando-as diferentes e glamurosas;
- Peças do vestuário feminino exclusivas e customizadas;
- Destaque pessoal e status social;
- Sentir-se bonita e desejada, ressaltando sua sensualidade e feminilidade.

### 3.5. ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

- **Conceito da Coleção:**

Hip Hop e Grafite

- **Referências:**

DJ, Grafiteiro.

- **Cores:**



14-6329 TC



17-1723 TC



16-1350 TC



17-4540 TC



17-4004 TC



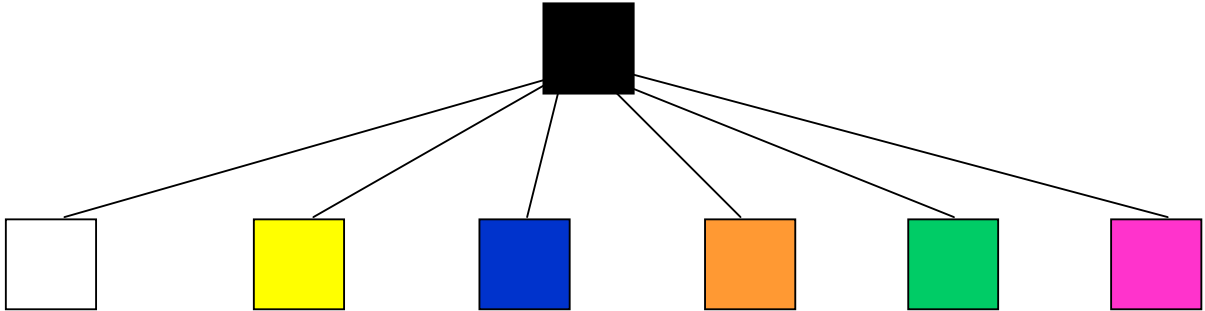
11-0601 TC



13-0941 TC

- **Combinação de cores:**

Todas as cores seguintes estão associadas ao preto.



- **Técnicas e Tecnologias:**

O uso do bordado e estamparia aplicados no produto.

- **Formas e Estruturas:**



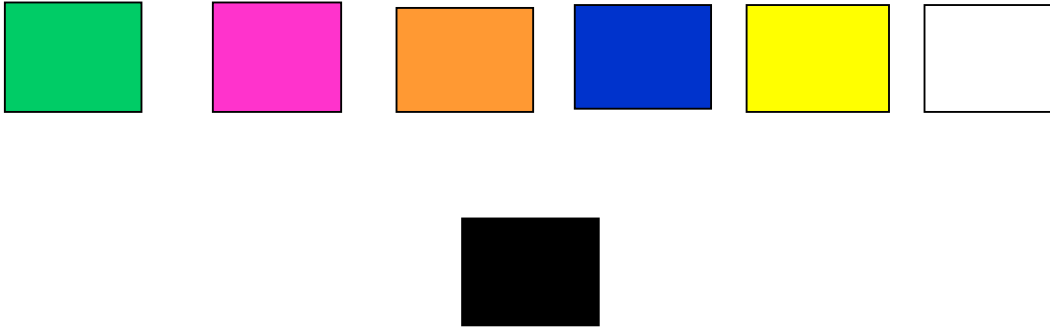
- **Dimensionamento e Mix de Coleção:**

50% top

50% Botons,

### 3.5 DIRETRIZES PROJETAIS

- **Cartela de Cores**



- **Briefing**

## 4. METODOLOGIA

A bibliografia existente sobre metodologia, encontramos nas palavras de Victoriano (1998) que a pesquisa bibliográfica consiste em conhecer, recolher, selecionar, analisar e interpretar as contribuições teóricas já existentes sobre determinado assunto. Apesar de todos os estudos exigirem que seja feita uma exaustiva pesquisa bibliográfica existe teses desenvolvidas exclusivamente a partir de tais fontes.

Pode-se notar que o uso da técnica do grafite (vertente do estilo HIP HOP) não possui apenas uma carga significativa de expressão no campo artístico, como também, pode ser intensamente utilizado no campo do vestuário, transmitindo – no lugar da característica rebelde – uma aparência luxuosa, através das interferências e aplicações nos modelos.

- **DISCIPLINAS QUE PERMEIAM O TRABALHO:**

**Desenho Básico:**

Representação de figuras geométricas e orgânicas. Linha, proporção e volume de figuras geométricas e orgânicas. Cânones, anatomias e escalas.

**Modelagem:**

Conceitos e métodos de modelagem industrial. Antropometria, estudo de tabelas e medidas. Princípios de diagramação bidimensional.

**História da Moda:**

A história da moda do período medieval e atualidade. A evolução dos estilos e do traje através dos tempos.

**Tecnologia da Costura:**

Nomenclatura. Operacionalização de máquinas. Montagem de peças do vestuário.

**Tecnologia da Confecção:**

Estudo de encaixe, risco, enfiado, corte. Acabamento, arremate, passadoria, embalagem e inspeção de qualidade.

