



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

**“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN**

**COBERTURAS DE CABEÇA: DIRETRIZES PROJETUAIS PARA O
DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS - O CASO DE CHAPÉUS, BONÉS, GORROS
E VISEIRAS DAS INDÚSTRIAS DA CIDADE DE APUCARANA-PR.**

TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON

Bauru
2016

TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON

**COBERTURAS DE CABEÇA: DIRETRIZES PROJETUAIS PARA O
DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS - O CASO DE CHAPÉUS, BONÉS, GORROS
E VISEIRAS DAS INDÚSTRIAS DA CIDADE DE APUCARANA-PR.**

Dissertação apresentada Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - Campus de Bauru, como exigência parcial à obtenção do Título de Mestre em Design -Área de Concentração: Desenho de Produto.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marizilda dos Santos Menezes.

Bauru
2016

Berton, Tamissa Juliana Barreto.

Coberturas de cabeça: diretrizes projetuais para o desenvolvimento de produtos - o caso de chapéus, bonés, gorros e viseiras das indústrias da cidade de Apucarana-PR / Tamissa Juliana Barreto Berton, 2016
132 f.

Orientador: Marizilda dos Santos Menezes

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2016

1. Acessórios de Cabeça. 2. Design de Moda. 3. Desenvolvimento de produto. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE Mestrado de TAMISSA JULIANA BARRETO BERTOM, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO.

Aos 05 dias do mês de julho do ano de 2016, às 10:00 horas, no(a) Auditório da Seção Técnica de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES - Orientador(a) do(a) Departamento de Artes e Representação Gráfica / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Professora Doutora MONICA CRISTINA DE MOURA do(a) Departamento de Design / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - UNESP, Profª. Drª. MARIANA MENIN do(a) Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas / Universidade do Sagrado Coração,, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE Mestrado de TAMISSA JULIANA BARRETO BERTOM, intitulada **COBERTURAS DE CABEÇA: DIRETRIZES PROJETUAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS - O CASO DE CHAPÉUS, BONÉS, GORROS E VISEIRAS DA INDÚSTRIA DA CIDADE DE APUCARANA- PR.** Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADA . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.


Profa. Dra. MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES

Professora Doutora MONICA CRISTINA DE MOURA


Profª. Drª. MARIANA MENIN



BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Marizilda dos Santos Menezes

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – UNESP
Orientadora

Prof.^a Dr.^a Monica Cristina de Moura

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – UNESP

Prof.^a Dr.^a Mariana Menin

Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas - Universidade do Sagrado Coração

DEDICATÓRIA

*À **Deus**, que mesmo nos momentos mais difíceis me dá forças para seguir em frente.*

*À minha mãe **Lusia**, que sempre doa todo seu amor e conhecimento sem medir esforços.*

*Ao meu pai **Jomar**, que me proporcionou a honra de ser sua filha e estar ao meu lado
fisicamente o tempo que pôde, meu exemplo de vida.*

*Ao meu esposo e companheiro **Bruno**, que esta ao meu lado em todos os momentos.*

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço à Deus, que me deu o dom da vida e a capacidade para realizar este estudo.

À minha orientadora Marizilda dos Santos Menezes, por compartilhar toda a sua sabedoria, acreditar no meu trabalho e me incentivar mesmo quando eu não sabia o caminho que devia seguir, pela paciência e disposição em me auxiliar.

Ao meu esposo Bruno, pelo amor, companhia, compreensão e apoio incondicional em todos os momentos.

Aos meus pais, que sempre acreditaram em minha capacidade. Minha mãe Lusia, pelo seu amor e disposição em contribuir com meus estudos e meu pai Jomar, que sempre me incentivou e continua a me direcionar pelos melhores caminhos de um lugar bem melhor.

Ao meu irmão Jomar Junior e sua namorada Sharise, que contribuíram diretamente para que o tema da minha pesquisa fosse totalmente alterado e ficasse muito mais interessante.

À minha irmã e amiga Tamires, que compartilha sempre comigo seus conhecimentos me instigando sempre a crescer como profissional e como pessoa.

À Gisely, minha amiga e companheira de mestrado, que dividiu comigo tantos momentos dessa etapa, ajudando a enfrentar as estradas e fazendo das viagens mais divertidas e agradáveis .

À minha amiga Livia, que com seu dom para a pesquisa, me direcionou em grande parte dos meus estudos, sem poupar seu tempo e conhecimento.

À Mari, minha grande amiga, que me incentivou nessa caminhada muito antes de iniciá-la, e continua sempre me apoiando e auxiliando.

Às empresas e colaboradores que participaram desta pesquisa, pela acolhida e contribuições fundamentais.

Sou grata à todos, pois com a contribuição de cada um, esta jornada não teria sido tão enriquecedora. Muito Obrigada!

RESUMO

Coberturas de cabeça como chapéus, bonés, boinas, entre outros, além de serem acessórios que possuem a função de proteger são itens que compõem e valorizam uma composição de Moda. Embora seu uso no Brasil não seja tão cotidiano como em outras partes do mundo, existe, na atualidade, um aumento na procura de tais acessórios de moda, e por consequência um significativo aumento da produção pelas indústrias, notadamente na região de Apucarana/PR, que conta com um núcleo de indústrias especializadas na confecção de bonés e demais coberturas de cabeça semelhantes. Apesar da pertinência destes elementos para o vestuário, para o Design e para a Moda, não são encontrados muitos registros sobre estas peças, impulsionando o interesse em realizar alguma contribuição para este ramo. O objetivo predominante deste trabalho consiste em compreender as características da concepção e processo produtivo das coberturas de cabeça, visando estabelecer orientações, baseadas em conceitos de Design e de Moda, para o seu desenvolvimento em indústrias. Inicialmente, a pesquisa conta com uma breve investigação sobre a história dos acessórios de cabeça, estabelecendo definições das funções do Design atreladas a estes elementos. Em seguida, averiguou-se os estilos de chapéus, bonés, boinas e gorros produzidos e utilizados atualmente. Doravante, há um aprofundamento por itens produzidos pelas indústrias de confecção, relatando suas propriedades. Aborda-se neste contexto também diretrizes projetuais de desenvolvimento de produto de Moda e acessórios em geral, além de uma metodologia de confecção do vestuário. Para atingir o conhecimento que propicia elaborar os direcionamentos pretendidos, busca-se observar empresas do ramo e realizar entrevistas com responsáveis pelo desenvolvimento do produto. Contudo, percebe-se que o processo de construção das coberturas de cabeça são adequadas, porém a concepção e elaboração do produto não possui um direcionamento específico, sendo que cada um desenvolve de uma maneira, havendo assim lacunas que obstruem o resultado final. Dessa forma, estabeleceu-se orientações a fim de conduzir os profissionais que desempenham a função de conceber e desenvolver coberturas de cabeça, embora ainda necessitem ser implementadas e aplicadas, os direcionamentos foram embasados na realidade industrial.

Palavras-chave: *Acessórios de Cabeça, Design de Moda, desenvolvimento de produto.*

ABSTRACT

Head coverings such as hats, caps, berets, among others, and are accessories that have the function of protecting are items that make up a composition and value of fashion. Although its use in Brazil is not as everyday as in other parts of the world, there is, at present, an increase in demand for such fashion accessories, and consequently a significant increase in production by industries, notably in the area of Apucarana / PR, which has a core of specialized industries in the production of caps and other similar head coverings. Despite the relevance of these elements for clothing, for the Design and the Fashion, not many records are on these parts, driving the interest in making a contribution to this branch. The predominant objective of this work is to understand the characteristics of the design and production process of head coverings, to establish guidelines based on concepts of Design and Fashion, for their developing industries. Initially, the research has a brief research on the history of headwear, establishing definitions of the functions of design tied to these elements. Then examined whether the styles of hats, caps, berets and caps produced and used today. From now on, there is a thinning of industrial items, reporting their properties. Addresses in the context also projective guidelines for product development and fashion accessories in general, as well as a methodology of garment making. To attain knowledge that provides elaborate the desired directions, search observe branch companies and conduct interviews with responsible delo product development. However, it is clear that the process of construction of the head covers are quite adequate, but the design and preparation of the product does not have a specific direction, each of which develops and manner, so there gaps that hinder the final result. Thus, we established guidelines in order to drive the professionals who perform the function of designing and developing head coverings, although still need to be implemented and applied, the directions were based in industrial reality.

Keywords: *Accessories Head, Fashion Design, product development.*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1. PROPOSIÇÃO	4
1.1. OBJETIVOS	4
2. PROCESSOS METODOLÓGICOS	6
3. CONTEXTUALIZAÇÃO DAS COBERTURAS DE CABEÇA	9
3.1. HISTÓRICO	9
3.1.1. Antiguidade.....	9
3.1.2. Idade Média.....	15
3.1.3. Renascimento e o Século XVI	18
3.1.4. Barroco / Século XVII	20
3.1.5. Rococó / Século XVIII.....	22
3.1.6. Século XIX.....	25
3.1.7. Século XX.....	26
3.2. FUNÇÕES DO PRODUTO DE DESIGN	30
3.3. COBERTURAS DE CABEÇA X MODA	32
3.4. TIPOS DE COBERTURAS DE CABEÇA	39
3.4.1. Chapéu	39
3.4.2. Bonés	45
3.4.3. Gorros e Boinas	46
3.5. DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA.....	49
3.6. PROPRIEDADES	58
3.6.1. Materiais.....	58
3.6.2. Modelagem.....	61
3.6.2.1. <i>Medidas</i>	63
3.6.3 Processo Produtivo	65
3.6.4. Ergonomia e Usabilidade	67
4. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA.....	71
4.1. OBSERVAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO	71
4.1.1.Desenvolvimento de Produto.....	72
4.1.2.Setor Operacional	74
4.1.3.Resultados	77
4.1.3.1. <i>Desenvolvimento do produto</i>	78
4.1.3.2. <i>Setor operacional</i>	84
4.2. ENTREVISTAS	93
4.2.1. Estrutura da Entrevista	93
4.2.2. Resultados da Entrevista	94

4.2.2.1. Identificação da Empresa	95
4.2.2.2. Identificação do Funcionário.....	95
4.2.2.3. Processo de Desenvolvimento de Produto.....	97
4.2.2.4. Concretização do produto.....	101
5. ANÁLISES E DISCUSSÕES	105
5.1 DIRETRIZES PROJETUAIS DESTINADAS ÀS COBERTURAS DE CABEÇA.....	109
CONCLUSÃO	116
REFERÊNCIAS	119
APÊNDICES	124
APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	124
APÊNDICE B - FORMULÁRIO DE OBSERVAÇÃO A.....	125
APÊNDICE C - FORMULÁRIO DE OBSERVAÇÃO B.....	126
APÊNDICE D - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA	127
APÊNDICE E - FICHA DE PLANEJAMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO DA COBERTURA DE CABEÇA.....	131

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: CHAPÉU REDONDO E PLANO OU BARRETE - POVOS ANTIGOS	10
FIGURA 2: ADORNOS DE CABEÇA EGÍPCIOS - <i>PSCHENT</i>	11
FIGURA 3: CHAPÉU EM FORMA DE PAGODE.....	11
FIGURA 4: JOVEM USANDO UM BARRETE FRÍGIO, EM MÁRMORE, SÉCULO 4 A. C.	12
FIGURA 5: BARRETE FRÍGIO - PEÇA DA REVOLUÇÃO FRANCESA	12
FIGURA 6: MULHERES GREGAS	13
FIGURA 7: HERMES INGENUI - CÓPIA ROMANA DE UM ORIGINAL GREGO - 5 A. C. / MUSEU DO VATICANO	14
FIGURA 8: ESTÁTUA DE MÁRMORE DE UMA MUSA COM VÉU (SÉCULO II A. C.)	14
FIGURA 9: SOLIDÉU.....	15
FIGURA 10: MULHERES DO PERÍODO MEDIEVAL COM OS ACESSÓRIOS DE CABEÇA ORNAMENTADOS.	17
FIGURA 11: BOINA UTILIZADA NO RENASCIMENTO - SIR CHRISTOPHER HATTON	18
FIGURA 12: COBERTURA DE CABEÇA BORDADA - IDADE MÉDIA.....	19
FIGURA 13: PENTEADOS FEMININOS E CHAPÉUS - BARROCO.	21
FIGURA 14: RETRATO DE LUÍS XIV COM CHAPÉU TRICÓRNIO.....	22
FIGURA 15: THÉRÈSE	24
FIGURA 16: CALASH.....	24
FIGURA 17: DORMEUSE.....	24
FIGURA 18: FIGURINO COM CHAPÉU L'ANDROSMANE	25
FIGURA 19: MULHERES COM TRAJES E CHAPÉUS PARA A PRIMAVERA DE 1900.	27
FIGURA 20: CHAPÉU <i>HOMBURG</i>	27
FIGURA 21: CHAPÉU CHOCHÉ	28
FIGURA 22: COMPOSIÇÕES COM CHAPÉUS COM A FUNÇÃO DE PROTEÇÃO AO SOL	33
FIGURA 23: COMPOSIÇÕES COM CHAPÉUS FEMININOS.....	35
FIGURA 24: COMPOSIÇÕES COM CHAPÉUS MASCULINOS	36
FIGURA 25: GORRO COM <i>VOILETTE</i>	37
FIGURA 26: BANDANAS E TURBANTES	37
FIGURA 27: COMPOSIÇÕES FEMININAS COM BONÉ.....	38
FIGURA 28: PARTES DE UM CHAPÉU	40
FIGURA 29: PARTES DE UM BONÉ.....	45
FIGURA 30: TIPOS DE BONÉS	46
FIGURA 31: GORROS.....	47
FIGURA 32: BOINAS.....	47
FIGURA 33: DIRETRIZES PARA O PROJETO DE PRODUTOS.....	51
FIGURA 34: ETAPAS DO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO DE MODA.....	53
FIGURA 35: ETAPAS DO PROCESSO DE DESIGN	54
FIGURA 36: ETAPAS DE CONSTRUÇÃO DO PRODUTO DO VESTUÁRIO.....	56
FIGURA 37: MOLDE DE BOINA DE SEIS GOMOS	62
FIGURA 38: PERÍMETRO TRANSVERSAL DA CABEÇA.....	64
FIGURA 39: ROTEIRO PARA OBSERVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO EM INDÚSTRIAS DE COBERTURAS DE CABEÇA	73
FIGURA 40: ROTEIRO PARA OBSERVAÇÃO DO SETOR OPERACIONAL DE COBERTURAS DE CABEÇA NAS INDÚSTRIAS.....	75
FIGURA 41: SETORES DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO E PRODUÇÃO DA EMPRESA A.....	85
FIGURA 42: SETORES DA EMPRESA C.....	87
FIGURA 43: SETOR OPERACIONAL DA EMPRESA D	89
FIGURA 44: MÁQUINA DE CORTE E GRAVAÇÃO À LASER	90
FIGURA 45: SEQUÊNCIA OPERACIONAL DE MONTAGEM DO CHAPÉU AUSTRALIANO	91
FIGURA 46: CHAPÉU AUSTRALIANO	92
FIGURA 47: DIRETRIZES PROJETAIS PARA COLEÇÕES DE COBERTURAS DE CABEÇA	112
FIGURA 48: DIRETRIZES PROJETAIS PARA COBERTURAS DE CABEÇA - PRODUTOS TERCEIRIZADOS	114

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: TIPOS DE CHAPÉUS - PRODUÇÃO ARTESANAL.....	42
TABELA 2: TIPOS DE CHAPÉUS - PRODUÇÃO INDUSTRIAL	44
TABELA 3: PERÍMETRO TRANSVERSAL DA CABEÇA.....	64
TABELA 4: RESULTADOS DO PROCESSO DE OBSERVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DAS COBERTURAS DE CABEÇA - LEVANTAMENTO SOBRE O PÚBLICO	79
TABELA 5: RESULTADOS DO PROCESSO DE OBSERVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DAS COBERTURAS DE CABEÇA - LEVANTAMENTO DE TENDÊNCIAS.....	80
TABELA 6: RESULTADOS DO PROCESSO DE OBSERVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DAS COBERTURAS DE CABEÇA - LEVANTAMENTO E DELIMITAÇÃO DE CONCEITO	81
TABELA 7: RESULTADOS DO PROCESSO DE OBSERVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DAS COBERTURAS DE CABEÇA - ETAPA DE GERAÇÃO	81
TABELA 8: RESULTADOS DO PROCESSO DE OBSERVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DAS COBERTURAS DE CABEÇA - ETAPA DE AVALIAÇÃO	82
TABELA 9: RESULTADOS DO PROCESSO DE OBSERVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DAS COBERTURAS DE CABEÇA - ETAPA DE CONCRETIZAÇÃO	83
TABELA 10: RESULTADOS DO PROCESSO DE OBSERVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DAS COBERTURAS DE CABEÇA - ETAPA DE DOCUMENTAÇÃO PARA PRODUÇÃO.....	83
TABELA 11: ESTRUTURA DA PESQUISA COM FUNCIONÁRIOS RESPONSÁVEIS PELO DESENVOLVIMENTO DE COBERTURAS DE CABEÇA	94
TABELA 12: RESPOSTAS DAS QUESTÕES SOBRE A EMPRESA.....	95
TABELA 13: RESPOSTAS DAS QUESTÕES SOBRE A IDENTIFICAÇÃO DO RESPONSÁVEL PELO DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO EM CADA UMA DAS EMPRESAS.	96
TABELA 14: RESPOSTA DA QUESTÃO: QUE TIPO DE CONTEÚDO JULGA NECESSÁRIO CONHECER ANTES DE APRENDER DESENVOLVER ACESSÓRIOS DE CABEÇA?	97
TABELA 15: RESPOSTAS DAS QUESTÕES SOBRE LEVANTAMENTO DE PÚBLICO	98
TABELA 16: RESPOSTAS DAS QUESTÕES SOBRE O INÍCIO DO PROCESSO DE CRIAÇÃO.....	99
TABELA 17: RESPOSTAS DAS QUESTÕES SOBRE CRIAÇÃO NA MODELAGEM.....	100
TABELA 18: RESPOSTAS DAS QUESTÕES SOBRE FATORES ERGONÔMICOS	100
TABELA 19: RESPOSTAS DAS QUESTÕES SOBRE GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	101
TABELA 20: RESPOSTAS DAS QUESTÕES SOBRE A DEFINIÇÃO DOS MATERIAIS	102
TABELA 21: RESPOSTAS DAS QUESTÕES SOBRE NOVOS MATERIAIS E TECNOLOGIAS.....	103
TABELA 22: RESPOSTAS DAS QUESTÕES SOBRE PROTÓTIPOS.....	104

INTRODUÇÃO

Os acessórios são elementos que constituem significativamente o universo da Moda, pertencem a uma área crescente no mercado por serem itens mais acessíveis e que valorizam a roupa. Podem ser também um instrumento comercial que fortalece uma marca de Moda, e por este motivo, há algum tempo, vêm tendo uma importância considerável na indústria.

As coberturas de cabeça estão presentes na indumentária à aproximadamente 3.000 a. C. e constantemente valorizados durante toda a história do vestuário e da Moda. Apesar disto, à partir dos anos 60 houve uma diminuição no uso desses itens, sendo o estilo de acessório mais afetado pelo estilo de vida casual nas últimas décadas. Embora este elemento não tenha apresentado mais a mesma relevância, nunca deixaram de existir e atualmente estão reaparecendo por motivo de Moda e de diversão. Mesmo no Brasil, onde coberturas de cabeça são objetos pouco comuns, vêm ganhando espaço constantemente neste universo, e embora não tenha ainda grande variedade de modelos, tamanhos e cores, estão presentes com mais frequência nas lojas de vestuário.

Neste trabalho, buscou-se especificar os acessórios que possuem a função de cobrir o rosto e a cabeça no âmbito do vestuário, denominando-os como coberturas de cabeça, de modo que não contemple o universo total de acessórios que se destinam à mesma parte do corpo, mas sim chapéus, bonés, boinas, quepes, viseiras e gorros. Assim, aplicou-se esta terminologia com o propósito de delimitar os acessórios que vestem a cabeça. Algumas bibliografias internacionais também foram utilizadas como referências para tal propósito, como por exemplo Schaffer & Saunders (2012), quem citam alguma vezes o termo em inglês "*head coverings*". Ainda assim, foram realizadas enquetes com pesquisadores da área de Design de Moda a fim de confirmar o termo mais adequado para esta pesquisa, e a denominação coberturas de cabeça foi a que obteve maior aceitação.

Apesar da pertinência destes elementos para o vestuário, para o Design e para a Moda, não encontram-se muitos registros sobre estas peças, principalmente quando buscam-se pesquisas mais específicas, relacionadas às suas respectivas áreas de estudo.

A motivação pela investigação do tema deu-se a partir da necessidade da pesquisadora realizar um projeto com uma cobertura de cabeça e não encontrar fontes para pesquisa, e, uma vez que anteriormente também ter exercido atividade como profissional de Moda em confecções desse ramo, detendo de certo conhecimento sobre esses artigos e seus processos, despertou o interesse em explorar e contribuir com o setor.

A cidade de Apucarana-PR conta com diversas indústrias do ramo de confecção de coberturas de cabeça, assim, perante o conhecimento da pesquisadora que teve a oportunidade de ter uma experiência na elaboração desses produtos na indústria, e de conhecer e vivenciar a realidade acadêmica do curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) - Campus Apucarana, que necessita formar designers de moda que possam atuar neste ramo, percebeu-se a insuficiente abordagem desses elementos em pesquisas de Design de Moda e buscou-se investigar este universo.

Para tanto, constatou-se a necessidade de conhecer profundamente as coberturas de cabeça, seus estilos e funções, compreender como são elaborados os novos chapéus, boinas, bonés, viseiras e afins que estão surgindo nas indústrias, com a intenção de aperfeiçoar os direcionamentos de elaboração destes produtos de Moda. Ainda, buscou-se direcionamentos do Design para a elaboração de produtos, a fim de unificar os conhecimentos e fornecer diretrizes de concepção de produtos voltadas aos adornos abordados neste trabalho.

Em vista disso, estruturou-se a pesquisa em seis capítulos de modo que o primeiro e o segundo consistem em proposição e processos metodológicos,

respectivamente.

O terceiro capítulo está composto pela fundamentação teórica, que foi subdividida em dois segmentos. Primeiramente, realizou-se um levantamento teórico relacionado com a contextualização dos acessórios de cabeça, sendo que existe pouco material relacionado diretamente ao assunto e é necessário compreender esses elementos para se aprofundar na sua elaboração. Já no segundo bloco, fez-se uma revisão sobre os pontos relacionados ao desenvolvimento do produto e as propriedades dos elementos abordados.

O desenvolvimento da pesquisa aconteceu em duas etapas, durante uma delas foi observado o processo produtivo das empresas, e a outra sucedeu-se com uma entrevista com os responsáveis pelo desenvolvimento das coberturas de cabeça de cada uma das indústrias que possuíam este setor. Este momento está apresentado no decorrer do quarto capítulo, assim como, seus resultados.

Durante o quinto capítulo, analisou-se os resultados do desenvolvimento da pesquisa, direcionando as melhores maneiras de adaptar a metodologia de produto de Moda às coberturas de cabeças produzidas nas indústrias. Geraram-se assim, tanto diretrizes projetuais para desenvolvimento de uma coleção de coberturas de cabeça, quanto orientações para elaborar estes objetos para terceiros.

1. PROPOSIÇÃO

Diante do exposto, a investigação proposta por este trabalho pretende responder a seguinte questão:

Como o Design pode contribuir com orientações para a elaboração de coberturas de cabeça produzidas pela indústria de confecção?

Para tanto, deve validar a seguinte hipótese:

A partir do momento que estudos de Design de Moda forem inseridos e adaptados ao projeto de coberturas de cabeça confeccionadas pela indústria do vestuário, os profissionais que trabalham com estes produtos poderão contar com direcionamentos que o auxiliarão em sua função, deixando-os mais preparados para inserir os conhecimentos do Design na indústria de chapéus e acessórios afins. Consequentemente, possibilitará introduzir novas pesquisas que proporcionarão uma percepção diferenciada do designer para com o produto, gerando assim, novos conceitos que acrescentam valor ao objeto, além de oportunizar o surgimento de coberturas de cabeças inovadoras.

1.1. OBJETIVOS

Esta pesquisa tem como objetivo geral compreender as características da concepção e processo produtivo das coberturas de cabeça visando estabelecer orientações para o seu desenvolvimento.

São objetivos específicos dessa investigação:

- Investigar a história dos acessórios de cabeça;
- Buscar as atuais propostas do mercado identificando a sua relação com a Moda;
- Averiguar as peculiaridades do processo de desenvolvimento das coberturas de cabeça na indústria de confecção/Moda;

- Estabelecer orientações baseadas nos fundamentos do Design e da Moda para aplicar às necessidades constatadas no processo de desenvolvimento de coberturas de cabeça.

2. PROCESSOS METODOLÓGICOS

O trabalho consiste em uma investigação com enfoque qualitativo, organizada em três etapas.

No primeiro momento, buscou-se investigar os conteúdos referentes ao contexto das coberturas de cabeça, à Moda e ao Design, por meio de uma pesquisa bibliográfica. De acordo com Marconi e Lakatos (2010) este tipo de pesquisa possibilita averiguar um tema perante uma nova perspectiva, propiciando novos conceitos.

Inicialmente, efetuou-se uma abordagem histórica sobre os acessórios de cabeça. No decorrer do trabalho, delimitou-se o contexto ao desenvolvimento de acessórios de moda direcionados ao uso na cabeça e que sejam produzidos por indústrias de confecção/Moda.

Na segunda fase do estudo optou-se por fazer uma pesquisa de campo nas indústrias que produzem chapéus, bonés, boinas e viseiras na cidade de Apucarana-PR.

A cidade de Apucarana/PR, segundo Vietro (2006), é classificada como a capital nacional do boné, uma vez que a produção local de bonés chegou a ser de 70% da produtividade nacional, após consecutivas aberturas de empresas a partir dos anos de 1980 e 1990. Atualmente, estas indústrias que se especializaram em produção de bonés, também geram outros produtos como chapéus, boinas, quepes, entre outros.

A coleta dos dados foram dadas de duas maneiras: observação dos processos e entrevistas com funcionários responsáveis pela elaboração do produto.

A observação baseou-se em verificar por meio de um roteiro de registro, o processo de concepção, elaboração e produção dos determinados acessórios de cabeça. Para Sampieri, Collado e Lucio (2013) a observação com indução qualitativa

implica em nos aprofundarmos em situações, estando atento aos detalhes, interações e acontecimentos que se passam durante a pesquisa. Os mesmos autores afirmam que um dos propósitos essenciais da observação é compreender processos.

A observação do processo produtivo ocorreu durante a elaboração do produto até a confecção de peças piloto, buscando verificar também, a sua produção. Para isso, foram apuradas quatro empresas do ramo, examinou-se aquelas que pudessem contribuir significativamente com o projeto, que possuíssem internamente o máximo de processos para a concretização do objeto.

As entrevistas foram realizadas com funcionários responsáveis pela criação dos acessórios de cada uma dessas indústrias, no total de três pessoas, e tiveram o propósito de uma adequada assimilação de informações. Para efetuá-las, foram preparados formulários (questionários) que possibilitassem o procedimento.

Os formulários utilizados para entrevistar os sujeitos continham questões com a finalidade de identificar cada empresa e o funcionário participante, além de indagações sobre o processo de desenvolvimento de produto. Os protocolos foram impressos e utilizados para anotações sobre as respostas adquiridas.

Para a consumação da pesquisa no momento de observação do processo e das entrevistas, foram utilizados equipamentos de gravação de áudio e câmeras fotográficas, além dos protocolos impressos.

Cabe ressaltar que nesta investigação foram realizadas abordagens com seres humanos, desta forma, aplicou-se o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE. Durante a coleta dos dados foram utilizados equipamentos para a gravação de áudio e fotos, de modo que a pesquisadora tivesse todos os registros necessários para averiguação, e se comprometendo em não divulgar a identidade dos indivíduos entrevistados.

Dessa forma, consegue-se afirmar que a pesquisa pode ser classificada como exploratória, a qual “busca levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto” (SEVERINO, 2007, p.123).

Por último ocorreu a análise dos dados, em que foram interpretadas e analisadas as informações obtidas durante a pesquisa de campo, vinculando-as com o conhecimento obtido mediante à pesquisa bibliográfica.

3. CONTEXTUALIZAÇÃO DAS COBERTURAS DE CABEÇA

3.1. HISTÓRICO

Durante o estudo foi constante observar o uso de acessórios na cabeça, o que possibilita afirmar que este costume vem desde os primórdios da existência humana, estando presentes na indumentária, e segundo Frings (2012), em alguns momentos da história, item indispensável.

Contudo, conhecer os ornamentos e a maneira que foram utilizados, suas mais variadas formas e finalidades, é significativo para o desenvolvimento de novos produtos, para a concepção de novos estilos, entre outras atribuições que envolvem a Moda.

Ainda pouco se tem escrito sobre as coberturas de cabeça, é por isso que neste trabalho procurou-se dar um panorama relativo aprofundamento na memória desse acessório da indumentária. Assim sendo, a história dos adornos de cabeça foi subdividida em épocas para uma melhor compreensão do conteúdo, dessa forma são abordados os seguintes períodos: Antiguidade, Idade Média, Renascimento, Barroco, Século XIX, Século XX e início do XXI.

Afim de contextualizar a história dos acessórios de cabeça, os autores circunstancialmente citam como chapéus quaisquer elementos que cubram a cabeça e possuam uma forma mais específica e definida, mesmo que sejam diferenciadas dos chapéus que reconhecemos atualmente.

3.1.1. ANTIGUIDADE

Desde os primeiros aparecimentos dos ornamentos na cabeça, observaram-se várias formas de chapéus, além de gorros, toucas e tiaras. Os povos da antiguidade tinham muito cuidado com a cabeça, mesmo os que costumavam não utilizar os acessórios, possuíam uma atenção especial com os cabelos.

Entre os povos antigos estão egípcios, cretenses, gregos, etruscos, romanos e bizantinos. "Acredita-se que os chapéus se originaram na Creta Minoica" afirma Cosgrave (2012, p. 37). Para a autora, nenhum relato certifica a verdadeira origem do chapéu, mas por Creta ser considerada a primeira civilização europeia, com início em 3000 a. C. durando até 1450 a. C., foram encontrados indícios deste complemento do vestuário por volta de 2000 a. C. Nesta época haviam muitos formatos, entre eles: gorros altos, chapéus de ponta, turbantes e barretes. Para formalidades utilizavam alguns acessórios especiais como tiaras, touca ou mesmo um chapéu redondo e plano (Figura 1).

Figura 1: Chapéu redondo e plano ou Barrete - Povos Antigos



Fonte: The Fitz Museum (Acervo online)

Os cretenses possuíam diversos estilos de ornamentos destinados à cabeça, e muitos deles são semelhantes aos adereços atuais. Já no Egito não usavam chapéus, existia um cuidado exacerbado com os cabelos, por motivos de higiene alguns egípcios raspavam a cabeça e utilizavam perucas feitas de cabelos naturais (LAVÉ, 1989). Entretanto, segundo Cosgrave (2012, p.29), o *pschent* (Figura 2) era um acessório de cabeça egípcio utilizado por faraós, um adorno

comprido, constituído "por duas coroas que simbolizavam os antigos reinos do Alto e Baixo Egito, e cobria completamente os cabelos de quem o portava".

Figura 2: Adornos de cabeça Egípcios - Pschent



Fonte: Siddal, 2013/2014.

Os gregos utilizavam diversos estilos de um chapéu cônico, além do gorro (*píleo*) e do chapéu em forma de pagode (Figura 3). Foi na Grécia clássica que surgiu o barrete frígio (Figura 4) e que veio a servir de modelo para os barretes medievais e o barrete da Revolução Francesa (Figura 5) (COSGRAVE, 2012).

Figura 3: Chapéu em forma de pagode



Fonte: Adaptado de Cosgrave (2012), p. 53.

Um elemento que sofreu muita alteração durante todo o período da

antiguidade foi o barrete, constatou-se que em cada momento ele surgiu com uma configuração diferenciada e com um propósito específico.

Figura 4: Jovem usando um Barrete Frígio, em mármore, século 4 a. C.



Fonte: The Fitz Museum (Acervo online)

Figura 5: Barrete Frígio - peça da Revolução Francesa



Fonte: Mcdowall (2015)

As mulheres gregas utilizavam panos e fitas amarrados na cabeça (Figura 6). Havia também uma espécie de tiara muito popular denominada *stephanie*. Segundo Laver (1989, p.29) "as mulheres ricas usavam tiaras de ouro e pedras preciosas". As referências femininas gregas dos acessórios de cabeça estão presentes no estilo das mulheres atuais, além de ser comum encontrar lenços envoltos à cabeça, também é habitual observar tiaras com pedras, normalmente utilizadas em cerimônias festivas.

Figura 6: Mulheres Gregas



Fonte: Cosgrave (2012), p. 42.

Na Etrúria, atual Toscana, o *tutulus* era um chapéu típico, tal como uma tiara de ponta fina com borda na frente do adorno. Os etruscos utilizavam o *pétaso* e modelos semelhantes a barretes de vários tamanhos. O *pétaso* (Figura 7) é um tipo de chapéu com a finalidade de proteger do sol, feito de palha e utilizado em viagens por homens e mulheres (COSGRAVE, 2012).

Notou-se que pela sua funcionalidade, o *pétaso* foi um estilo de chapéu constantemente usado e por diversos povos, além disso, atentou-se a uma semelhança deste tipo de artigo para cabeça com os chapéus de palha atuais, ainda utilizados para proteger do sol.

Köhler (2001) relata que na Roma Antiga os homens não usavam chapéus, apenas cobriam a cabeça com a toga ou um capuz em épocas de frio, visando principalmente a proteção. O traje da mulher não podia dispensar o véu, preso atrás da cabeça, caindo sobre as costas e os ombros, inicialmente chamado de *flammeum*, e depois nomeou-se *ricinium* (Figura 8).

Figura 7: Hermes Ingenui - Cópia Romana de um original Grego - 5 a. C. / Museu do Vaticano



Fonte: See, 2014, p.35.

Figura 8: Estátua de mármore de uma musa com véu (Século II a. C.)



Fonte: Cosgrave, 2012, p.72.

Durante o Império Bizantino, de acordo com Cosgrave (2012) homens e

mulheres comuns também não utilizavam chapéus, com exceção do *solidéu* (Figura 9) e do *pétaso*. Normalmente usavam acessórios com o estilo de "coroas" com pérolas incrustadas produzidas por ourives especializados. Membros da igreja, como bispos e cardeais usavam o *solidéu*. Nesta época acessórios e cabeça tornaram-se um elemento complexo da indumentária da corte e da igreja. Os bizantinos também utilizavam a *ínfula*, uma faixa em lã branca que, com o tempo, passou a ser ornamentada com joias e bordados de ouro.

Figura 9: Solidéu



Fonte: Philippi Collection (Acervo online)

Entende-se que a funcionalidade de uma cobertura de cabeça é principalmente a proteção, seja ela do sol e do calor, do frio ou de um atividade específica como, por exemplo, o capacete. Portanto o *pétaso* e o gorro seriam os primeiros artigos de cabeça utilizados pela sua função na história da indumentária.

3.1.2. IDADE MÉDIA

Köhler (2001) afirma que os acessórios de cabeça passaram por grandes mudanças no século XII. Cosgrave (2012) coloca que as formas de adornar a cabeça durante a Idade Média variaram bastante, inicialmente havia uma cautela em

relação à estes acessórios, contudo com o passar do tempo começou-se a experimentar uma variedade de estilos.

Durante o século XIII os homens utilizavam um gorro chamado *chapel*, similar a um capuz, com a extremidade inferior virada para fora. Também havia o chamado *le capuchon*, que podia ser utilizado sozinho, por baixo ou por cima do gorro. As mulheres deixaram de usar os lenços sobre a cabeça e passaram a deixar seus cabelos soltos, divididos em duas partes (KÖHLER, 2001).

O capuz foi um elemento bastante usado por homens na Idade Média, um dos artigos mais comuns visto em imagens que retratam a época, considerando que a Europa é um continente com regiões frias, homens o utilizavam para aquecer a cabeça. Hoje, o capuz é um artigo que normalmente está acoplado a blusas e jaquetas de frio.

A partir do século XIV a gola do capuz masculino passou a ficar mais comprida e com babados. O chapéu era "cônico ou cilíndrico, alto ou baixo, e podiam ser de feltro, veludo ou seda", a aba também variava de largura e eram adornadas com cordões ou franjas de ouro (KÖHLER, 2001, p. 197).

No início da Idade Média, durante os séculos XII e XIII os adornos de cabeça eram mais simples nos países europeus, já nos séculos seguintes apareceram os mais variados estilos. Foi neste período que os ornamentos para cabeça mais excêntricos apareceram, haviam chapéus das mais diversas formas, principalmente aqueles destinados às mulheres.

Na indumentária feminina, foi entre os séculos XIV e XV que ocorreram as maiores mudanças. Os principais ornamentos utilizados pelas mulheres eram: um barrete que subiam duas partes laterais formando uma curva alta e um cone pontiagudo com um véu preso na parte mais alta, denominado *hennin*. Quanto mais alto era o chapéu maior a posição social daquela que o usava (COSGRAVE, 2012).

De acordo com Laver (1989) o *hennin* na Inglaterra era um cone diferenciado, mais parecido com um vaso de plantas. Ressalta também o adorno borboleta, uma estrutura presa a uma pequena touca que ocultava os cabelos, ficava alta na cabeça e apoiava um véu com as formas das asas da borboleta. Cosgrave (2012) destaca um acessório como um rolo acolchoado que era utilizado sobre a touca que mantinha os cabelos enrolados acima das orelhas, além deste, havia também o chapéu bicornes e um chapéu em formato de coração. A Figura 10 demonstra toda essa variedade de acessórios de cabeça encontrados neste período.

Figura 10: Mulheres do período medieval com os acessórios de cabeça ornamentados.



Fonte: Cosgrave, 2012, p. 113.

Neste momento, observa-se o chapéu como um ícone simbólico do vestuário pois demonstra a posição social da mulher, a extravagância e o tamanho de cada estilo expressa hierarquicamente o nível social.

Os adereços para cabeça da Idade Média, por serem grandes e exóticos, não foram mais utilizados em outro período relatado na história da moda e do vestuário.

3.1.3. RENASCIMENTO E O SÉCULO XVI

Com raízes no início do século XIV e com apogeu no final do século XV, o Renascimento consistiu em um amplo movimento cultural e intelectual que foi se desenvolvendo de acordo com uma sociedade que se tornava mais moderna e próspera. Neste período houve uma grande repercussão na forma das roupas, pois buscavam se adequarem às proporções (COSGRAVE, 2012).

Laver (1989) ao abordar o uso dos acessórios de cabeça no renascimento, explica que os chapéus tinham o formato de uma boina macia e baixa, algumas vezes possuíam abas que costumavam ser recortadas de várias formas ou a mesma podia ser levantada na frente e presa por uma joia (Figura 11). Para o autor, a peça que sobreviveu ao período medieval foi a touca feita de linho e amarrada abaixo do queixo, e que no século XVI era utilizado apenas por idosos, advogados e outros profissionais.

Figura 11: Boina utilizada no Renascimento - Sir Christopher Hatton



Fonte: Laver, 1989, p. 99.

Novamente percebe-se um artefato para a cabeça sendo um item simbólico, evidenciando determinados membros da sociedade através de um artigo do vestuário.

Ao final do século XVI o efeito vertical era dominante nas roupas, assim o tamanho dos chapéus aumentaram: "alguns eram gorros com uma copa alta que, às vezes, era endurecida com tela engomada; outros eram chapéus verdadeiros feitos de materiais duros ou engomados" (LAVÉ, 1989, p.94). Um desses chapéus era chamado *copotain*, este, possuía uma copa alta e cônica, um outro estilo lembrava um chapéu-coco moderno. As mulheres também adotaram os chapéus, que inicialmente usavam apenas para viajar e cavalgar, estes eram parecidos com os masculinos, porém menor (Ibid.).

Cosgrave (2012) afirma que chapéus, capuzes, gorros, faixas, enfim os acessórios de cabeça deste período, eram adornados com joias e penas, e também exibiam bordados exuberantes (Figura 12) e pedras preciosas.

Figura 12: Cobertura de cabeça bordada - Idade Média



Fonte: The Metropolitan Museum of Art , 1600-1620 (Acervo online).

No período do Renascimento não houve chapéus tão extravagantes nas suas formas, apesar de serem grandes e chamativos em um determinado período, muitos deles até remetem alguns encontrados atualmente.

3.1.4. BARROCO / SÉCULO XVII

O Barroco é o termo utilizado para caracterizar a arte e a cultura que prosperou pela Europa entre os anos de 1600 e 1750 (COSGRAVE, 2012). No início do século XVII as mulheres não utilizavam chapéus, mas cobriam a cabeça com capuzes de tafetá preto ou usavam um xale se renda para sair (LAVÉ, 1989). Köhler (2001, p.352) descreve os cabelos dessas mulheres: "na frente e dos lados eram penteados para trás enquanto o restante era trançado e reunido na nuca, sendo preso por fitas, grampos e botões ornamentais". Destaca que entre os ornamentos mais utilizados nos cabelos eram penas de avestruz e correntes de pérolas. Portanto, neste período alguns estilos de chapéus foram esquecidos pelas mulheres, que enfeitavam seus cabelos com acessórios menores. A maneira com que o cabelo era penteado também fez parte do visual da época.

O chapéu de feltro macio, um adorno masculino para a cabeça, passou a ser feito com aba mais larga, com copa baixa e arredondada, normalmente era tingido de marrom mais claro ou branco, pois quase nunca usavam chapéus pretos. Ainda antes do meio do século, os chapéus passaram a ter aba larga e copa alta e cônica (KÖHLER, 2001).

Entre 1640 e 1650 a vestimenta passou por uma grande transformação, inclusive chapéus e acessório de cabeça (KÖHLER, 2001). Por algum tempo homens exibiam seus longos cabelos ou perucas, Laver (1989, p.122) descreve que "ainda mais curioso do que usar montanhas de cabelos artificiais era empóá-las". Mulheres almejavam a mesma imponência dos penteados masculinos por meio da *fontange*, que era o estilo de amarrar os cabelos por uma fita com o laço para frente, mas não adotaram a peruca.

A figura 13 apresenta os cabelos empoados e extremamente ornamentados, bastante evidente nesta época.

Figura 13: Penteados femininos e chapéus - Barroco.



Fonte: Esnauts & Rapilly, 1776-1787.

Nos últimos anos do século XVII o chapéu passou a ser dobrado na aba em três lugares, surgindo o "chapéu tricórnio" (Figura 14), e era considerado o único apropriado aos cavalheiros, este continuou sendo utilizado durante o século XVIII (LAVER, 1989).

Figura 14: Retrato de Luís XIV com chapéu tricórnio



Fonte: Cosgrave, 2012, p.152.