**Desenho Planificado:**

Normas técnicas de representação do desenho planificado. Planificação de diagramação de peças do vestuário. Representação de cotas e símbolos. Peso das linhas. Leitura do desenho.

**Pesquisa da Moda:**

Estudar as diferentes fontes de informações aplicadas ao desenvolvimento de produtos. Decodificação de informações em produtos. Redutores de incertezas.

**Desenvolvimento de Produto – Protótipos:**

Etapas do processo de produção. Planejamento do produto. Processo de montagem do produto. Implementação do projeto proposto.

**Marketing:**

Marketing. O conceito de marketing. O comportamento do consumidor. Planejamento de marketing. Decisões de propaganda e promoção de vendas.

## CONCLUSÃO

Com o desenvolvimento desse estudo pode-se perceber que, o estilo Hip Hop e o grafite, utilizado intensamente no trabalho, com intuito de elaborar um produto diferenciado para o público feminino de 18 á 22 anos, sendo este um público que busca roupas diferenciadas usadas para sair a noite.

Devido á necessidade e a dificuldade que esse publico enfrentava ao adquirir seus produtos, onde a satisfação com o desenvolvimento desse estudo veio para suprir suas necessidades.

Roupas essas que correspondem e atendem suas necessidades, pois ao desenvolver esse estudo foi possível elaborar uma coleção voltada para o estilo Hip Hop e o grafite, onde o diferencial das peças estão no uso da estamparia e aplicações de bordados, técnicas essas, que diferenciaram esse produto de moda e fizeram com que as roupas ficassem com cara de exclusivas, fazendo com que elas se destaquem das outras.

Portanto, esse estilo Hip Hop e o grafite serviram não somente como fonte de inspiração para a moda e o desenvolvimento deste estudo, mas também para aprofundar-se em um estudo sobre o estilo e a cultura , e sua intervenção através do grafite usadas e aplicadas na moda, gerando uma coleção.

## REFERÊNCIAS

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós modernismo**. 2ªed. Rio de Janeiro: Atlas, 1999.

FISHER, Mirkin. **O código de vestir: os significados ocultos da roupa feminina**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

GARCIA, Carla, VICTORIANO, Benedicto. **Produzindo Monografia – Trabalho de Conclusão de Curso. Série Formação**. 3ª edição. São Paulo: Publischer Brasil, 1998.

HERSCHMAN, Micael. **Abalando os anos 90: Funk e Hip Hop**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Garry. **Princípios de Marketing**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Ed. LTC, 1999.

KLOTER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo, Atlas, 1998.

LAVIER, James. **A roupa e a moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

LEHNERT, Gertrud. **História da Moda do século XX**. Colônia: Köneman, 2001.

POPCORN, Faith. MARIGOLD, Lys. **Click – 16 tendências que irão transformar sua vida, seu trabalho e suas relações**. 4ª ed. São Paulo: Campus, 1997.

\_\_\_\_\_. **Público Alvo Mulher, Evolution: 8 Verdades de Marketing Para Conquistar Sua Consumidora do Futuro**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MÜLLER, Florence. **Arte & Moda**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80**. São Paulo: Companhia das letras, 1992.

PALOMINO, Érica. **Babado forte: moda, música e noite**. São Paulo: Mandarin, 1999.

RODRIGUES, Lessa; ACIOLI, Paula. **30 Estilistas: À moda do Rio**. Rio de Janeiro: Senac, 2002.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

VICENT- RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. São Paulo: Paz e Terra, 1989.

BRAGA, Liliane. **Uma breve análise do papel da palavra no HIP HOP Brasileiro**. Disponível em: <[http://www.mundodarua.com.br/br/materia\\_lilianebraga01.asp](http://www.mundodarua.com.br/br/materia_lilianebraga01.asp)>. Acesso em: 10 de agosto de 2004.

REAL HIP HOP. Disponível em: <<http://www.realhiphop.com.br>>. Acesso em: 10 de agosto de 2004.

DANÇA DE RUA. **História do Hip Hop**. Disponível em:

< <http://www.dancaderua.com.br/historia.htm>>. Acesso em: 10 de agosto de 2004.

MODA BRASIL. Disponível em: <<http://www.modabrasil.com.br>>. Acesso em: 10 de agosto de 2004.

## **Anexo (A)**

### **Suprimentos e Equipamentos**

- Uso de equipamentos para registro: lápis, caneta, papéis e mídia eletrônica.
- Desenvolvimento de book de coleção com materiais específicos.
- Materiais: Tecidos e aviamentos para coleção.
- Maquinário específico para confecção de produto do vestuários.
- Maquinas utilizadas: Overloque, interloque, galoneira e reta.

**Anexo (B)****CRONOGRAMA**

	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Revisão Bibliográfica	X	X	X	X		
Planejamento	X	X				
Pré Banca			X			
Revisão e Adequação			X	X		
Redação do Relatório					X	
Elaboração do Produto					X	
Banca Final						X