3.1.5. ROCOCÓ / SÉCULO XVIII

Cosgrave (2012) afirma que "assim como o Barroco influenciou o vestuário da corte de Luís XIV e o estilo europeu, o Rococó também estendeu o seu alcance para a Moda", e assegura que a indústria têxtil se desenvolveu no decurso do reinado de Luís XV, e as roupas dos mais abonados eram decoradas com rendas, fitas, franzidos, flores de seda, rufos e borboletas de seda. "O rococó caracterizava-se pelo uso de ornamentos sinuosos e curvas", refletindo também nos artigos utilizados na cabeça (COSGRAVE, 2012, p.165).

O século XVIII foi marcado pela utilização da peruca, homens de classe alta a adotaram como peça fundamental do vestuário. O costume de empoar as perucas persistiu até a Revolução Francesa (LAVER, 1989).

Assim, a peruca persiste durante o Rococó e vai se adaptando as

características deste período. Inicialmente as perucas eram compridas mas para qualquer atividade vigorosa era inviável, assim os soldados desenvolveram a peruca "de campana" que continuavam a ter os cachos, mas divididos em três mechas, uma de cada lado do rosto e uma atrás, com as pontas viradas para cima e presas em um nó. A peruca *Ramillies* era mais simples, os cabelos eram penteados para trás e amarrados em um rabo de cavalo, normalmente com dois laços de fita preta (Ibid).

Em geral, as mulheres "não usavam peruca, mas empoavam os próprios cabelos, às vezes aumentados com cachos postiços na nuca" (LAVÉ, 1989, p. 130).

Os trabalhadores utilizavam o chapéu tricórnio e neste tipo de chapéu aplicavam-se diversos adornos como: rendas, galões e até mesmo penas de avestruz. Mais para o fim do século este chapéu evoluiu para o bicorne, inicialmente usados apenas pelos oficiais do exército, mas adotado mais tarde no vestuário masculino.

Köhler (2001) destaca que o chapéu esteve em moda entre as mulheres no final do século XVIII, eles eram bastante grandes, feitos de palha ou seda, normalmente eram leves. Os adornos, como fitas, flores e penas eram enfeites comuns neste acessório.

Segundo Cosgrave (2012) entre os acessórios de cabeça adotados pelas mulheres para manter o cabelo arrumado tinha a Thérèse (Figura 15), uma espécie de touca; a *calash* (Figura 16), uma estrutura de arcos de barbatana de baleia feita com tecido; e a *dormeuse* (Figura 17), uma touca de dormir que podia ser usada em casa.

No final do século o uso de coberturas de cabeça pelas mulheres foi ficando mais evidente e bastante ornamentadas. Detalhes aplicados nos chapéus ou nos próprios cabelos foram características deste período. O Rococó também foi marcado pelas perucas e teve uma maior incidência de chapéus que no século anterior.

Figura 15: Thérèse



Fonte: Mortier, 1997.

Figura 16: Calash



Fonte: The Metropolitan Museum of Art , século XVIII (Acervo online).

Figura 17: Dormeuse



Fonte: Laver, 1989, p.140.

3.1.6. SÉCULO XIX

Os chapéus enormes e cheios de adornos utilizados no final do século XVIII permanece sendo usado no século XIX, de acordo com Laver (1989) estes também passaram a ser utilizados à noite no teatro, o que atrapalhava quem sentasse atrás.

A boina também ficou maior e não era mais amarrada sob o queixo, era usado de dia e dentro de casa (Ibid.).

Para Köhler (1989, p.482), neste período o chapéu provocou mais "controvérsias que qualquer outra peça do vestuário", desde 1790 este artigo se tornou extremamente popular junto à classe média. Em ocasiões especiais, usava-se apenas chapéu com a aba virada, este era o preferido com uniformes e em cerimônias. Algumas décadas depois, esticou-se a aba dianteira para frente e as laterais foram viradas para cima, e o chapéu redondo foi ganhando a predileção da maioria. O modelo nomeado *l'Androsmane* (Figura 18) foi utilizado por décadas (KÖHLER, 1989).

Figura 18: Figurino com chapéu L'Androsmane



Fonte: A.B. Duhamel, 1786.

Era comum homens utilizarem chapéus em formalidades sociais; observou-se que o estilo cartola era bastante usado nessas ocasiões, principalmente por homens da alta sociedade.

Meados do século XIX os chapéus começaram a ser mais utilizados para proteção do que para ornamentação. Os gorros voltaram a ser usados, pois desde o século XVII estavam restritos apenas a usos de alguns membros da sociedade. Logo iniciou-se o uso dos chapéus de feltro, leves, pequenos e confortáveis, com abas relativamente estreitas, o gorro saiu de moda novamente (KÖHLER, 1989).

Este século não teve uma variedade de estilos de ornamentação para a cabeça, mas usou-se diversas coberturas, visto que a utilização deste era principalmente funcional, com o intuito de proteger. Notou-se também que a partir do final deste século os acessórios de cabeça começaram a ter a configuração dos artigos utilizados hoje em dia.

3.1.7. SÉCULO XX

No início de 1900 ainda prevalecia a chamada Belle Époque, um período de bastante ostentação e extravagância, que introduziu este século mas durou pouco. "Os cabelos eram presos no alto da cabeça, e o chapéu panqueca se projetava para frente" afirma Laver (1989, p.216), e continua destacando as plumas, que adornavam os chapéus (Figura 19) .

Figura 19: Mulheres com trajes e chapéus para a primavera de 1900.



Fonte: Weldon, 1900.

Nas ocasiões formais os homens utilizavam cartolas, mas era cada vez mais usado o chapéu *homburg* (Figura 20), um chapéu de feltro com aba curta. Outra cobertura de cabeça bastante popular era o chapéu de palha (LAVÉR, 1989).

Figura 20: Chapéu *Homburg*



Fonte: The Metropolitan Museum of Art - Costume Institute, 1950 (Acervo online).

O século XX foi um período de muitas mudanças na indumentária, para

Cosgrave (2012) a igualdade dos gêneros foi um dos notáveis progressos do vestuário. Para Laver (1989, p. 229), um pouco antes do início da guerra os chapéus "já não eram excessivamente amplos, e sim pequenos e bem ajustados à cabeça".

Com a guerra, passa a existir um novo tipo de mulher, um estilo andrógino, as jovens cortaram os cabelos e usavam-no liso, e as mulheres mais velhas passaram a aderir este corte com o chapéu *cloche* (Figura 21), durando até o fim da década de 20 (Ibid.).

Figura 21: Chapéu choche



Fonte: The Metropolitan Museum of Art , 1953-59 (Acervo online).

No entre guerras, segundo Baudot (2002), a mulher possuía um chapéu para cada hora do dia: de manhã um de feltro de formato masculino; durante o dia utilizavam as chapeuzinhos leves com trajas de passeio; e à noite véuzinhos, plumas, algumas vezes com pedrarias. O autor destaca Caroline Reboux como referência na criação de chapéus neste período.

Entre as grandes chapeleiras da época também estão Pauline Adam e Claude Saint-Cyr, a primeira criou a Paulette-Mode em 1929 e a segunda fundou sua maison em 1937 (Ibid.).

Mesmo com toda a revolução causada pela igualdade do gêneros e as guerras, estas coberturas de cabeça ainda prevaleciam, talvez por um costume de séculos que ainda estava muito presente no cotidiano das pessoas.

Com as restrições da segunda guerra mundial, a partir de 1940, os chapéus eram sérios, pequenos, de feltro e com ar militar; ou frívolos, feitos com flores de chapeleiro e véus (LAVÉ, 1989).

A partir dos anos 60, de acordo com Baudot (2002), o chapéu perde a sua importância, as mulheres passam a valorizar penteados, tinturas, havendo um triunfo do cabeleireiro sobre o chapeleiro.

Por um bom tempo o hábito de utilizar o chapéu ficou escasso, perante ao costume que houve durante séculos. Em países com temperaturas mais frias, este comportamento ainda persistiu moderadamente. Alguns adornos de cabeça são comuns, mas coberturas como aqui abordadas não costumavam serem vistas no cotidiano das pessoas como antes.

Apesar disto, estes elementos estão retornando à vestimenta como artigo de Moda, utilizados para proteção ou não, estão muito relacionados com o estilo de cada indivíduo. Assim, percebeu-se a importância de demonstrar conceitos sobre as funções prática, estética e simbólica que estão presentes neste tipo de objeto, e constantemente destacadas durante o levantamento histórico deste trabalho.

3.2. FUNÇÕES DO PRODUTO DE DESIGN

A contextualização histórica dos acessórios de cabeça os apresenta com diferenciadas funções, ainda que a principal consiste na proteção. As funções dos objetos de Design são qualificadas como prática, estética e simbólica.

Gomes Filho (2006) afirma que a função prática é relativa à adequação do objeto aos aspectos fisiológicos do usuário. Portanto, no caso das coberturas de cabeça, cabe as aplicabilidades de preservar a cabeça e o rosto dos raios solares ou mesmo aquecer quando a temperatura esteja mais fria.

O mesmo autor explica que entre as necessidades fisiológicas estão: "facilidade de uso, prevenção do cansaço, oferta de conforto, segurança e eficácia de utilização do objeto" (GOMES FILHO, 2006, p.43).

Portanto a função prática vincula-se ao que torna o produto apropriado ao uso, sendo que o fator de ajustar-se ao corpo sem que seja nocivo ao usuário e que seja eficiente quanto ao seu propósito sustentam sua aplicação.

O uso sensorial do produto, o qual se refere à percepção por meio dos sentidos, como o visual, tátil ou sonoro, é definido como função estética (LÖBACH, 2001).

Para Löbach (2001, p.60) criar um produto pautado na sua função estética "significa configurar os produtos de acordo com as condições perceptivas do homem". Gomes Filho (2006) complementa que este estilo de função é submissa às questões socioculturais, principalmente às que remetem ao repertório do usuário.

Ainda no contexto estético do produto, relacionando diretamente à Moda, existem elementos que compõem a aparência do objeto, como por exemplo, silhueta, linha, textura, além de princípios de repetição, ritmo, gradação, radiação, contraste, harmonia, equilíbrio, proporção e sensação corporal (JONES, 2005). Estes

elementos que auxiliam a composição de uma roupa, um acessório ou mesmo um *look*, visam atender o usuário atraindo-os, por estar extremamente conectado ao encanto do consumidor para com o produto.

Em muitos momentos da história é notório o uso de chapéus somente com a função estética, para compor uma imagem pré-estabelecida pelo modelo de beleza de determinada época. Entende-se que a questão estética prevalece sobre um objeto de Moda quando o uso auxilia em complementar aquilo que se deseja tornar belo e harmonioso, ou mesmo quando a imagem tem a necessidade de ser mais intensa do que o restante que cabe ao produto.

"A função simbólica dos produtos é determinada por todos os aspectos espirituais, psíquicos e sociais do uso" (LÖBACH, 2001, p.64). De acordo com Gomes Filho (2006) é a função mais complexa, compreende valores pessoais e sentimentais, e também está relacionado com princípios culturais, sociais, políticos e econômicos. Dessa forma, quando o significado que o objeto possui é o mais relevante para o usuário, sua função central é simbólica.

Durante o estudo da história das coberturas de cabeça, constatou-se elementos como gorros e chapéus que simbolizavam devido prestígio e relevância de determinado indivíduo na sociedade, designando assim a representação que um objeto pode manifestar.

Apesar do significado que uma cobertura de cabeça consegue desempenhar em uma sociedade, também é capaz de provocar determinado sentimento ou sensação que esteja conectada com o sujeito, sobressaindo novamente a função simbólica do produto.

Observa-se que a função de um produto é considerável quando se trata de objetos direcionados para a cabeça, geralmente uma das três funções estará em destaque e tem uma correlação direta com a Moda e seus conceitos.

3.3. COBERTURAS DE CABEÇA X MODA

Como visto na história das coberturas de cabeça como chapéus, boinas, gorros, entre outros, a partir das décadas de 60 e 70 não tiveram mais a mesma relevância no contexto da Moda e da indumentária. No entanto, são adornos que complementam o visual, assim como qualquer outro, e, já há alguns anos estão voltando a serem utilizados principalmente por aqueles que tem uma afinidade maior com a Moda.

A Moda segundo Frings (2012, p.4), consiste no reflexo das potências sociais, políticas, econômicas e artísticas de um período. Para o mesmo autor, as transformações provenientes do vestuário são mais ágeis atualmente, conforme surgem materiais e ideias, e estas são disponibilizadas ao consumidor, existe a busca contínua de coisas novas. Portanto, objetos relacionados à Moda necessitam permanentemente de evoluções.

Como as inovações são constantemente introduzidas no produto do vestuário e na Moda, até por ser um produto com uma grande rotatividade no mercado, as pessoas buscam sempre novidades e estão cada vez mais exigentes, sendo quanto ao estilo, conforto ou funcionalidade. Talvez seja por essa busca pelo novo que os adornos abordados por este trabalho estejam voltando a serem notados nas passarelas e nas ruas, contribuindo com um visual diferenciado e sofisticado.

De acordo com Sorger e Udale (2009, p. 124) "os acessórios finalizam o visual de uma roupa e incluem bolsas, cintos, chapéus, sapatos, echarpes, joia e óculos" e sustenta a teoria de que estes podem mudar a aparência final da composição, melhorando-a ou não.

Perante o cenário nacional, esses adornos são comuns como função de proteção contra os raios solares, visto que o Brasil é em sua maior parte um país

quente e com bastante incidência solar, as pessoas utilizam esses acessórios para abrigar a cabeça e o rosto, e além disso, segundo Luigi Torre (apud MESQUITA, 2015) o chapéu agrega sofisticação e elaboração ao estilo (Figura 22).

Figura 22: Composições com chapéus com a função de proteção ao sol



Fonte: Adaptado de Mesquita, 2015.

Frings (2012) coloca que atualmente os chapéus, que foram os acessórios mais afetado nas últimas décadas pelo estilo de vida casual, estão reaparecendo por questão de Moda e de diversão. Entende-se assim, que este adorno retorna com um intuito diferenciado do que foi visto historicamente, o que antes era uma necessidade formal, hoje é um quesito de personalidade e prazer.

Pode-se também tratar os acessórios como um instrumento comercial que fortalece uma marca de Moda, e por isso há algum tempo vêm tendo uma importância considerável na indústria. Os acessórios, segundo Feyerabend (2009, p. 4) são "mais do que roupas, são verdadeiros ícones da essência de um determinado estilo".

Para consolidar a afirmação acima, Sorger e Udale (2009) investem na ideia de que por acessórios terem um preço mais acessível, torna-se possível a sua aquisição quando não se pode comprar uma roupa de determinada grife, e

automaticamente viabiliza novas composições ao vestir, valorizando o visual em questão.

Visto a relevância dos acessórios na indústria da Moda, busca-se demonstrar neste capítulo como chapéus, gorros, bonés e outras coberturas de cabeça estão retornando ao costume das pessoas, e como estilistas estão investindo nesses adornos para suas marcas/coleções.

Gerval (2009) destaca coberturas de cabeça como uma parte essencial do uniforme de fraternidades religiosas, do exército, bem como de empregados de grandes lojas nos Estados Unidos e no Japão, e estes servem como inspiração de criadores nas suas coleções, como exemplo, evidencia a inspiração de Jean-Paul Gaultier nos adornos de cabeça de freiras e uniformes de comissários em seus desfiles. Ainda o mesmo autor, ressalta que cada designer utiliza a influência de diferentes culturas ao redor do mundo, seja dos chapéus dos produtores de arroz da Ásia, dos gorros andinos ou dos *chapkas* russos.

O esporte é a outra grande fonte de inspiração, o boné é amplamente utilizado na coleção de Jean-Paul Gaultier agregando um atrativo astuto à produção. Gucci acrescentou seu monograma ao boné, tornando-o um produto de luxo (GERVAL, 2009).

Não é apenas em desfiles de Moda de marcas de luxo que as coberturas de cabeça se fazem presentes. Foram analisados sites e blogs de Moda nacionais que destacaram acessórios que cobrem a cabeça como complemento de uma composição, a fim de demonstrar novos propósitos de um chapéu, um boné ou mesmo de um gorro no campo das tendências de Moda.

O blog da marca de "*fast fashion*" Riachuelo publicou em março de 2013 uma matéria apenas sobre chapéus, em que afirma ser um item que tem o poder de deixar uma composição glamourosa e que nos últimos anos foi um acessório que dominou os desfiles. Este ornamento, segundo o blog, combina com produções

básicas e até com peças mais clássicas.

A Figura 23 apresenta composições de moda que possuem entre seus acessórios o chapéu, cada um deles tem uma configuração diferenciada e demonstra o quanto este tipo de ornamento possibilita a valorização de um *look*.

Figura 23: Composições com chapéus femininos



Fonte: <http://www.riachuelo.com.br/blog/dicas-e-tendencias/chapeu-de-inverno/3157>

O chapéu também traz muita personalidade ao visual masculino, como está evidenciado na Figura 24. O homem atual que utiliza o acessório está atento às tendências de Moda e gosta de diferenciar e brincar com seu estilo.

Figura 24: Composições com chapéus masculinos



Fonte: <http://www.machomoda.com.br/2014/12/chapeus-masculinos-em-alta-para-o-verao.html>

Além do chapéu, outros acessórios que cobrem a cabeça estão sendo gradativamente utilizados nas passarelas e também nas ruas, como turbantes, lenços e bonés. Segundo o blog da Julia Petit, no início de 2015 a grife de alta costura Chanel apresentou em seu desfile o gorro com *voilette*, apesar de não ser uma ideia inédita, pois Jil Sander já tinha apresentado em 2012. Agora, as ruas já estão demonstrando algumas adaptações do gorro com redinha (Figura 25).

Figura 25: Gorro com *voilette*



Fonte: <http://juliapetit.com.br/moda/chanel-ou-jil-sander-quem-segura-o-gorro-com-veu-na-passarela>

O gorro com a renda ou tela agregada, demonstra novas adaptações de um objeto que sua principal função é a proteção ao frio, mas dessa maneira também é utilizado com um charme requintado, agregando ao produto um novo conceito de uso.

Outros elementos encontrados entre as tendências foram as bandanas e turbantes, normalmente possuem estampas e amarrações bastante elaboradas, compondo determinados estilos, como exibe a Figura 26.

Figura 26: Bandanas e Turbantes



Fonte: <http://divando.pop.com.br/acessorio-cabeca-neste-verao/>

Bandanas e turbantes se diferenciam principalmente por suas estampas, cores, brilho, dependendo das características do tecido, e amarrações. Muitos designers têm utilizado esses adornos em seus desfiles, pois tornam desde de *looks* clássicos até os mais formais em composições sofisticadas e elegantes.

Outro artigo para cabeça bastante utilizado nas ruas é o boné, que apesar de ser um artigo esportivo, é comumente adotado por homens e mulheres e que permite ser usado com praticamente tudo, ganhando assim, um espaço considerável no mundo da Moda. A Figura 27 apresenta o boné sendo utilizado com o estilo casual mais despojado ou mais requintado.

Figura 27: Composições femininas com boné



Fonte: <http://stylecaster.com/baseball-cap-trend/>

Visto o quanto as coberturas de cabeça estão constituindo significativamente a elaboração de estilos e sendo crescentemente relevante na Moda, busca-se a concepção destes elementos, e para isto, é necessário um conhecimento mais aprofundado, averiguando cada tipo e suas configurações.

3.4. TIPOS DE COBERTURAS DE CABEÇA

Existem vários acessórios que enfeitam a cabeça, mas como este trabalho não é voltado ao estilo das pessoas e sim ao Design que abrange produtos de Moda, optou-se por trabalhar com aqueles que cobrem a cabeça e que possam ser elaborados por designers de Moda, denominados neste trabalho como coberturas de cabeça.

Para Sorger & Udale (2009, p. 124) o chapéu e suas variações fazem parte de uma área específica do Design, exigindo assim "muita qualificação na fabricação, bem como no Design e na função". Portanto, é necessário um conhecimento específico na área para se obter produtos de qualidade, agregados de conceitos de Design e Moda. Busca-se assim, explorar os variados tipos de coberturas de cabeça existentes, a fim de aprimorar o Design desses produtos.

Entre as coberturas de cabeça existentes, de acordo com Feyerabend (2012), estão chapéus, bonés, gorros, boinas, toucas, capuzes e capacetes, levando em consideração que ainda existem variações de estilos de cada um desses acessórios.

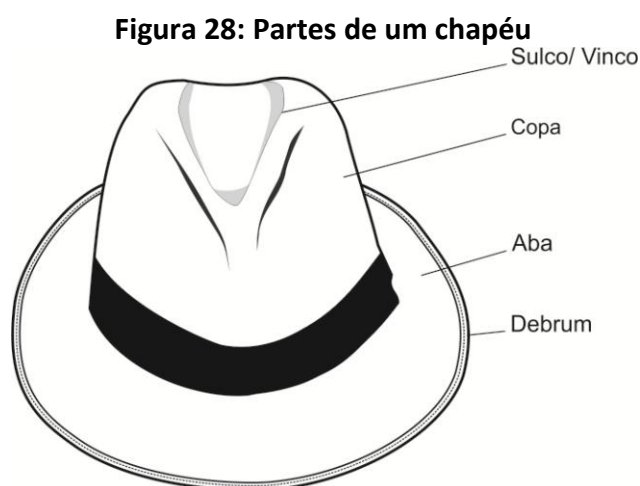
Segundo Lau (2012) este tipo de acessório deriva de dois estilos básicos, os que possuem bordas/abas e os que não possuem, e ambos apresentam a mesma função prática de proteger a cabeça, sendo assim elaborado para se encaixar ou mesmo vestir bem. Para demonstrar cada perfil, divide-se por processo de produção e por possuir uma grande variedade, optou-se iniciar pelos chapéus.

3.4.1. CHAPÉU

Lau (2012) afirma que as proporções e formas dos chapéus variam de acordo com a Moda, tendências e gostos. Para o autor, os principais estilos de chapéus mudaram relativamente pouco desde as suas configurações iniciais.

O chapéu possui diversas modificações e cada uma delas ainda se alteram de alguma forma, sendo pelos componentes, pelos materiais utilizados ou mesmo as partes, as quais serão demonstradas por meio da Figura 28.

Segundo Feyerabend (2012) os elementos que formam um chapéu são denominados de copa, aba, sulco ou vinco e debrum, coloca também detalhes como faixas e laços que podem contornar o objeto. Ao interpretar essas partes: a copa consiste na peça que envolve a cabeça, a aba é um elemento que sobressai horizontalmente, e é acoplada à parte inferior da copa, o debrum constitui-se do tipo de acabamento utilizado na aba, e por fim, o sulco ou vinco que é a dobra existente no alto da copa.



Fonte: Adaptado de Feyerabend (2012).

No interno dos chapéus podem ser encontradas as carneiras, logo no início da copa, tira que auxilia no ajuste do adorno à cabeça (AMBROSE & HARRIS, 2012), e alguns ainda possuem forros que evitam o contato do material utilizado no chapéu diretamente com o couro cabeludo ou o cabelo do usuário.





Entre esses objetos, existem aqueles que possuem um processo de fabricação mais artesanal e outros que possuem propriedades que possibilitam serem produzidos industrialmente. Assim, entendendo do que é composto um

chapéu, busca-se conhecer as variações dele, dessa maneira, optou-se por elaborar tabelas que demonstrem cada estilo de forma completa e resumida.

A Tabela 1 apresenta tipos de chapéus masculinos e femininos utilizados atualmente e com a sua fabricação voltada a um modo mais artesanal, devido ao material e à maneira com que é necessário dar a forma à copa e/ou à aba. Foram ressaltados chapéus que compõem estilos masculinos e femininos, dos casuais até os mais formais. Dentre os padrões considerados estão Fedora, Trilby, Bowler, Homburg, Pork Pie, Cartola, Chapéu Panamá, o estilo Cowboy, Boater e Capeline. Cabe destacar que dentre os tipos observados, praticamente todos possuem diferenciações como, por exemplo: aumento, diminuição ou dobra das abas; aumento, diminuição da copa; alteração do formato dos vincos que se formam no alto da copa; além dos variados materiais que podem ser utilizados para confecção, dependendo do que cada estilo viabiliza.

Tabela 1: Tipos de chapéus - produção artesanal

TIPOS CHAPÉU: produção artesanal		
Nome	Descrição	Imagem
Fedora ou Borsalino	Chapéu elegante de alta qualidade, normalmente feito de feltro rígido, com vinco na copa, faixa de gorgorão com laço e aba de tamanho médio.	
Trilby	Chapéu de aba estreita, virado para cima somente atrás, geralmente de algodão em versões modernas.	
Chapéu-coco, Derby ou Bowler	Feito em feltro duro de copa arredondada sem sulco é chamado de Bowler em homenagem ao chapeleiro inglês William Bowler.	
Cartola	Um clássico do guarda-roupa masculino. Eram utilizadas em eventos formais, com casaca. A partir dos anos 1950 o uso da cartola em eventos formais caiu em desuso.	
Homburg ou Chapéu Gelô	Chapéu normalmente confeccionado em feltro rígido, com aba estreita dobrada e sulco na copa.	
Pork Pie	Originário da década de 1920. Sempre de copa circular achatada ou sulco no bojo.	

TIPOS CHAPÉU: produção artesanal		
Nome	Descrição	Imagem
Chapéu Panamá	Chapéu feito de palha flexível, possui copa com sulco e faixa de gorgorão envolvendo a copa.	
Cowboy	Chapéu de aba mais larga, copa com vinco estilo cowboy e com faixa de envolvendo a copa. Pode ser de feltro, palha ou ráfia.	
Boater	Chapéu de palha masculino raso e rígido, popular em torno de 1900, também em versão feminina (Canotier).	
Capeline / Floppy	Chapéu de aba super larga e pendente. Predominantemente feminino.	

Fonte: texto adaptação de Feyerabend (2012) e imagens retiradas do site <http://www.polyvore.com/cgi/shop?query=hats>.

Segundo Frings (2012) os chapéus de materiais mais moles, feitos de tecido, são confeccionados pela indústria de confecção, utilizam-se moldes para cortar as partes da copa e aba e depois são costuradas as partes por máquinas de costura, algumas vezes são acabadas a mão. A Tabela 2 exhibe os chapéus comumente produzidos de maneira industrial.

Tabela 2: Tipos de chapéus - produção industrial

CHAPÉUS: produção industrial	
Nome	Imagem
Chapéu Bucket/ Cata Ovo	
Chapéu Australiano	
Capeline / Floppy	

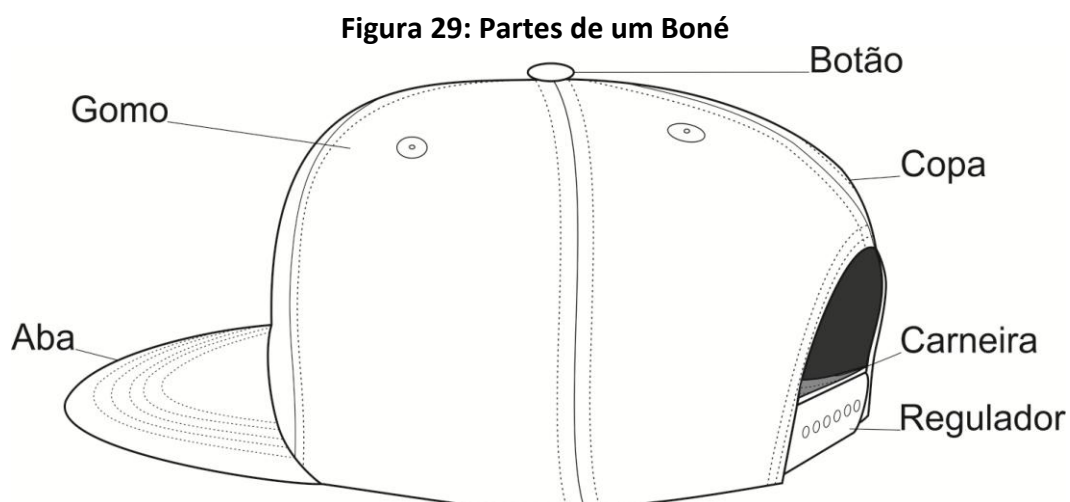
Fonte: adaptação de Feyerabend (2012) e imagens retiradas do site <http://www.polyvore.com/cgi/shop?query=hats>.

Os chapéus industrializados mais populares são o Bucket, também conhecido popularmente como Cata Ovo, e o chapéu Australiano. O Capeline ou Floppy caracteriza os estilos apresentados na Tabela 1 que quando feitos de tecidos como o brim, a sarja, ou outros com características mais maleáveis, podem ser trabalhados pela indústria de confecção. Estes estilos visualizados na Tabela 2, também sofrem variações nos materiais e acabamentos, nos modelos de copa e no tamanho das abas. A característica comum entre eles é que não existe a necessidade de ser muito estruturado e firme, possibilitando assim a união das partes com máquinas de costura.

3.4.2. BONÉS

Os bonés são acessórios produzidos industrialmente, necessitando de moldes para formar a copa e das máquinas de costuras para a sua fabricação. A grande diferença entre este e o chapéu são as abas, pois a possuem apenas em uma parte, normalmente situada à frente da copa do produto. Essas abas são revestidas de tecido, mas internamente possuem uma chapa de plástico que deixam a estrutura firme.

A Figura 29 apresenta as partes de um boné 6 gomos, que assim como o chapéu possui copa, aba e carneira, e acrescenta elementos como botão, regulador, e seu molde é constituído por gomos.



Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

De acordo com Lau (2012) o estilo mais comum é o boné de beisebol, que ganhou popularidade durante a década de 1980 como um acessório chave da juventude, apresentando logotipos distintivos, cores e desenhos. Para o autor, este tipo de cobertura de cabeça é bastante justa, uma característica do *sportswear*.

Recentemente, designers têm projetado bonés com tecidos requintados, ornamentados com componentes caros, criando elementos que competem facilmente com qualquer outro acessório mais elaborado (LAU, 2012).

O boné também possui variações, demonstradas pela Figura 30. Este tipo de cobertura para cabeça pode-se alterar o formato da copa, o mais comum são os modelos de 6 gomos ou ciclista, mas podem-se constituir outras formas, pois existem inúmeras diferenciações e possibilidades nos modelos.

Destacam-se ainda os estilos de boinas e quepes, representados nas duas últimas amostras da Figura 30, respectivamente que, por terem características semelhantes, como os formatos de copas e de abas é evidenciado aqui como tipos de bonés.

Figura 30: Tipos de bonés



Fonte: <http://www.polyvore.com/cgi/shop?query=cap+>

3.4.3. GORROS E BOINAS

Os aspectos mais específicos dos gorros são: não possuem abas e são acessórios próprios para usar como proteção ao frio. Portanto, seus materiais são próprios para esta finalidade, sendo confeccionados com um tipo de malha: tricô ou crochê (Figura 31). Os gorros podem ser feitos também com outros materiais como o couro, ou outros tipos de peles e tecidos.

Figura 31: Gorros



Fonte: <http://www.polyvore.com/cgi/shop?query=beret>

Já as boinas, possuem um estilo próprio, elas podem possuir abas, como apresentadas juntamente com os bonés, ou não. Estas, diferentemente do boné, possuem a copa mais folgada, não ajustadas à cabeça. A Figura 32 apresenta modelos diferenciados de boinas com e sem abas. Assim como outros estilos, as boinas também podem ser confeccionadas em materiais mais firmes como o feltro ou em tecidos como o brim, dependendo da forma ou do caimento desejado.

Figura 32: Boinas



Fonte: <http://www.polyvore.com/cgi/shop?query=beret>

Entende-se que com tantos perfis de coberturas de cabeça produzidas pela indústria de confecção, é essencial compreender suas propriedades e particularidades para que o design seja analisado e aperfeiçoado. Com isso, primeiramente busca-se algumas teorias que contemplem o desenvolvimento de produtos de Moda, a fim de posteriormente incorporá-las à elaboração dos elementos estudados neste trabalho.

3.5. DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA

O produto de Moda possui um ciclo bastante ágil perante outros produtos de Design, portanto sua vida útil é mais curta e seu nível de consumo superior aos demais objetos. Dessa maneira, o desenvolvimento desses produtos nas indústrias do ramo também é mais rápido, produzindo no mínimo duas coleções ao ano (JONES, 2005).

Portanto para se obter um produto que atenda todos os requisitos do usuário e os anseios do consumidor é necessário conhecer processos direcionados ao desenvolvimento de produtos de Moda, com a intenção de aprimorar os objetos e torná-los diferenciados, inovadores e competitivo no mercado.

Buscou-se assim, duas diretrizes voltadas propriamente ao produto de Moda, também uma específica de desenvolvimento de acessórios em geral, para posteriormente facilitar sua adaptação às coberturas de cabeça, e por fim, outra com uma abordagem sobre sistema operacional do artigo de Moda na indústria.

Dentre as diretrizes com foco em produtos de Moda, aborda-se autores como Montemezzo, que expõe tanto direcionamentos quanto ao âmbito acadêmico, quanto perante criadores que carecem captar "questões mercadológicas, técnico-produtivas e socioculturais envolvidas na elaboração de produtos de moda" (SANCHES, 2008, p. 289). Outra metodologia discutida é a dos autores Sorger e Udale, a qual está focada no processo de concepção do produto pelo designer na indústria do vestuário. Já os direcionamentos de Schaffer e Saunders apresentam o método de processo criativo de acessórios em geral.

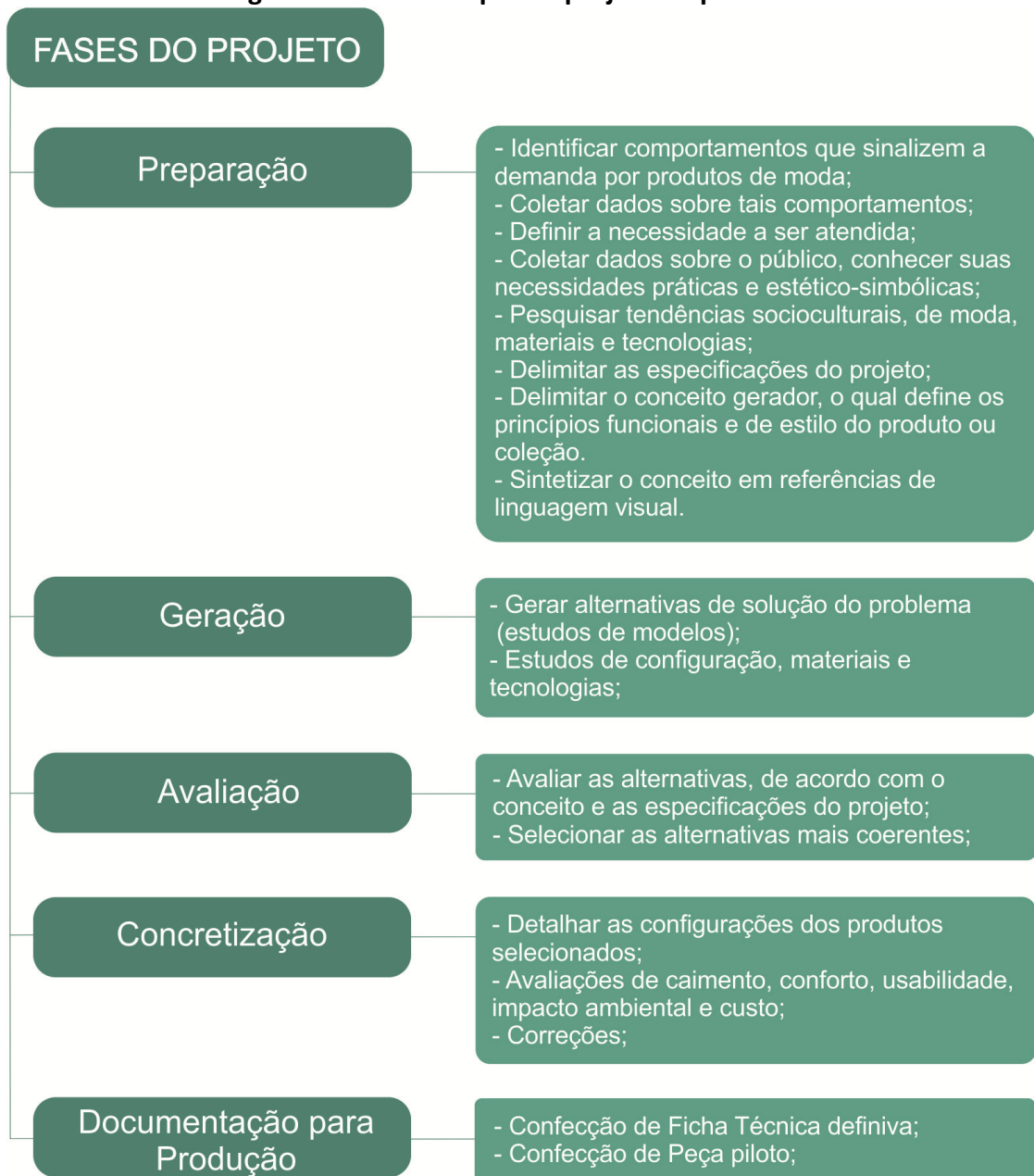
As instruções a respeito da operação produtiva do artefato abordado neste trabalho é de Lidório, que em sua apostila de Tecnologia da Confecção levanta os processos utilizados para a produção de um produto do vestuário.

As primeiras orientações analisadas foram de Montemezzo (2003), as

quais tratam o desenvolvimento de produtos de Moda de acordo com as necessidades do mercado consumidor, considerando as características técnico-produtivas dos objetos. Segundo a mesma autora, a realidade profissional do designer de moda cobra a concepção de peças diferenciadas com o custo acessível, respeitando as necessidades físicas e psicológicas do consumidor.

Baseado neste estudo, Montemezzo (2003) gerou uma tabela, aqui adaptada na Figura 33, que conta com cinco fases de projeto, descrevendo como deve ser a organização do pensamento e as ações do designer em cada etapa. Dentre o percurso descrito pela autora estão as fases de preparação, geração, avaliação, concretização e documentação para a produção.

Figura 33: Diretrizes para o projeto de produtos



Fonte: Adaptação de Montemezzo (2003)

A etapa de preparação é o momento que contém mais informações, até mesmo por não ter um problema bem direcionado, de modo que estão sendo realizados levantamentos sobre o comportamento e as necessidades do público, e também explorando tendências. No estágio da geração, já foram definidas as especificações do projeto e assim iniciam-se os estudos de materiais e tecnologias, concebendo esboços para os novos produtos de Moda. A fase de avaliação é

necessário analisar e selecionar as opções mais coerentes com o projeto, geradas na etapa anterior. A concretização consiste no período do processo de desenvolvimento que serão detalhadas as configurações dos produtos escolhidos, entende-se que também serão confeccionados protótipos para examinar características como caimento, usabilidade, impacto ambiental e custo, realizando neste momento as correções necessárias. E por fim, a elaboração da documentação para a produção, onde são preparadas as fichas técnicas e as peças pilotos para acompanhar a produção.

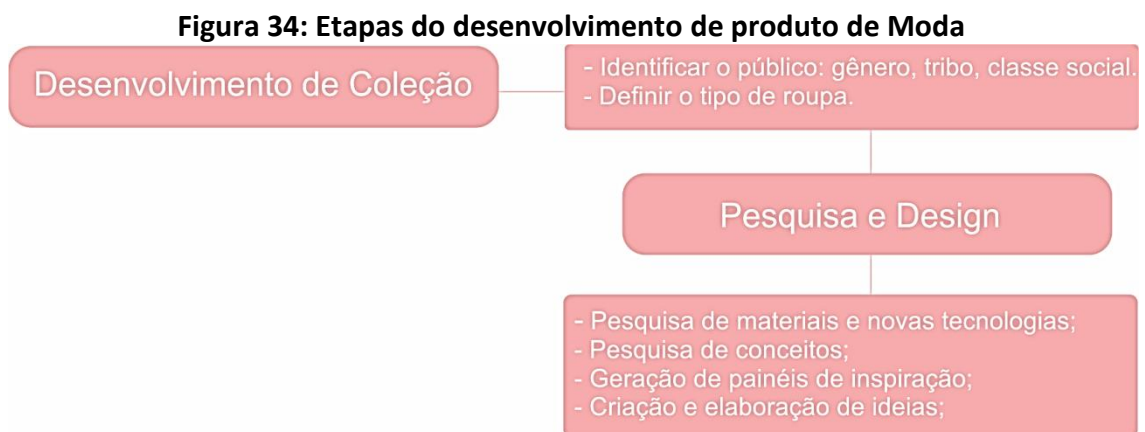
Em outro momento, a mesma autora apresenta o desenvolvimento de produtos de Moda em quatro fases, sendo estas: planejamento, geração de alternativas, avaliação e detalhamento, e por último, a produção. Na primeira fase, o planejamento, é onde as decisões devem manter o foco no consumidor, seus desejos e necessidades, atendendo “influências sazonais de moda e comportamento e sejam conhecidas as possibilidades de materiais, tecnologias e capacidade produtiva” (SANCHES, 2008, p.293).

Após o planejamento, inicia-se a geração de alternativas momento e que ideias e as possibilidades de produtos começam a se concretizar, por meio de ferramentas que auxiliam do designer como o desenho, a *moulage*, a informática, entre outros. Na etapa de avaliação e detalhamento são especificados todos os materiais, aviamentos, recortes, costuras, entre os demais detalhes das alternativas selecionadas, definindo todos os itens necessários através de fichas técnicas, modelagens e protótipos. Para finalizar a produção, o período mais apurado de elaboração, que delimita todos os padrões para a reprodução do objeto.

Dessa forma, a autora expõe orientações mais resumidas, acoplando etapas e evidenciando processos mais relevantes no desenvolvimento de produto de Moda com a visão do mercado e da indústria, contemplando também a fase de prototipia e elaboração de fichas técnicas, fases finais para atingir a produção em

série de determinado objeto.

Para Sorger e Udale (2009) o desenvolvimento do produto de Moda é dividido em duas etapas: o desenvolvimento de coleção e a pesquisa e Design. O desenvolvimento de coleção inicia-se com a constatação de qual público se deseja atender e qual o tipo de roupa que irá ser produzida, e aí associa-se à pesquisa e Design que abrange as ações de pesquisa e delimitação de conceito. Portanto o momento de pesquisa e Design consiste em buscas de materiais, que podem ser elementos como o tecido, aviamentos, novas tecnologias aplicadas no produto enfim, os componentes físicos da criação e também a procura de um conceito que inspire a concepção de novos elementos. Neste estágio inicia-se também a criação daquilo que o designer deseja conceber (Figura 34).



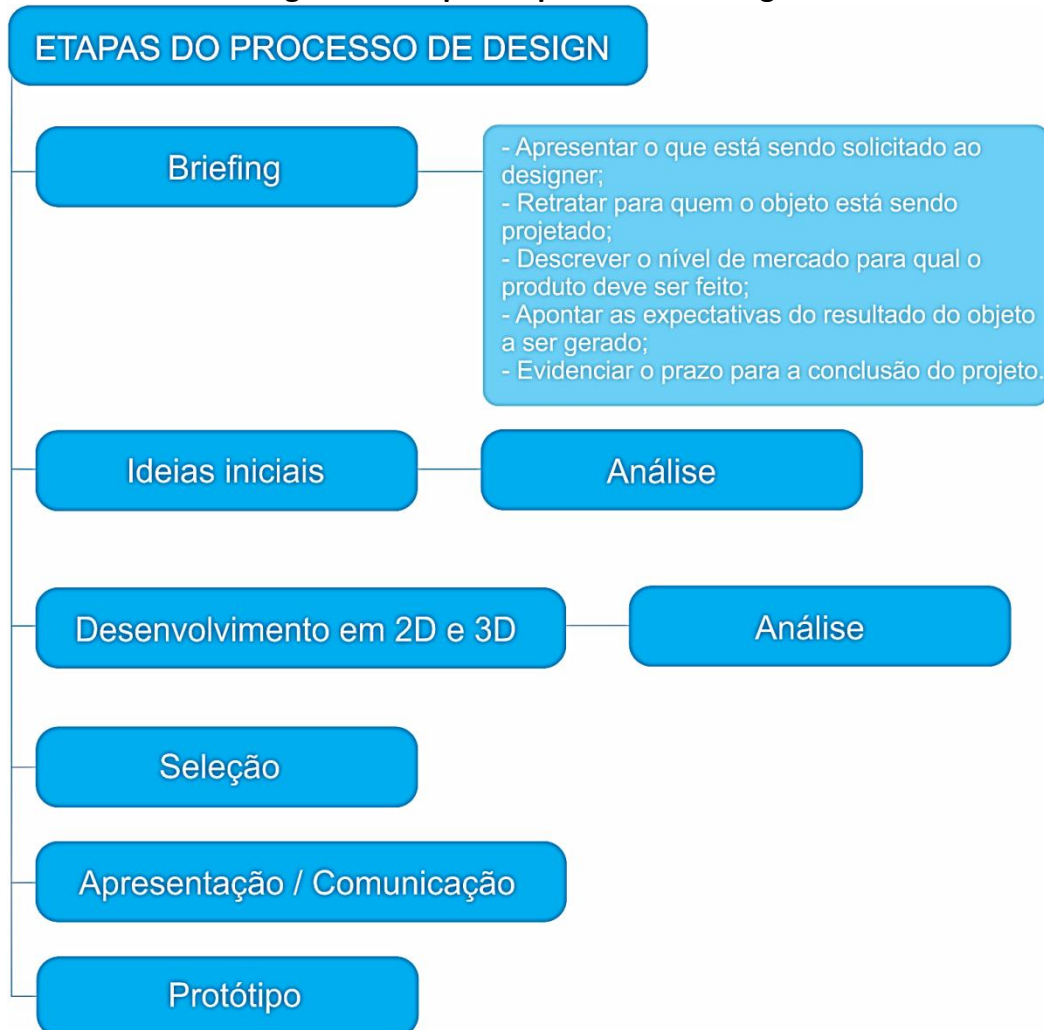
Fonte: Adaptação de Sorger e Udale (2009)

Para desenvolver acessórios segundo Schaffer e Saunders (2012) é necessário compreender os processos nos mais diferentes aspectos da indústria, como existe muito trabalho envolvido o designer precisa ter o controle de tudo que envolve o andamento do produto.

Para as mesmas autoras as etapas do processo de desenvolvimento de produto, no caso o acessório, consiste em: levantamento, pesquisa, ideias iniciais do projeto, análise, desenvolvimento da proposta em duas e três dimensões (2D e 3D), análise, seleção, apresentação e comunicação, confecção do protótipo, e por fim

apresentação, como demonstrado pela Figura 35.

Figura 35: Etapas do processo de Design



Fonte: Adaptação de Schaffer e Saunders (2012)

O método do processo de Design abordado por Schaffer e Saunders (2012) trabalha com um *briefing*, que segundo as autoras é a memória descritiva do projeto. É formulado para transmitir o conjunto de direcionamentos à respeito do trabalho que será realizado, indicando os requisitos e a escala de tempo em que o projeto deverá estar pronto. Dessa maneira, é elaborado um planejamento de pesquisa, aprimorando as habilidades do designer em gerenciar projetos.

Após gerar o *briefing*, inicia-se a concepção de ideias, atividade semelhante à geração de alternativas, que devem ser analisadas e escolhidas para

serem elaboradas em 2 e/ou 3 dimensões de acordo com a necessidade de modelagem de cada objeto, e assim são verificadas as possibilidades de concretização do produto. Na etapa seguinte, seleciona-se o elemento que possui maior compatibilidade com o *briefing* e este é apresentado para aprovações, ainda que não materializado, e assim que autorizado é produzido o protótipo.

Visto as três metodologias, para a criação e desenvolvimento de um produto de Moda e/ou de um acessório, acredita-se que Montemezzo (2003) apresenta num quadro mais completo, o aperfeiçoamento do objeto se origina com as pesquisas e o descobrimento de um problema e se finaliza com a elaboração da ficha técnica e a peça-piloto, abrangendo o processo completo.

Schaffer e Saunders (2012) também expõem um fluxograma que direciona para a criação de qualquer acessório de cabeça, pois demonstra um foco em elaborar uma quantidade menor de objetos, sendo talvez mais específico do que o processo abordado por Montemezzo (2003).

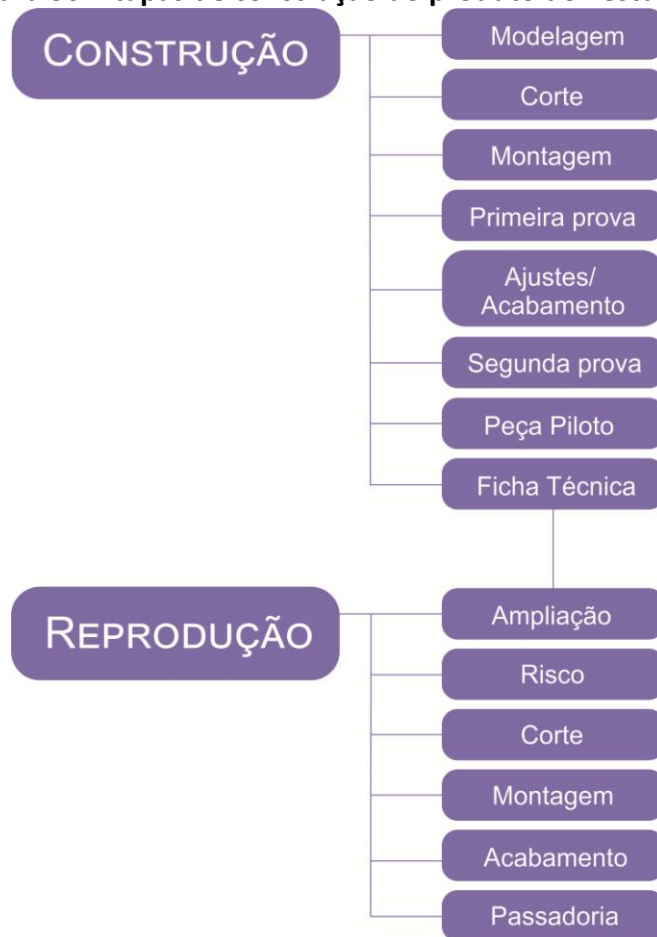
Já Sorger e Udale (2009) apresentam este andamento apenas como o processo de concepção dos produtos e das coleções da empresa, podendo assim adaptá-las ao momento de preparação e geração apresentada pelos outros autores, integrando algumas ações e informações ao processo.

Nota-se que os autores abordados até o momento, destacam a pesquisa e o conhecimento dos materiais a serem utilizados na elaboração do produto, para que com estas informações o designer consiga obter resultados mais interessantes, assim como todas as propriedades necessárias para se materializar e concretizar o objeto em questão.

A fim de complementar toda a averiguação sobre a elaboração, construção e fabricação de um produto de Moda, buscou-se conhecimento sobre o momento em que os artefatos são confeccionados.

Para Lidório (2008) a sequência operacional do produto do vestuário na indústria acontece de acordo com o fluxograma demonstrado na Figura 36.

Figura 36: Etapas de construção do produto do vestuário



Fonte: Adaptação de Lidório (2008)

A autora divide o processo em duas fases, a primeira consiste na construção do artefato e a segunda na reprodução do mesmo.

A construção inicia-se com a elaboração da modelagem, em seguida, corta-se o tecido de acordo com os moldes, depois a peça é montada pelas máquinas de costuras e chega-se a um protótipo, que consiste em um produto em fase de teste, com a finalidade de realizar as provas de vestibilidade e caimento. Após a primeira prova, realiza-se a finalização do artigo de Moda, por meio dos acabamentos (limpeza, colocação de botão, etc.), e assim, acontece a segunda prova, concretizando a peça piloto e produzindo a ficha técnica.

Estando pronta a peça piloto e a ficha técnica, é estabelecido o momento de reprodução do produto, em que serão confeccionados em larga escala. Dessa forma, o primeiro passo é a ampliação, de modo que diferentes tamanhos são desenvolvidos a partir a modelagem inicial. Logo após, risca-se e corta o tecido em grandes quantidades e transportam-se as partes para a montagem. Por fim, são efetuados os acabamentos e o passamento na peça.

A abordagem do método da sequência operacional visa auxiliar no entendimento do designer quem desenvolve o produto, de maneira que ele consiga compreender a viabilidade daquilo que é criado.

É necessário assim, conhecer todos os elementos e processos que fazem parte das coberturas de cabeça. Essas propriedades viabilizam a elaboração de produtos mais interessantes e adequados, de acordo com as orientações aqui apresentadas.

3.6. PROPRIEDADES

As coberturas de cabeça possuem um vasto universo de estilos de produtos que podem ser estudados e analisados para a pesquisa em Design de Moda, mas o objetivo principal deste trabalho consiste no aperfeiçoamento da elaboração destes para a indústria do vestuário, portanto quando trata-se de propriedade dos produtos, são abordados os objetos trabalhados especificamente no ramo industrial.

As propriedades de um produto de Moda se constituem dos elementos que compõem o planejamento do objeto, sendo necessário conhecê-los desde a elaboração para a melhor definição dos itens. Para Fischer (2010) é fundamental que o designer de Moda conheça os materiais que viabilizam estrutura e sustentação ao objeto, e entenda as técnicas de criação de produtos de Moda com base em um molde bidimensional a fim de conceber forma e caimento.

Dentre os componentes de uma cobertura de cabeça estão basicamente a matéria-prima utilizada, e para a construção são necessários processos de modelagem e costura. Como o estudo é focado no Design, utilizam-se os fatores de usabilidade e ergonomia como foco de pesquisa de planejamento do produto.

3.6.1. MATERIAIS

As matérias-primas empregadas em coberturas de cabeça em geral são tecidos e aviamentos.

O conhecimento das propriedades e qualidade dos tecidos pelo designer de Moda é de grande relevância, primeiramente porque o peso e o caimento do tecido influencia no resultado do produto, depois deve ser "escolhido pelo seu desempenho em relação à sua função", e por fim selecionar de acordo com o "seu valor estético, ou seja, pela aparência e toque, cor, estampa ou textura" (SORGER;

UDALE, 2009, p. 58).

Jones (2005, p.122) afirma que apropriar um tecido ao produto de moda "provém de uma combinação de fios, construção, peso, textura, cor, toque e estampa, e também fatores adicionais como ser quente, resistente a manchas e fácil de lavar".

De acordo com Frings (2012) dentre os materiais de chapéus direcionados à coleções de primavera/verão estão palhas, tecidos de algodão e linho, já para coleções de outono/inverno é utilizado feltro e construções de veludo, pele falsa e pelúcia.

Estes adornos têm uma funcionalidade muito específica de proteção, em consequência a adaptação do material utilizado se dá ao período específico, tecidos quentes quando é necessário proteger do frio e tecidos mais leves e para abrigar do sol. No entanto, ainda considera-se a estrutura necessária para a construção de determinado acessório, para isso é analisado o peso e o caimento do material, algumas vezes torna-se necessário utilizar forros e entretelas para a sustentação do modelo.

Segundo Fischer (2010, p. 140) "entretelas são utilizadas principalmente para dar sustentação e firmeza ao tecido", estas podem ser termocolantes ou não colantes, sendo estas costuradas. Ainda a mesma autora afirma que forros podem ser utilizados em um produto de moda para diversas finalidades, como por exemplo: garantir que as formas da peça sejam mantidas ou por opção de Design e conforto.

Dessa forma, o forro pode ser de outro tecido, tendo a finalidade de dar um acabamento adequado ao produto, auxiliando ao ocultar as costuras internas, melhorando o conforto do usuário e também colaborando com a sustentação do formato pretendido.

Para Jones (2005), acabamentos e enfeites de roupas e acessórios do vestuário são denominados de aviamentos. Já os acabamentos como elásticos, laços, franjas e fitas são intitulados "passamanarias" ou às vezes são chamados de "tecidos estreitos", que também podem ter como finalidade apenas decorativa.

Ao abordar a indústria de aviamentos Mendes, Sacomano & Fusco (2010, p.70) afirmam que:

Os insumos da indústria de aviamentos são fios fibras, feltrados, couro, metais, plásticos, acrílicos, pedras, madeira, cristais e seus produtos são componentes para a confecção de artigos têxteis. Estão também aqui classificados os artigos que fecham, estruturam, embelezam e cumprem com a legislação, como a exigência de etiquetas por exemplo.

Nos chapéus, bonés, boinas e acessórios afins, utilizam-se uma passamanaria denominada carneira, é uma tira que fica internamente na base do acessório e sua principal finalidade é ajustar a cobertura à cabeça. A carneira pode ser sintética, de tecido, couro ou mesmo em elástico, serve também para reforçar a peça e dar acabamento ao produto.

Bonés, boinas e viseiras utilizam internamente em suas bordas uma espécie de aba dura, normalmente de plástico, com o formato rígido, é envolta por tecido e costurada na parte da frente da copa.

Existem ainda aviamentos meramente decorativos, como cristais, lantejoulas, plumas, fitas, laços, tachas, rebites, botões, entre outros que compõem a aparência final do acessório e podem destacá-los perante outros produtos.

Os aviamentos destinados ao fechamento da peça são pouco utilizados em coberturas de cabeça, especificamente nos bonés, encontram-se: velcro, fivela reguladora com fita de tecido e reguladores de plástico.

3.6.2. MODELAGEM

"Moldes e tecidos são bidimensionais, constituídos apenas de comprimento e largura. A peça do vestuário, resultante da montagem das várias partes componentes, possui também uma terceira dimensão: a profundidade" (ARAÚJO, 1996, p.97).

Sorger & Udale (2009) afirmam que a modelagem plana consiste em transformar algo substancialmente plano em um objeto tridimensional. Para os autores o molde de papel é produzido e cortado em peças que quando costurados um ao outro formam a roupa ou mesmo um acessório de moda que seja confeccionado em tecido.

No entanto a modelagem consiste transformar matérias com duas dimensões em produtos que vistam um corpo tridimensional. O chapéu, e outras coberturas de cabeça aqui abordadas, para tomarem forma e vestirem a cabeça, precisam passar pelo processo de modelagem, transformando os materiais em um objeto.

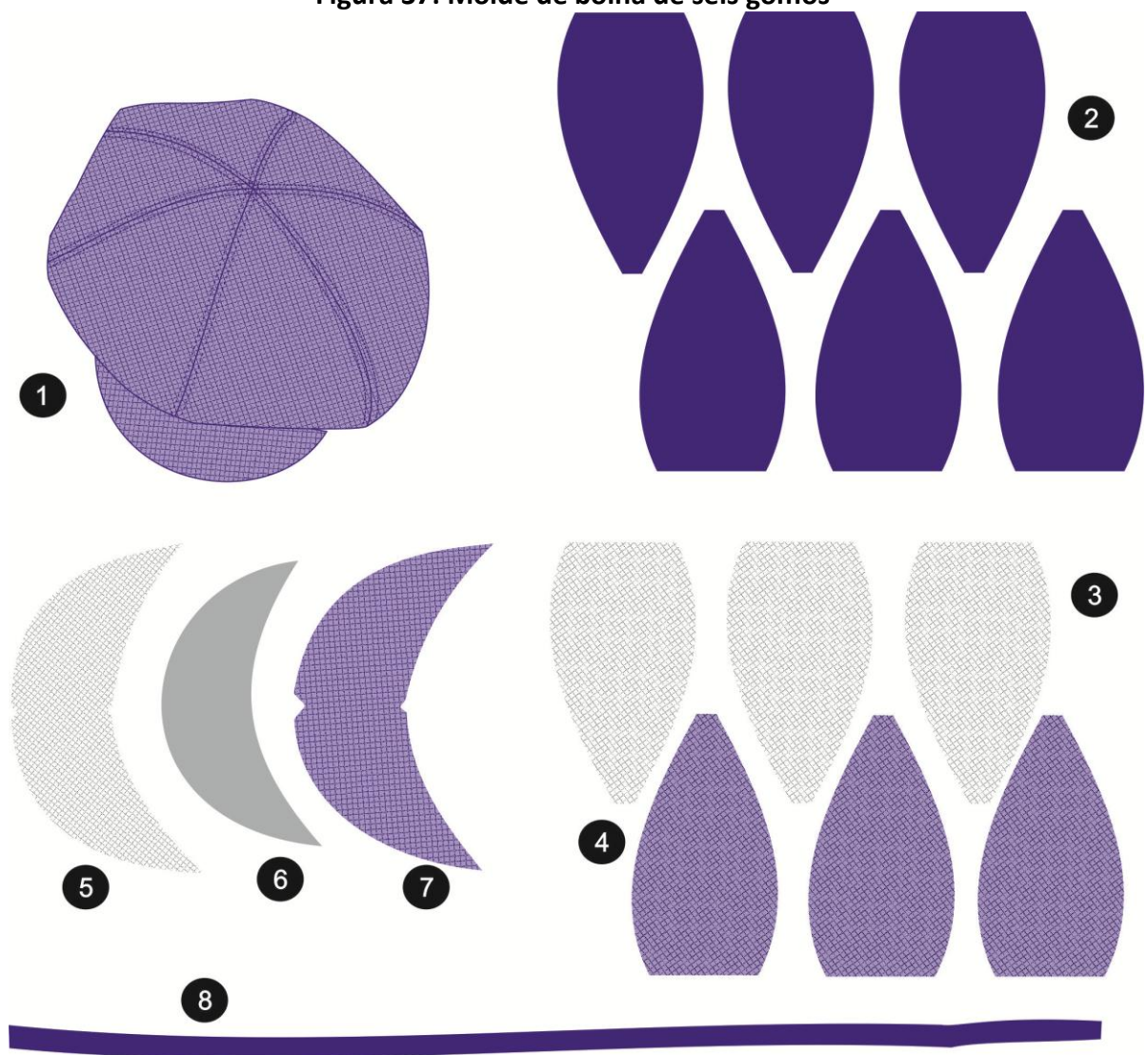
Nota-se que o molde para constituir estes acessórios pode ser complexo, por ter formato arredondado e serem necessárias curvas exatas para que o elemento se adapte delicadamente à cabeça. Também observa-se uma gama variada de modelos, sendo alguns mais simples e outros bem complexos.

Para uma melhor visualização de uma modelagem de cobertura de cabeça, a Figura 37 retrata uma boina de seis gomos confeccionada e as partes da sua modelagem planificada, que inclui a modelagem da aba, a fita de base da copa e os forros. A imagem demonstra a boina de seis gomos e suas partes, que estão identificados por números, que correspondem respectivamente:

1. Boina de seis gomos confeccionada;
2. Molde do forro dos seis gomos;
3. Molde de três gomos individuais do lado avesso com entretela;
4. Molde de três gomos do lado direito;

5. Molde da aba do lado avesso com entretela;
6. Preenchimento da aba;
7. Molde da aba do lado direito;
8. Carneira.

Figura 37: Molde de boina de seis gomos



Fonte: Adaptado de Schaffer & Saunders, 2012.

Durante a elaboração da modelagem é que se deve configurar costuras ou pences para criar volumes e formas (SORGER & UDALE, 2009). Dessa forma, chapéus, bonés, gorros e boinas tomam o formato para o encaixe e adaptação à cabeça.

Jones (2005) afirma que a modelagem plana requer medidas e cálculos apurados, emprego de proporção e capacidade de idealizar a aplicação em três dimensões. Para a autora, ajustes excessivamente pequenos são capazes de alterar o caimento ou o equilíbrio de um produto.

Para Spaine (2010, p.41) o molde bidimensional é elaborado por:

[...] por diagramas formados por ângulos de 90° para garantir o equilíbrio da peça e por linhas retas e curvas, que vão tomando formas, obedecendo à tabela de medidas padronizadas para os diversos segmentos do design do vestuário".

As colocações acima concretizam a delicadeza de detalhes atribuídos ao molde, para que a modelagem seja bem sucedida é necessário habilidade e conhecimento para realizá-la.

Utiliza-se normalmente bases de moldes para cada modelo, para Araújo (1996) os moldes bases são utilizados sem utilidade estilística, apenas com particularidades estruturais. Portanto, o molde base é o modelo clássico sem alterações, apenas com intuito de construção por meio de duas dimensões, e a partir deste são gerados interpretações novas, diferenciando assim cada peça.

O primeiro passo para a realização de uma modelagem é a análise das medidas do corpo ou da parte do corpo que se pretende vestir, portanto a tabela de medidas é um instrumento essencial para o desenvolvimento de um molde base.

3.6.2.1. MEDIDAS

O molde base de uma peça do vestuário é confeccionado a partir de medidas do corpo humano, mais especificamente as medidas da parte do corpo que vestirá a peça. Segundo Spaine (2010) os moldes representam o corpo por via de diagramas bidimensionais que quando costurados se transformarão em vestimentas. No entanto, para os acessórios atingidos por este trabalho busca-se analisar as medidas específicas da cabeça, necessárias para a realização dos moldes

que irão estruturar o produto.

A ISO 4417-1977 que designa o tamanho de vestimentas específicas para a cabeça, afirma que a dimensão de controle para esses acessórios é a circunferência da cabeça.

A NBR 16060:2012 apresenta como medida para aplicação de modelagens de chapéus o perímetro transversal da cabeça, demonstrado pela da Figura 38. Esta norma determina a medida a circunferência inclinada da cabeça e subdivide as medidas no padrão de tamanho P, M, G, GG e GGG (Tabela 3).

Figura 38: Perímetro transversal da cabeça



Fonte: NBR 16060:2012.

Tabela 3: Perímetro transversal da cabeça

Tamanho adulto de chapéus, boinas, bonés etc.	Perímetro transversal da cabeça
P	56 a 58
M	58 a 60
G	60 a 62
GG	62 a 64
GGG	64 a 66

Fonte: Adaptado da NBR 16060:2012.

De acordo com Sabrá (2009) não há um padrão de tabela de medidas brasileira, portanto existem adaptações de cada empresa para com o seu produto.

3.6.3 PROCESSO PRODUTIVO

Para Mendes, Sacomano & Fusco (2010) o processo de produção de uma indústria do vestuário é designada de "confeção", é a etapa de unir os materiais, como os tecidos e aviamentos com o intuito de construir uma peça.

O processo produtivo na indústria da Moda é o momento em que será feita a montagem do produto, e acontece após a fase de concepção e modelagem. Mas antes de iniciar a produção de qualquer objeto é essencial a confecção do protótipo, o qual deve demonstrar qualquer erro ou defeito do processo/produto até o momento.

Segundo Rosa (2011, p.55) a preparação do protótipo é baseado em ações de "preparar e costurar as diversas partes dos moldes que compõem a peça, unindo-as para formar um todo" e aconselha-se que seja utilizado os mesmos equipamentos e máquinas que serão usados para a produção em série. Após a fabricação do protótipo ele é avaliado pelos setores de modelagem e criação, onde certificam se está de acordo com o que foi elaborado pelo designer e/ou modelista.

A confecção de uma peça de vestuário de moda requer a utilização de vários tipos de costura e uma grande variedade de maquinários. A organização da produção para a montagem de um determinado produto é fundamental para atender à escala de produção e dela depende o rendimento do processo, tanto para atender à qualidade quanto para a quantidade exigida. O sistema de costura deve considerar os materiais a serem utilizados, as máquinas de costura, os operadores, os sistemas de transportes internos, os métodos de produção e as técnicas de planejamento e controle da produção (MENDES, SACOMANO & FUSCO, 2010, p. 40).

Para que o protótipo chegue o mais próximo do resultado pretendido possível, deve-se usar os mesmos materiais que serão trabalhados na sua reprodução, obedecendo os documentos elaborados pelo setor de desenvolvimento para auxiliar neste processo.

Frings (2012) afirma que o protótipo é acompanhado diretamente pelo

designer para resolver qualquer problema de construção, e o passo seguinte é analisar o caimento e ajuste da peça. Para Baxter (2000) o protótipo consiste em um teste baseado nas especificações do projeto, onde será identificado falhas tanto na produção quanto nas especificações do produto, minimizando assim o risco de perdas na produção.

Assim que o protótipo estiver aprovado, quanto à construção e ao caimento, é produzida a peça-piloto, que consiste em uma amostra na qual deve acompanhar a ficha-técnica, de modo que possa sanar qualquer dúvida durante a produção em grande escala.

Rosa (2011, p.57) afirma que depois de encerrada a prototipagem, a ficha técnica do produto e a peça-piloto serão utilizadas como guia na produção em série, seguindo "o roteiro composto pelas fases de graduação, encaixe, risco, corte, montagem, acabamento e armazenamento".

O roteiro da confecção do produto é a ficha técnica, nela deve-se encontrar todas as informações necessárias para a produção, e só é finalizada com a peça-piloto produzida.

A ficha técnica é uma planilha na qual está registrado todas as informações que conduzem o departamento de produção. Nela devem estar inseridos dados como: data em que a peça foi elaborada; temporada de venda; tamanhos em que o produto será construído; código do objeto; uma breve descrição; o desenho técnico; as cores e suas combinações; amostra do material utilizado na produção; descrição dos tecidos e aviamentos; largura do marcador; referências de detalhes e acabamentos; os custos (FRINGS, 2012).

A realidade da confecção de uma peça do vestuário de moda e das coberturas de cabeça são semelhantes, sendo que a mesma atenção dada à uma roupa durante a sua confecção de acordo com cada detalhe, também é dada, por exemplo, ao chapéu.

É necessário organizar a produção de acordo com a montagem de cada produto, selecionar os materiais e as máquinas conforme o que foi planejado durante a concepção e desenvolvimento do objeto em questão.

Durante o processo produtivo, a principal fase proposta é a da costura. Para Araújo (1996) nesta fase as partes cortadas por meio de moldes são montadas produzindo uma peça tridimensional. Afirma também, que é uma operação complexa, pois cada tipo de costura tem a sua máquina certa, apropriando de acordo com os acessórios próprios para cada produção.

Dessa forma, deve-se analisar cada material de acordo com a sua densidade, cada ponto, linha, que serão utilizados na confecção do objeto.

Segundo Frings (2012) cada área de acessórios possui uma forma de fabricação diferente, portanto a produção de cada cobertura de cabeça exigirá uma determinada estrutura. E continua afirmando que até os acessórios que compartilham os mesmos materiais, apresentam habilidades e técnicas para sua produção que são muito diferentes.

No entanto, ao analisar as coberturas de cabeça verifica-se modelos diferenciados, que vão desde os materiais, as modelagens e até mesmo os acabamentos, e para isto são necessários maquinários e processos específicos para cada estilo a ser produzido.

3.6.4. ERGONOMIA E USABILIDADE

As coberturas de cabeça possuem as mesmas características técnicas de uma peça de roupa, sendo necessárias adaptações do objeto ao usuário de modo que proporcione uma usabilidade eficiente ao produto. Entretanto, os conceitos de ergonomia atrelados ao produto de moda devem ser ajustados aos produtos aqui abordados.

Os produtos, segundo Lida (2005), são conceituados como mecanismos

para que o homem possa realizar certas funções, sendo que esses objetos passam a participar de sistemas homem-máquina-ambiente. Para o autor, o propósito da ergonomia é examinar esses sistemas, para que tudo possa funcionar harmoniosamente com o homem.

A ergonomia realiza uma função primordial desde o momento de concepção de um produto de moda, levando em consideração requisitos ergonômicos básicos, como: "segurança, facilidade de manejo, de assimilação, de manutenção, segurança - e os índices ergonômicos físicos, psicológicos, higiênicos" (MARTINS, 2008, p. 323).

No entanto, qualquer objeto que se relaciona com o ser humano deve ser planejado e executado ergonomicamente para interferir positivamente com a sua função. Para um produto de moda os requisitos ergonômicos básicos são definidos e analisados no momento da concepção e desenvolvimento do artefato.

Um objeto destina-se a satisfazer determinadas necessidades humanas, entrando em contato diretamente ou indiretamente com o homem. Para que esses elementos executem a sua função de modo eficiente nas suas interações com os usuários, carecem ter as seguintes características: qualidade técnica, qualidade ergonômica e qualidade estética (IIDA, 2005).

A qualidade técnica é responsável pela funcionalidade do produto, considerando assim a eficiência com que é executada a função (Ibid). Dessa maneira, a função primordial das coberturas de cabeça é a proteção, agasalhar do frio ou esconder do sol.

Pode-se relacionar à qualidade técnica e à ergonômica com a função prática do produto, que de acordo com Gomes Filho (2006) consiste na atividade de adequar o artefato às necessidades fisiológicas do usuário, oferecendo conforto, segurança e eficiência no uso do objeto.

A interação entre o produto e o usuário é atribuição da qualidade ergonômica, que "inclui a facilidade de manuseio, adaptação antropométrica, fornecimento claro de informações, facilidades de navegação, compatibilidades de movimentos e demais itens de conforto e segurança" (IIDA, 2005, p.316).

Para Martins (2008, p. 324) as ações de "lavar, passar, tirar manchas, repor aviamentos e mecanismos de acionamentos referem-se à propriedade ergonômica, à facilidade de manutenção, que está relacionada ao tempo de vida útil do produto de moda". A mesma autora relaciona também os princípios higiênicos, como por exemplo:

O grau de toxidade dos corantes, pigmentos e acabamentos utilizados no materiais têxteis e seus aviamentos, assim como o conforto térmico proporcionado pelo emprego adequado dos materiais relacionados aos índices de temperatura e umidade (MARTINS, 2008, p. 324).

Portando a qualidade ergonômica é determinada pelos dados analisados durante a escolha de materiais, dos fatores antropométricos considerados durante a elaboração da modelagem, entre outros elementos que possibilitem a interação da cobertura da cabeça com o seu usuário.

A qualidade estética que abrange "formas, cores, materiais, texturas, acabamentos e movimentos", a combinação desses elementos devem ser o atrativo do produto, de modo que venha a proporcionar prazer ao usuário (IIDA, 2005, p.316).

Contudo, todas essas qualidades relacionadas devem conduzir à uma adequada usabilidade do produto, que segundo Martins (2008) refere-se à interface que proporciona o uso eficaz dos produtos, deixando-os agradáveis e prazerosos enquanto são utilizados.

A usabilidade do produto, atualmente, possui uma correlação direta com o conforto e o prazer do usuário, o que também irá determinar a sua qualidade

(ALENCAR, 2014).

lida (2005) afirma que a usabilidade desenvolve metas de funcionamento para o produto e pode ser aprimorada melhorando aspectos físicos dos artefatos como: dimensão, peso, forma, resistência e outros. Estes, sendo sempre adaptados de acordo com as características do grupo de usuários.

Dessa maneira, ao moldar determinada cobertura à cabeça analisando suas características físicas e as apropriando de acordo com o público que a utilizará, está sendo aperfeiçoada a sua usabilidade. Entende-se também que ao empregar tais metas apresentadas pela adequação da usabilidade, a qualidade do objeto é favorecida.

No entanto, a configuração das coberturas de cabeça também deve proporcionar o prazer do uso, contanto que esteticamente o produto deve possuir características que atraem e agradem o usuário, visando aspectos de materiais, formas e cores, fatores presentes no momento da concepção do produto.

4. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

4.1. OBSERVAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO

A observação do processo de desenvolvimento do produto e da sua confecção é necessária para a compreensão do funcionamento das indústrias que produzem os artefatos estudados por este trabalho, considerando que o designer de coberturas de cabeça tem como realidade a indústria, não se limitando apenas à teoria.

Para isto, elaborou-se um roteiro com intuito de apreciação das empresas, o qual está subdividido em duas etapas: desenvolvimento do produto e setor operacional da indústria de confecção.

No primeiro momento, o roteiro refere-se a fase de desenvolvimento do produto, que abrange desde os levantamentos e busca de informações para o início do processo de concepção até a fase de confecção da peça piloto. Para a sua elaboração foram consideradas as diretrizes de Montemezzo (2003).

O setor operacional é abordado na segunda etapa do roteiro e está baseado em Lidório (2008), que discute os procedimentos utilizados para a construção e reprodução de uma peça do vestuário.

As duas teorias, mencionadas anteriormente durante o levantamento bibliográfico, quando aliadas às coberturas de cabeça se apresentam em início de implantação e portanto os resultados ainda são incipientes, mas pretende-se ao final desta pesquisa obter-se resultados mais conclusivos ou confiáveis.

O roteiro tem como objetivo guiar igualmente o pesquisador na análise dos distintos estabelecimentos de estudo. Em cada ocasião, sendo do desenvolvimento do produto ou do setor operacional, deseja-se compreender os sistemas de elaboração e de confecção dos acessórios, constatando se há os mesmo

processos abordados pelo levantamento bibliográfico, que estão associados a áreas correlatas. Além de vivenciar o modo com que são exercidos estes procedimentos.

4.1.1. DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

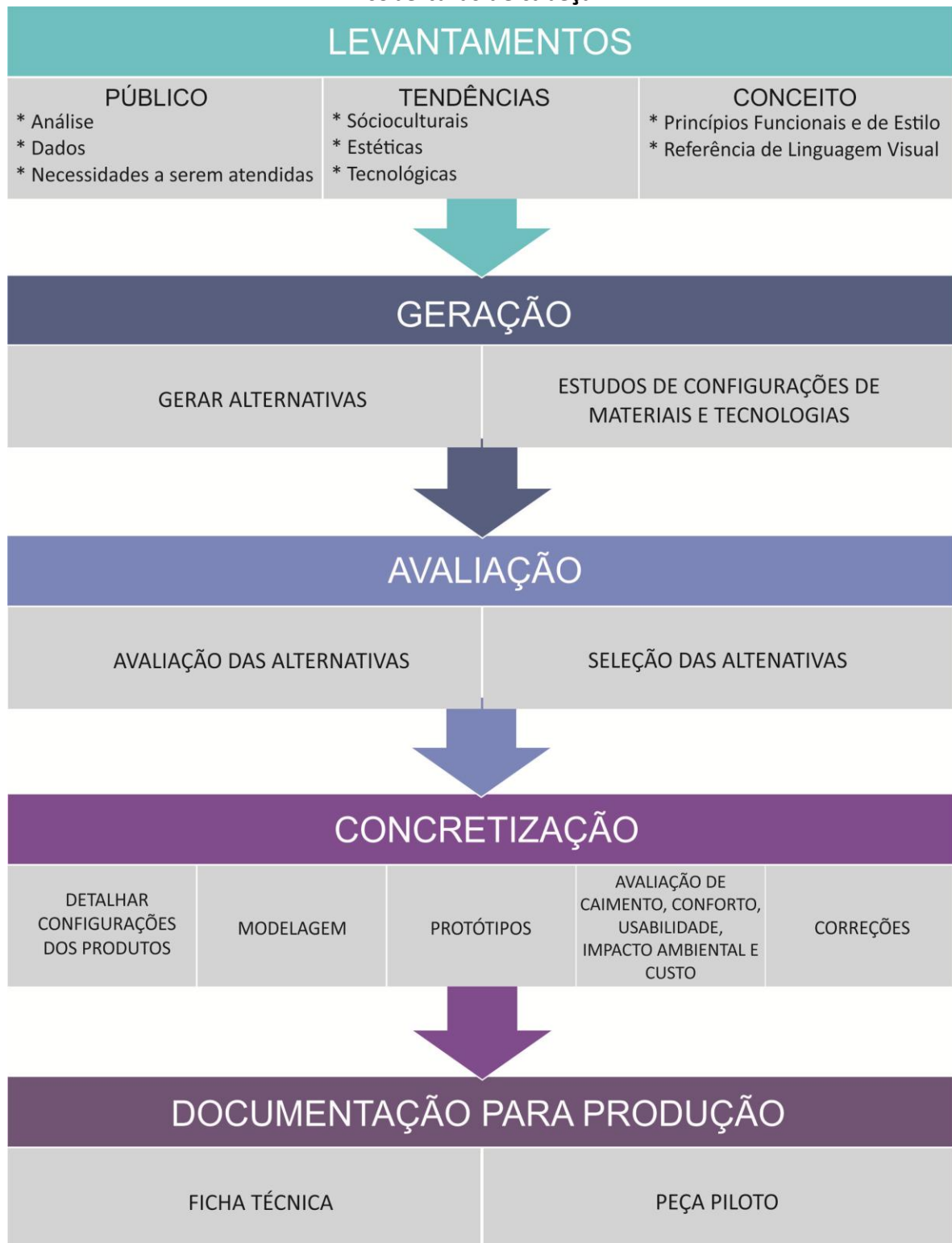
O roteiro com o propósito de examinar o processo de desenvolvimento de chapéus, bonés e afins na indústria, inicia com uma investigação que possui como finalidade se inteirar sobre os aspectos que envolvem gerar um produto, como por exemplo: o público que utilizará o objeto; quais as funções que devem ser atendidas; os materiais que podem ser empregados; além das tendências delimitadas pela Moda e que estarão agregadas aos acessórios de cabeça.

Visando compreender a maneira que os levantamentos realizados primeiramente serão inseridos no desenvolvimento do objeto, delimitou-se a geração de alternativas dos itens relacionados à cabeça e a avaliação destas como as próximas etapas do roteiro.

Com as informações aplicadas no delineamento do projeto, acontece a concretização das ideias, testando, avaliando e aprovando uma peça piloto do produto planejado e que se deseja reproduzir, e junto desta, é concebida uma ficha técnica.

Dessa maneira, a Figura 39 demonstra o roteiro de observação do processo de desenvolvimento de produto.

Figura 39: Roteiro para observação do desenvolvimento de produto em indústrias de coberturas de cabeça



Fonte: elaborado e adaptado a partir de Montemezzo (2003)

O itinerário propõe uma sequência teórica que auxilie a pesquisadora

direcionar os conhecimentos prévios à indústria dos acessórios examinados, captando as reais etapas realizadas durante o desenvolvimento do produto.

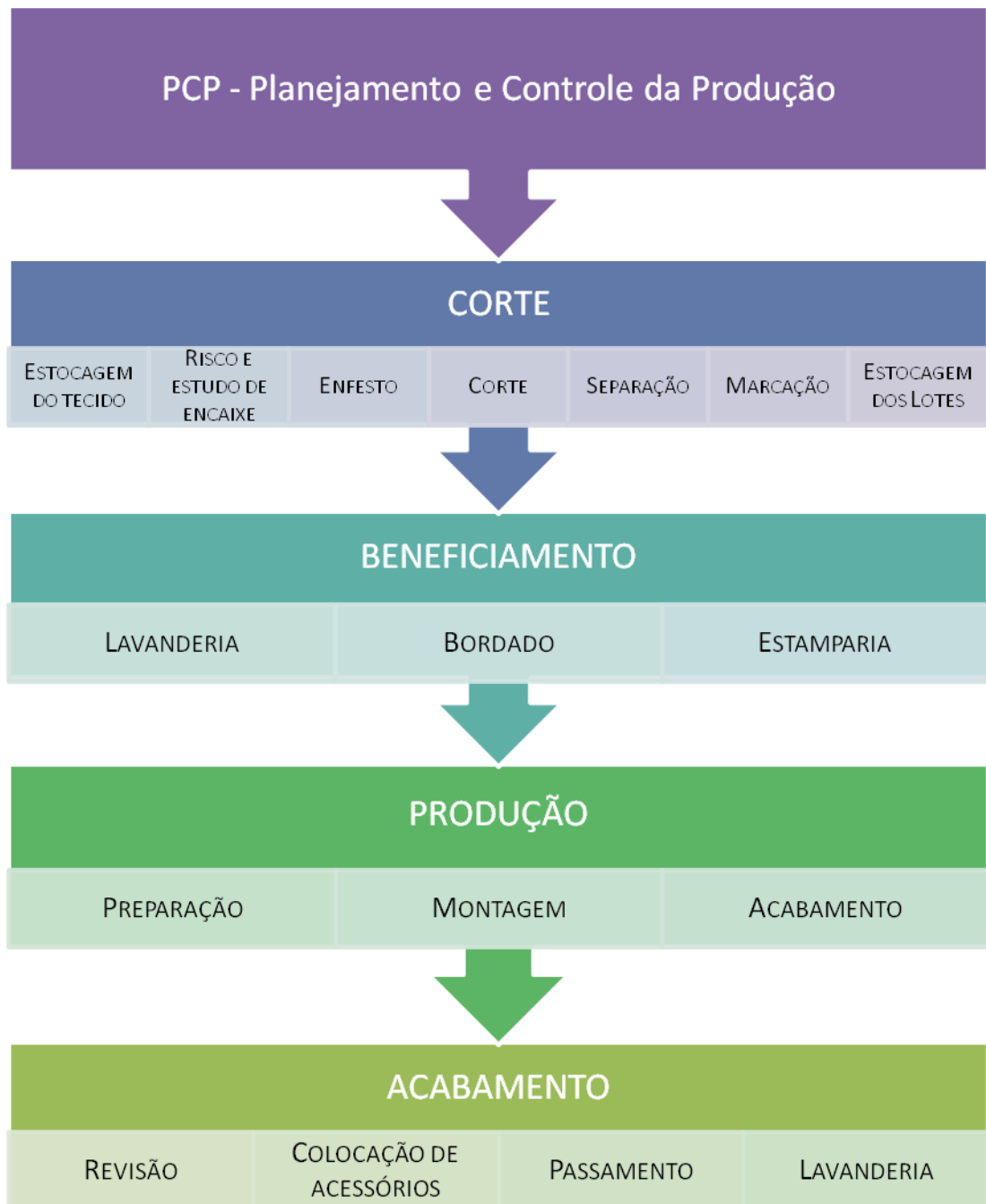
4.1.2.SETOR OPERACIONAL

O setor operacional consiste no momento em que o produto, já aprovado na fase do desenvolvimento, será reproduzido. Ao abordar este ato, acredita-se que compreender esta etapa, possibilita ao designer refinar a concepção do seu produto por meio da noção de viabilidade do artefato.

A partir da pesquisa teórica, observou-se que a fase de confecção da indústria que produz acessórios de cabeça é bastante semelhante ao de outro elemento do vestuário, apesar de alguns maquinários e procedimentos específicos.

Empregou-se também um guia, a fim de unificar e facilitar o entendimento do caminho que o objeto passa até a sua configuração final (Figura 40).

Figura 40: Roteiro para observação do setor operacional de coberturas de cabeça nas indústrias



Fonte: elaborado e adaptado a partir de Lidório (2008).

O roteiro inicia-se após a peça piloto e sua documentação ficarem prontas, a primeira operação desta etapa consiste no PCP (Planejamento e Controle da Produção), que de acordo com Mendes, Sacomano e Fusco (2010) neste momento é definida a quantidade de peças a serem produzidas, dimensionando a

quantidade de matéria-prima, além disso, programa-se onde, quando e o total de artefatos que serão produzidos. A intenção quanto à abordar esta fase de organização da empresa é relatar e entender a constituição do produto até o fim da sua fabricação.

O próximo passo acontece no setor de corte, que possui os procedimentos de estocagem de tecido, enfesto¹, corte, separação, marcação e estocagem dos lotes. Ressalta-se que, nos produtos abordados por este trabalho, certas partes que saem do corte podem percorrer por beneficiamentos antes da costura, algumas passam por bordado e estamparia, por exemplo, após uma parte montada.

Com as partes cortadas e se necessário beneficiadas, procura-se verificar como é a montagem do produto, normalmente por meio da costura das partes. Após montadas, deve-se seguir para o processo de acabamento, como colocação de aviamentos, revisão, passamento, entre outros.

Dessa forma, inseriu-se no roteiro os principais processos identificados na operação de reprodução dos acessórios de cabeça, para que sejam visualizadas durante a sua confecção.

¹ "Operação pelo qual o tecido é estendido em camadas, completamente planas e alinhadas, a fim de serem cortadas em pilhas. O enfesto é feito sobre a mesa de corte que deve ser perfeitamente horizontal e ter 10% a mais para o manejo das máquinas do corte" (LIDÓRIO, 2008, p.20).

4.1.3.RESULTADOS

Para a investigação dos processos, foram visitadas quatro empresas que produzem chapéus, bonés, viseiras, gorros, entre outros produtos semelhantes. Os roteiros impressos foram responsáveis por conduzir a pesquisadora durante as visitas, presenciando o desenvolvimento dos produtos e o setor operacional.

O registro da investigação foi realizado por meio de anotações nos guias impressos para a observação, gravações de áudio com explicações dos responsáveis pelo setor e fotografias (quando autorizado).

As instituições contempladas por este trabalho são abordadas como empresa A, B, C e D. Houve a possibilidade de se aprofundar no quesito de desenvolvimento dos acessórios de cabeça nas três primeiras, mas não foi permitido observar a produção. Já a última indústria, a qual disponibilizou a visualização do setor operacional, não tem a atividade de concepção e desenvolvimento do produto, por produzir exclusivamente objetos promocionais.

A Empresa A está no mercado há 21 anos e possui aproximadamente 150 empregados, confeccionando mensalmente uma média de 240.000 produtos, entre chapéus/bonés, camisetas e bolsas. Apesar de não ter marca própria e produzir apenas para magazines e outras marcas, denominadas *Private Label*, o setor de desenvolvimento de produto dispõe de dois designers de Moda e uma modelista/pilotista, realizando constantemente estudos de configurações para novos produtos.

A segunda empresa abordada desfruta de um setor específico de arte e um para desenvolvimento de produto, onde são realizados os testes e a peças piloto. Conta com uma marca própria, mas não possui funcionários com formação na área do Design ou de Moda. Há mais de 30 anos no mercado, a Empresa B possui cerca de 100 funcionários e produz bonés, bolsas, mochilas, camisetas, gorros, boinas, cachecóis, aventais e camisas.

A empresa C reúne cerca de 70 funcionários e a sua produção é somente de acessórios de cabeça, como chapéus, bonés, viseiras, gorros e bandanas. Sua produtividade gira em torno de 1.000 produtos por dia, trabalha com licenciados, magazines, *Private Label* e também possui sua própria marca. Assim como as empresas citadas, também conta com um setor de desenvolvimento de produto e possui uma pessoa responsável pelo desenvolvimento que cursa Design de Moda.

Por último, buscou-se a empresa D principalmente para o aprofundamento na sequência operacional do objeto. Esta, não possui nenhum funcionário responsável pelo desenvolvimento do produto, normalmente confecciona chapéus, bonés, viseiras e bolsas promocionais.

A observação em cada empresa durou aproximadamente 4 horas, de modo que os funcionários abordados disponibilizaram seu tempo para esclarecer qualquer ação, demonstrando suas atividades rotineiras. No caso, nenhuma das indústrias estavam em período de desenvolvimento de coleção, sendo que o foco, mesmo das que possuem marca própria, não é baseado em desenvolver coleções periódicas.

Tanto no momento da observação do desenvolvimento do produto quanto na análise do setor operacional das confecções, buscou-se obter o máximo de informações de acordo com o roteiro programado, independente do que foi disponibilizado para a pesquisa dentro de cada uma das indústrias. Portanto, nas duas etapas dos resultados as quatro empresas são citadas.

4.1.3.1. DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

Para demonstrar o resultado da observação do desenvolvimento de chapéus, bonés, viseiras e gorros, foram utilizadas tabelas baseadas no roteiro criado, possibilitando uma padronização do entendimento das ações desempenhadas nas empresas. Para isso, optou-se por trabalhar com ícones que

simbolizem o que é ou não realizado em cada uma das instituições observadas. Dessa forma, foram utilizados os seguintes elementos de acordo com a legenda a seguir:

LEGENDA	
✓	realiza a ação;
-	não realiza a ação
/	a ação é realizada em partes ou superficialmente;

O primeiro momento relata as ações de busca de informações sobre fatores que auxiliam na elaboração de um objeto, para demonstrar as investigações segmentou-se a etapa de levantamento em: público, tendências e conceitos.

O público que se pretende atender é o primeiro fator a ser analisado para elaborar um produto, sendo fundamental satisfazer as suas necessidades e os seus desejos. A Tabela 4 demonstra as pesquisas praticadas em relação ao público.

Tabela 4: Resultados do processo de observação do desenvolvimento das coberturas de cabeça - Levantamento sobre o público

LEVANTAMENTO - PÚBLICO				
	Empresa A	Empresa B	Empresa C	Empresa D
Análise do público	-	✓	✓	-
Busca de Dados	-	✓	✓	-
Necessidades a serem atendidas	-	-	✓	-

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

A pesquisa e análise do público ocorrem apenas nas empresas B e C, que dispõem de marca própria. A empresa A desenvolve produtos somente para outras marcas, deixando de realizar pesquisas sobre aquele quem irá utilizar o objeto, sobretudo, normalmente as informações necessárias são repassadas pelas marcas que terceirizam o seu produto.

Por não ter setor de desenvolvimento, a empresa D não desempenha nenhum levantamento abordado no roteiro deste trabalho.

Independentemente de a empresa possuir uma marca própria, acredita-se que examinar o universo daquele que utiliza o chapéu ou o boné produzido pela empresa, contribui para o aperfeiçoamento do objeto. Portanto, encontrar um tempo para realizar um levantamento sobre o público fornece ao designer informações que podem se tornar relevantes na elaboração.

As tendências, principalmente estéticas e tecnológicas, são averiguações constantes na pesquisa de Moda, a Tabela 5 apresenta quais empresas realizam este levantamento.

Tabela 5: Resultados do processo de observação do desenvolvimento das coberturas de cabeça - Levantamento de Tendências
LEVANTAMENTO - TENDÊNCIAS

	Empresa A	Empresa B	Empresa C	Empresa D
Socioculturais	-	-	-	-
Estéticas	✓	✓	✓	-
Tecnológicas	✓	✓	✓	-

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

As empresas que possuem setores específicos destinados a desenvolver os produtos, investem na busca de tendências estéticas e de novas tecnologias, uma vez que são apurações fundamentais, visto que o público está cada vez mais informado e à procura por produtos novos e originais.

Tendências socioculturais são comportamentos da sociedade, não se limita a gostos influenciados apenas pelo visual, estão inseridas no contexto cultural que interfere diretamente no estilo das pessoas, ocasionando na inspiração para a concretização das tendências estéticas e, por vezes, nas tecnológicas.

Portanto, todos somos influenciados pela tendência sociocultural, mesmo que não exista uma busca concreta direcionada a este tipo de levantamento da pesquisa de Moda, supõe-se que as empresas citadas a cima sejam induzidas de alguma forma por elas.

O conceito para a criação dos acessórios é um fator pouco considerado pelo universo das indústrias que trabalham com o objetos estudados neste trabalho, talvez por não realizarem coleções que necessitem de referências de estilo e uma linguagem visual adequada. Os artefatos para cabeça complementam um visual, portanto compõem um estilo. Mesmo com este parâmetro, a empresa C utiliza princípios funcionais e de estilo e referências de linguagem visual, uma vez que trabalha com pequenas coleções de produtos licenciados (Tabela 6).

Tabela 6: Resultados do processo de observação do desenvolvimento das coberturas de cabeça - Levantamento e Delimitação de Conceito

LEVANTAMENTO - CONCEITO				
	Empresa A	Empresa B	Empresa C	Empresa D
Princípios funcionais e de estilo	-	-	✓	-
Referência de Linguagem Visual	-	-	✓	-

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Gerar alternativas consiste em elaborar diversas opções e ideias para se obter o produto mais adequado, no entanto os designers que elaboram os acessórios de cabeça na indústria não costumam executar esta etapa, e quando fazem, geram poucas alternativas. Já os estudos de configurações de materiais e tecnologias é um recurso implantado por todas as empresas aqui abordadas, com o propósito de aprovação do cliente e para levantamento de custos (Tabela 7).

Tabela 7: Resultados do processo de observação do desenvolvimento das coberturas de cabeça - Etapa de Geração

GERAÇÃO				
	Empresa A	Empresa B	Empresa C	Empresa D
Gerar alternativas	-	-	✓	-
Estudos de configurações de materiais e tecnologias	✓	✓	✓	✓

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Dispondo que a geração de alternativas é uma ação raramente realizada

no campo dos acessórios de cabeça produzidos nas indústrias, não existe muita opção para ser avaliada, que consiste no próximo momento do processo de desenvolvimento elaborado no roteiro deste trabalho. Apesar disto, normalmente a fase de avaliação dos elementos não cabe à indústria que desenvolve e confecciona, no caso, quem aprova ou não o produto é o cliente/marca que está terceirizando o serviço.

As empresas que possuem sua própria marca não experimentam gerar diversas possibilidades para chegar a um ou mais produtos com um resultado superior ao esperado. E assim, a fase de avaliação ocorre unicamente na empresa C, da mesma forma que a geração (Tabela 8).

No caso da empresa B, quando o produto é elaborado já está se determinando tudo que será utilizado e de que maneira isto será empregado, considerando os materiais disponíveis em estoque e o custo do objeto.

Tabela 8: Resultados do processo de observação do desenvolvimento das coberturas de cabeça - Etapa de Avaliação
AVALIAÇÃO

	Empresa A	Empresa B	Empresa C	Empresa D
Avaliação das alternativas	-	-	Y	-
Seleção das alternativas	-	-	Y	-

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

A concretização é a fase mais usual nas indústrias, já que o artefato irá se materializar. Ao detalhar a configuração do produto, costuma-se gerar a nova modelagem ou é utilizada e adaptada a uma que a empresa já possui, dessa forma, é preciso gerar novos testes (protótipos) de materiais e caimento antes de encaminhar para a produção em larga escala.

As quatro empresas observadas desempenham praticamente todas as ações, mesmo que parcialmente (Tabela 9).

Tabela 9: Resultados do processo de observação do desenvolvimento das coberturas de cabeça - Etapa de Concretização
CONCRETIZAÇÃO

	Empresa A	Empresa B	Empresa C	Empresa D
Detalhar configurações dos produtos	✓	✓	✓	✓
Modelagem	✓	✓	✓	/
Protótipos	✓	✓	✓	/
Avaliação de caimento, conforto, usabilidade, impacto ambiental e custo	✓	✓	✓	/
Correções	✓	✓	✓	/

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Finalizando a observação do procedimento de desenvolvimento dos acessórios de cabeças nas indústrias conforme a primeira parte do roteiro, verificou-se quais das empresas elaboram e utilizam a ficha técnica e produzem a peça piloto, uma documentação concebida ainda neste primeiro momento.

Os dois documentos são preparados para acompanhar e auxiliar a produção. As empresas A e C atentam-se para os detalhes tanto da ficha técnica, quanto da peça piloto, já a empresa B possui uma ficha técnica com apenas informações essenciais, mas a peça piloto é elaborada conforme será confeccionada em larga escala. A empresa D conta com uma ficha apenas com informações de materiais e um desenho do objeto, e geralmente esta ficha não acompanha o produto em todas as etapas operacionais (Tabela 10).

Tabela 10: Resultados do processo de observação do desenvolvimento das coberturas de cabeça - Etapa de Documentação para Produção
DOCUMENTAÇÃO PARA PRODUÇÃO

	Empresa A	Empresa B	Empresa C	Empresa D
Ficha técnica	✓	/	✓	/
Peça piloto	✓	✓	✓	-

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

No momento do desenvolvimento do produto, durante os testes também acontece a montagem dos objetos, até se concretizar a peça piloto. Apesar disto, procurou-se percorrer, juntamente com o produto, o momento de sua reprodução.

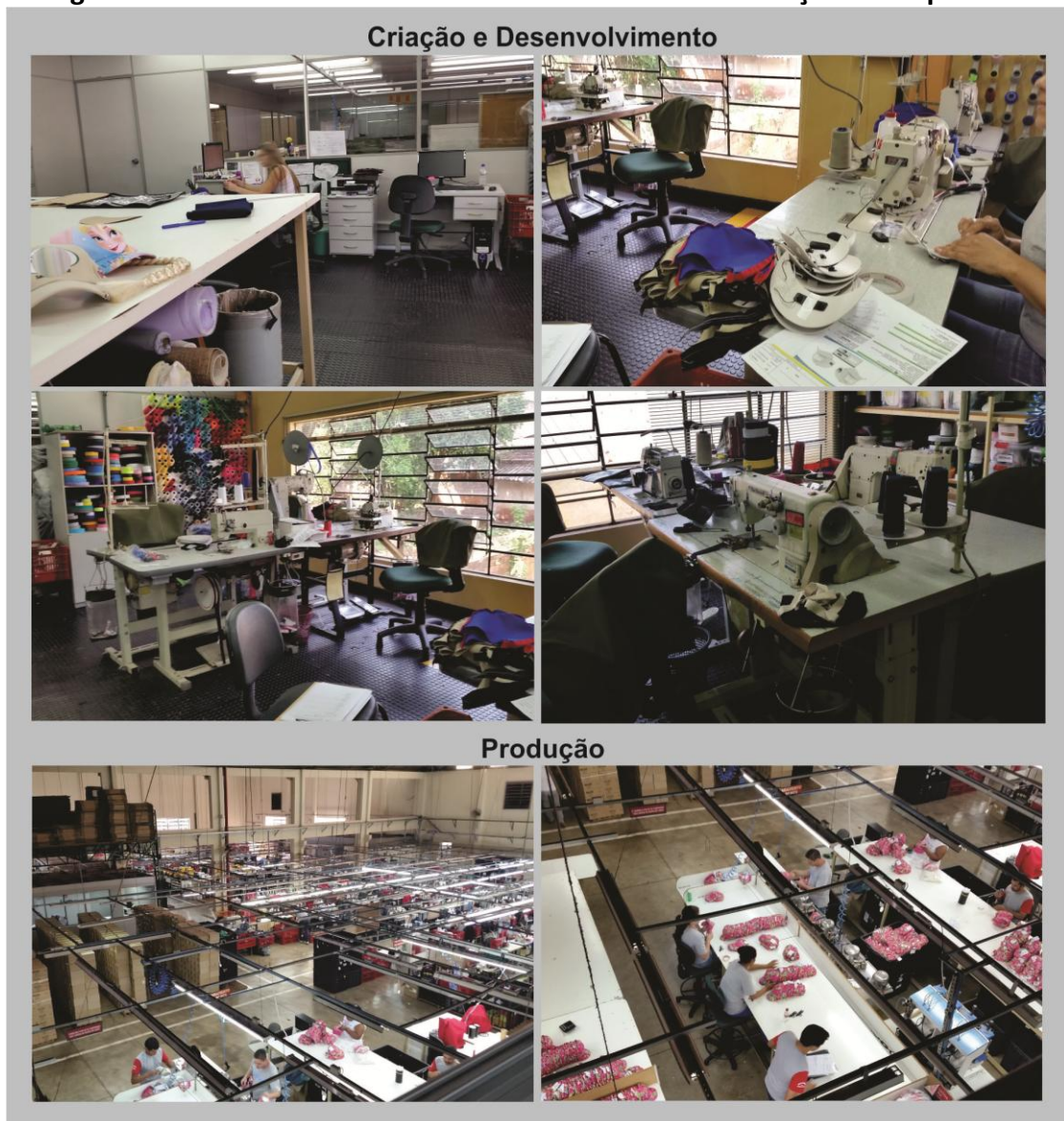
4.1.3.2. SETOR OPERACIONAL

As peças após serem desenvolvidas e aprovadas, com suas fichas técnicas e peças piloto prontas, passam para um ciclo distinto onde são reproduzidas, denominadas aqui de setor operacional. Inicia-se planejando a sua produção e percorre setores como: o corte, os beneficiamentos (estamparia, bordado, lavanderia), a montagem (costura) e finaliza nos processos de acabamento.

Esta operação não pôde ser observada na sua totalidade na empresas A, B e C , mas buscou-se adquirir toda a informação possível sobre cada uma delas.

Ao longo da visita na empresa A, foi examinado somente um panorama superficial da produção, de modo que pôde-se assimilar o processo mas não houve o reconhecimento do setor. A Figura 41 apresenta imagens do setor de desenvolvimento e criação da empresa A, onde pôde-se compreender também sequência operacional de montagem do produto, e o setor de produção visualizado pela pesquisadora.

Figura 41: Setores de Desenvolvimento de Produto e Produção da Empresa A



Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

A pilotista da empresa A relatou o processo de reprodução de um boné de 6 gomos no setor operacional da mesma:

1. O primeiro passo consiste no recebimento da ficha técnica, que contém todas as informações do produto (tecidos, aviamentos, beneficiamentos) pelo PCP (Planejamento e Controle da Produção), e este registra as informações e prepara a produção.
2. O próximo momento é o do corte, no qual o tecido é enfestado e

cortado.

3. As partes cortadas são separadas e preparadas para levar para a estamparia ou o bordado.
4. A montagem da cabeça inicia-se após o retorno das peças do beneficiamento em questão: unem-se as frentes, os traseiros e por último os costura com as partes laterais, fechando a cabeça.
5. Após a cabeça do boné montada, pespontada² e refilada, prega-se o bico (aba), a carneira³ e o regulador⁴.
6. Por fim, no acabamento, aplica-se o botão, em seguida o boné é passado, colocam-se os tags e empacota.

A empresa B não disponibilizou a apreciação de sua produção e nem fotos, portanto o foco ficou apenas na primeira etapa da observação.

Apesar do contato da pesquisadora na empresa C ter sido apenas com processo de desenvolvimento do produto, foram disponibilizadas fotos que identificam o setor operacional dos seus produtos, o que possibilita demonstrar algumas etapas da reprodução. A Figura 42 exhibe os setores de desenvolvimento e criação, estoque de tecidos, corte, costura, bordado e acabamento da empresa C, colaborando com a compreensão das etapas do processo de conclusão do produto.

² Segundo Araújo (1996, p.240) "pespontos são definidos como uma sequência de pontos aplicados a materiais com o objetivo de dar acabamento a um bordo ou para fins decorativos".

³ Tira que reveste a parte interna de chapéus, bonés, boinas, quepes e viseiras (AMBROSE & HARRIS, 2012).

⁴ A indústria denomina regulador para o elemento que auxilia no fechamento do boné, adaptando-o ao tamanho da cabeça, pode ser de plástico, fita de tecido com fivela, velcro, entre outros.

Figura 42: Setores da Empresa C



Fonte: edição com imagens cedidas pela empresa C.

A observação física do setor operacional ocorreu apenas na empresa D, a qual foi procurada principalmente com o intuito de investigar este procedimento. Esta, além de disponibilizar todo a sua estrutura para a averiguação, também proporcionou acompanhar a sequência operacional de montagem e reprodução de um modelo de boné 6 gomos e de um chapéu australiano.

A operação de concretização de um boné foi realizada da seguinte maneira:

1. Enfesto
2. Corte
3. Separação
4. Preparação
5. Bordado
6. Montagem
7. Colocação de Acessórios
8. Acabamento
9. Passamento

Conforme a ficha de produção elaborada pela empresa, o responsável pelo setor de corte rastreia o tecido no estoque, o enfesta e corta. O corte é efetuado por meio de uma prensa e da faca do molde do boné 6 gomos. O passo seguinte consiste em separar e preparar as partes que terão um bordado ou estampa, a preparação no caso do produto acompanhado, foi a união (costura) das partes frontais do boné.

A parte frontal recebe o bordado e retorna para a costura e montagem do produto, fecha-se a cabeça, coloca-se a aba e o regulador. Tendo isto finalizado, o botão que fica na parte superior do boné é encapado e fixado no artefato, e outros processos de acabamento são realizados, como tirar linhas, revisão, passamento, colocação de tags, etc. (Figura 43).

As máquinas de costura necessárias para a montagem de um boné são: Interloque para o fechamento das partes; a máquina de Pesponto, responsável pelo bom acabamento do produto; máquina de Coluna, encarregada de pregar o bico e a carneira; e a máquina Reta.

Figura 43: Setor Operacional da Empresa D



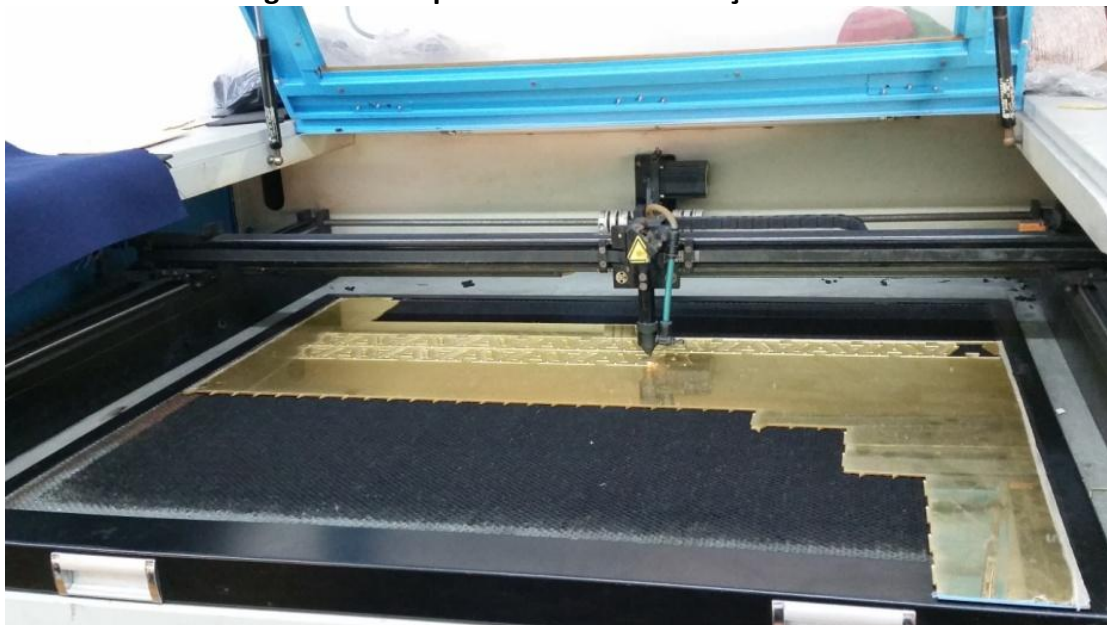
Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Uma máquina de corte e gravação à laser foi verificada durante a visita, um equipamento relevante para a confecção dos chapéus e afins, utilizadas normalmente para confeccionar aplicações que podem ser inseridas no produtos, possibilitando a empresa diversificar ainda mais nos modelos (Figura 44).

O chapéu Australiano foi outro acessório de cabeça que a esta pesquisadora teve oportunidade de acompanhar sua sequência operacional. A construção desses elementos na indústria é muito semelhante, utilizando

praticamente as mesmas máquinas, o que diferencia é a ordem que se costura cada uma das partes.

Figura 44: Máquina de Corte e Gravação à Laser



Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

A montagem do chapéu Australiano realiza-se de acordo com tais etapas:

1. Unem-se as partes da aba com a máquina Interloque;
2. Vira-se para o lado direito e rebate para assentar a costura por meio da máquina Reta;
3. Faz-se os pespontos em formato de caracol;
4. Unem-se as partes frente e costas da cabeça (Interloque);
5. Prega-se o viés para dar acabamento com a máquina Pesponto;
6. Fecha-se a cabeça do chapéu costurando a copa nas partes frente/costas já unidas.
7. Prega-se o viés na costura da copa do chapéu;
8. Rebate a cabeça com a máquina Reta;
9. Com as partes concluídas, unem-se a cabeça com a aba, e no caso deste chapéu também com o lenço (Interloque).

10. Costura-se a carneira na máquina de Coluna;
11. Rebate a costura na circunferência da cabeça.

A Figura 45 demonstra por meio de imagens este processo.

Figura 45: Sequência Operacional de montagem do Chapéu Australiano



Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Ao final da sequência operacional de montagem, obteve-se o chapéu Australiano com lenço, retratado pela Figura 46.

Figura 46: Chapéu Australiano



Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Além de percorrer e compreender todo o processo de desenvolvimento de produto e de produção dos artefatos para cabeça, buscou-se entrevistar as pessoas responsáveis pelo desenvolvimento desses objetos.

4.2. ENTREVISTAS

4.2.1. ESTRUTURA DA ENTREVISTA

Durante o processo de revisão bibliográfica, observou-se metodologias diferenciadas de concepção e desenvolvimento de produto com etapas consideráveis para a realização de novos objetos que atendam às necessidades e os desejos do consumidor. Verificou-se também propriedades relevantes dos chapéus, bonés, viseiras, entre outros objetos afins, que ressaltaram a importância da preocupação com os materiais utilizados, o estudo de ergonomia e usabilidade empregados na concepção de moldes, entre outros fatores que são determinantes neste procedimento.

Por meio da observação das empresas, obteve-se uma perspectiva de como acontece o desenvolvimento do objeto, mas julgou-se interessante absorver algumas ações por meio da ótica do responsável pelo desenvolvimento.

Dessa forma, desenvolveu-se um protocolo para os funcionários das indústrias de coberturas de cabeça responsáveis pelo momento de concepção, elaboração e desenvolvimento do produto estudado. Neste protocolo, buscou-se por meio de um questionário baseado no modelo utilizado por Spaine (2010) e adaptou-se com as referências de diretrizes de desenvolvimento de produto abordadas na fundamentação teórica.

A entrevista realizada individualmente com o profissional responsável pelo processo tratado, conta com questões abertas sobre as técnicas relacionadas ao desenvolvimento das coberturas de cabeça, conforme a estrutura apresentada pela Tabela 11.

Tabela 11: Estrutura da Pesquisa com Funcionários responsáveis pelo desenvolvimento de coberturas de cabeça

Identificação da Empresa	Tempo de funcionamento Número de Funcionários Atividades desenvolvidas
Identificação do Funcionário	Tempo de Trabalho na Empresa Tempo de Atividade na área Atividades e Funções exercidas na Empresa Atividades Específicas no Desenvolvimento do Produto Nível de Escolaridade Área de Formação Área de Especialização Conteúdos teóricos referentes à área de Desenvolvimento de Produto
Processo de Desenvolvimento de Produto	Público-alvo: Coleta de Dados Fatores Considerados Processo de criação: Pesquisas realizadas Definição das pesquisas Briefing/Painéis de inspiração Modelagem Fatores Ergonômicos Geração de alternativas Definição das alternativas Concretização: Definição de materiais e aviamentos Novos materiais e tecnologias Protótipos

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

4.2.2. RESULTADOS DA ENTREVISTA

Dentre as quatro empresas observadas, apenas três possuem o setor de desenvolvimento de produto, portanto neste momento são abordadas apenas as empresas A, B e C.

As entrevistas foram realizadas apenas com os responsáveis por desenvolver os artefatos direcionados ao uso na cabeça, desse modo, três pessoas. Para isso, aplicou-se o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e foi utilizado um protocolo impresso com as questões elaboradas, que constam em anexo à este trabalho. E, a fim de auxiliar a pesquisadora, recorreu-se também à um equipamento para gravação de áudio.

A partir do retorno concedido pelos profissionais do desenvolvimento, elaborou-se tabelas que demonstram os resultados de cada uma das questões, de acordo com a estrutura da pesquisa.

4.2.2.1. IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Com o propósito de reconhecer cada uma das instituições exploradas pelo trabalho no decorrer da entrevista, considerou-se evidenciar novamente a estrutura, destacando o tempo de experiência na área, o porte e os objetos que produzem (Tabela 12).

Tabela 12: Respostas das questões sobre a empresa

	Tempo de funcionamento	Número de funcionários	Atividades Desenvolvidas
Empresa A	21 anos	150	Chapéus/ bonés, camisetas e bolsas
Empresa B	32 anos	100	Chapéus, bonés, bolsas, mochilas, camisetas, gorros, boinas, cachecóis, aventais e camisas.
Empresa C	20 anos	70	Chapéus, bonés, bandanas, viseiras, gorros.

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

4.2.2.2. IDENTIFICAÇÃO DO FUNCIONÁRIO

O profissionais responsáveis pela elaboração de um produto possuem conhecimentos peculiares que normalmente são adquiridos apenas com a prática. Portanto, existem muitos especialistas no assunto dentro das indústrias que não possuem cursos e nenhum outro tipo de formação no campo do Design e da Moda. Dessa forma, buscou-se reconhecer esses indivíduos que trabalham no desenvolvimento de coberturas de cabeça (Tabela 13).

Abordou-se, dentre as questões, a formação específica de cada um dos entrevistados, em duas das três empresas o profissional ou é formado ou está

concluindo o curso superior de Design de Moda. Depara-se assim, com uma aceitação das indústrias de coberturas de cabeça aos conceitos dessas áreas.

Tabela 13: Respostas das questões sobre a identificação do responsável pelo desenvolvimento do produto em cada uma das empresas.

	Empresa A	Empresa B	Empresa C
Tempo de trabalho na empresa	2 anos	7 anos	5 anos
Tempo de atividade na área	8 anos	8 anos	5 anos
Atividades e Funções exercidas na Empresa	Desenvolvimento de produto;	Desenvolvimento de arte gráfica; Programação de bordado; Arte final.	Desenvolvimento de produto; Auxílio de marketing; Arte gráfica.
Atividades Específicas no Desenvolvimento do Produto	Desenvolvimento; Levantamento de materiais; Desenvolvimento de Ficha técnica; Acompanhamento Peça piloto.	Arte gráfica; Programação de Bordado; Arte finalista (Silkscreen/ sublimação).	Desenvolvimento; Levantamento de público, tendência e materiais; Acompanhamento Peça piloto.
Nível de Escolaridade	Superior Completo	Ensino Médio Completo	Superior Completo
Área de Formação (Se houver)	Design de Moda	Não possui	Processamento de Dados; Design de Moda (Incompleto)
Área de Especialização (Se houver)	Não possui	Não possui	Marketing

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

O conteúdo que os profissionais entrevistados julgam necessário entender para desenvolver coberturas de cabeça é outra indagação de competência pessoal, e entre as respostas estão: a instrução sobre os materiais utilizados e a maneira com que eles se comportam; a modelagem de chapéus, bonés, entre outros objetos direcionados à cabeça; e os beneficiamentos viáveis (Tabela 14).

Tabela 14: Resposta da questão: Que tipo de conteúdo julga necessário conhecer antes de aprender desenvolver acessórios de cabeça?

	Resposta
Empresa A	Modelagem; Materiais (Tecidos e Aviamentos); Comportamento dos tecidos; Aprendizado prático.
Empresa B	Conhecimento das técnicas de produção; Materiais; Técnicas Gráficas; Beneficiamentos.
Empresa C	Modelos dos artefatos; Materiais; Tamanho (Circunferência); Beneficiamentos viáveis (Silkscreen, Sublimação, Bordado).

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

O tempo de trabalho e experiência na área permite ao funcionário entrevistado discutir o assunto com segurança, transmitindo ao pesquisador fatores que se tornam relevantes no processo de desenvolvimento dos elementos, e que ocasionalmente não estarão presentes em bibliografias.

Após identificar o profissional e questionar pontos que são de cunho pessoal, inicia-se o levantamento sobre os procedimentos de construção de coberturas de cabeça adotados por cada um ou por cada instituição.

4.2.2.3. PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

Indagar o profissional a respeito do processo de desenvolvimento de produto, procura inteirar-se das fases de execução: as ações de pesquisa, a geração e a concretização das coberturas de cabeça.

O primeiro ponto atinge o público-alvo de cada uma das empresas. Assim como observado anteriormente, a empresa A não possui uma marca própria e atua com o *Private Label*. As empresas B e C possuem marcas exclusivas, a primeira foca no público masculino acima de 16 anos e a segunda trabalha com o infantil (Tabela 15).

A coleta de dados sobre o público é constante, salvo que não existe uma frequência, normalmente são realizadas por meio da internet e do contato com clientes e representantes.

Outro aspecto observado é à respeito da usabilidade do produto, quais os principais fatores considerados quanto ao seu uso, sendo eles, a escolha dos materiais e o conforto.

Tabela 15: Respostas das questões sobre levantamento de Público

	Empresa A	Empresa B	Empresa C
Qual o público-alvo?	Não possui	Masculino acima de 16 anos	Infantil Feminino e Masculino - de 2 à 9 anos
Existe uma coleta de dados constante sobre esse público-alvo?	O cliente envia um <i>briefing</i> com as informações	Sim	Sim
Como essa coleta é realizada?	--	Internet	Por meio dos representantes e clientes
Quem realiza essa coleta de dados?	--	Responsável pelo desenvolvimento	Responsável pelo desenvolvimento
Quais são os principais dados analisados?	--	Modelo mais utilizado.	Modelo mais utilizado; Personagens preferidos; Cores.
Com que frequência é realizada a coleta de dados?	--	Constante	Constante
Em relação ao uso, qual os principais fatores considerados durante o desenvolvimento das coberturas de cabeça?	Circunferência do chapéu/boné; Modelagem; Conforto; Estética	Materiais; Conforto.	Materiais; Conforto; Acabamento; Qualidade

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

O método de criação estima levantamentos que abrangem o sentido estético dos produtos, para isso indagou-se quais quesitos são averiguados ao iniciar o processo. As empresas A e C elaboram relatórios com informações necessárias e imagens (*briefing* ou painel imagético) que direcionam a criação, e para isto utilizam como fonte a internet. A outra empresa utiliza pesquisas da internet para os levantamentos de criação, mas não concretiza este registro (Tabela 16).

A empresa B destacou um critério de análise na qual foi denominada de "pesquisa inversa", de modo que, quando recebem alguma imagem juntamente

com o pedido de marcas que terceirizam o seu produto, o profissional que concebe o chapéu, o boné, entre outros objetos afins, busca em qual lugar se originou esta imagem, averiguando e gerando novas informações que podem auxiliar na idealização do produto.

Tabela 16: Respostas das questões sobre o início do Processo de Criação

	Empresa A	Empresa B	Empresa C
Quais pesquisas são realizadas para iniciar a criação de uma cobertura de cabeça?	Pesquisa imagética na internet/ Tendências; <i>Briefing</i> do cliente; Pesquisa de Mercado.	Pesquisa imagética na internet; <i>Briefing</i> do cliente; Pesquisa inversa.	Público-alvo; Tendências; Personagens dos produtos licenciados;
Como são definidas essas pesquisas?	Unindo as informações do cliente e da pesquisa.	Unindo as informações, e considera-se muito materiais disponíveis na empresa.	Delimitando o gosto do público; Aliando a um produto que harmoniza com tudo.
É elaborado um <i>Briefing</i> ou Painel de Inspiração?	Às vezes sugere um <i>briefing</i> , mas normalmente é enviado pelo cliente.	Não	Sim
Como ele é preparado?	Busca imagética aliada a necessidade do cliente.	--	Pasta com imagens; Painel com referências da pesquisa.

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

A técnica de criação partindo da modelagem gera resultados interessantes e vem sendo bastante utilizado no universo dos produtos de Moda. Desse modo, o escopo da questão apresentada pela Tabela 17 é se caso acontece este método de criação na indústria e a maneira como é realizado.

Normalmente, este processo inicia-se na modelagem, mediante teste de novos formatos e recortes, e simultaneamente acontece a troca de ideias entre modelista, pilotista e o responsável pela criação. Apenas a empresa A não pratica a modelagem para criar objetos diferenciados.

Tabela 17: Respostas das questões sobre Criação na Modelagem

	Empresa A	Empresa B	Empresa C
Em algum momento a modelagem é utilizada como método de criação?	Não	Sim	Sim
Como acontece este processo?	--	No setor de desenvolvimento, por meio de testes.	Troca de ideias entre designer, modelista e pilotista; Realizando teste.

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Os princípios ergonômicos considerados para a elaboração de um objeto são fatores elementares para sua eficiência e usabilidade. Os quesitos mais lembrados, de acordo com a Tabela 18, foram segurança e conforto, salvo a empresa A que destacou que considera também os fatores psicológicos relacionados à estética do produto.

Uma ressalva desta questão, é que os fatores ergonômicos são ponderados principalmente durante o desenvolvimento direcionado ao público infantil.

Tabela 18: Respostas das questões sobre Fatores Ergonômicos

	Empresa A	Empresa B	Empresa C
Em que momento da criação são considerados os fatores ergonômicos do produto?	Modelagem; Escolha de materiais; Principalmente em produtos direcionado ao público infantil	Principalmente na modelagem, quanto ao tamanho e adaptabilidade; Escolha de materiais.	Na modelagem; Escolha de materiais; Principalmente em produtos direcionado ao público infantil;
Quais são os principais fatores considerados?	Segurança; Conforto; Manejo; Fatores psicológicos com foco estético.	Segurança e conforto	Segurança; Conforto; Manejo.

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Em relação à geração de alternativas para chegar a um resultado, como observado anteriormente, não é usual os profissionais executarem esta etapa. Apesar disto, a responsável pelo desenvolvimento da empresa C realiza alguns

esboços antes de chegar a um produto conclusivo.

Tabela 19: Respostas das questões sobre Geração de Alternativas

	Empresa A	Empresa B	Empresa C
Existe uma fase em que são geradas diversas alternativas, avaliadas e escolhidas?	Não	Não	Sim
Quais os critérios para a escolha dessas alternativas?	--	--	Identifica o que ficou mais aproximado da necessidade inicial e gosto pessoal do designer; Escolha do cliente;

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Após a consumação da etapa de elaboração do objeto, aproxima-se do momento de concretizar o produto, confeccionando-o.

4.2.2.4. CONCRETIZAÇÃO DO PRODUTO

Concretizar um produto dispõe de apurações para que se materialize o objeto. No entanto, o primeiro passo é compreender quais critérios são considerados na seleção de materiais e aviamentos.

Estas escolhas podem ocorrer em vários momentos da elaboração do produto, no decorrer do pedido realizado pelo cliente, na concepção do elemento ou durante o preenchimento da ficha técnica. Cada profissional executa esta ação em um estágio diferenciado (Tabela 20).

A principal condição para a apuração dos materiais é o custo, pois estima-se o valor que o cliente se dispõe a pagar, em seguida o fator considerado é a estética.

Tabela 20: Respostas das questões sobre a definição dos materiais

	Empresa A	Empresa B	Empresa C
Em que momento são definidos os materiais e aviamentos que serão utilizados na confecção do produto?	Preenchimento da ficha técnica	Pré-definido pelo cliente; Sugestão na elaboração de acordo com materiais em estoque	Criação
Quais fatores são considerados durante a escolha desses materiais?	Estéticos	Pesquisa de novidades; Custo	Mix de produtos; Estéticos; Custo

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

As empresas abordadas neste estudo são receptivas quanto às novas tecnologias, os profissionais de criação estão em busca constante por materiais mais recentes e possuem certa abertura para implantar técnicas diferenciadas, é o que demonstra o resultado das questões da Tabela 21.

Dentre os materiais atuais, destacam-se os tecidos com texturas distintas, ou aqueles que possibilitam diversos tipos de beneficiamentos, tornando-se versáteis para a construção de novas coberturas de cabeça.

As tecnologias consideradas pelas empresas estão relacionadas com as novas técnicas empregadas na construção dos produtos, e também com os maquinários mais modernos.

Tabela 21: Respostas das questões sobre novos materiais e tecnologias

	Empresa A	Empresa B	Empresa C
Há abertura da empresa para utilizar novos materiais e tecnologias nos produtos? Por quê?	Sim	Sim	Sim
Quais são esses novos materiais?	Tela paralela à rafia; Sintéticos com texturas diferenciadas; Materiais de outros produtos que se adaptam ao boné	Super cap (tecido em poliéster); Linhas;	Linha de bordado importada; Patch.
Quais são essas novas tecnologias?	A fábrica possui um mecânico que auxilia em novas técnicas e processos	Técnica de bordados; Técnicas de corte a laser; Lavagens diferenciadas.	Máquina de bordado; Led.

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Para concluir a concretização do produto, indagou-se sobre a realização de protótipos para testes, os quais são realizados inevitavelmente quando concebem elementos diferenciados, que necessitam de nova modelagem ou quando é utilizado um material inusitado (Tabela 22).

Os problemas mais recorrentes são modelagens inadequadas, encolhimento de tecido, materiais que não aceitam adesão com a finalidade de estruturá-los, e aplicações que necessitam de maquinários específicos e precisam ser adaptadas pelas empresas.

Tabela 22: Respostas das questões sobre protótipos

	Empresa A	Empresa B	Empresa C
São realizados protótipos para testes?	Sim	Sim	Sim
Os protótipos já são produzidos com os devidos materiais e aviamentos? Se não, com quais materiais são feitos?	Às vezes utiliza-se material semelhante.	Sim	Sim
Quais são os problemas mais recorrentes no desenvolvimento de protótipos ?	Tecidos que não aceitam adesão; Recorte; Viés que enrugam o tecido	Encolhimento; Modelagem.	Aplicações diferenciadas que precisam ser adaptadas por não possuírem maquinários específicos; Modelagem não fica adequada.

Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

A entrevista auxiliou com a finalidade de complementar a sequência de observação, acrescentando informações essenciais apresentadas pela pessoa responsável pelo processo de desenvolvimento de produto.

Os dados adquiridos visam contribuir nos direcionamentos pretendidos por este trabalho, uma vez que, as coberturas de cabeça são acessórios que necessitam de orientações específicas para a sua elaboração.

5. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Após coletar os dados por meio das ações de observação do processo produtivo e das entrevistas, buscou-se verificar a coerência das informações obtidas neste processo. Para isto, iniciam-se as análises confrontando os resultados da etapa de observação do desenvolvimento do produto com as respostas das entrevistas realizadas com os funcionários responsáveis pelo mesmo procedimento.

Ao questionar os funcionários sobre os levantamentos realizados, as empresas que possuem marca própria afirmaram que realizam análises sobre o público, apesar de se constatar que o usuário é pouco explorado e que as metodologias utilizadas e as fontes de busca são bastante superficiais. Dessa forma, detectou-se que a prioridade das pesquisas realizadas pelas empresas estão focadas nas tendências estéticas e de materiais, apesar de não serem tratadas como fatores determinantes na concepção das coberturas de cabeça.

A exploração de imagens durante os levantamentos é uma ferramenta muito utilizada para auxiliar na criação, mas as técnicas empregadas não são avançadas e adequadas o bastante para a composição de um *briefing* ou um painel imagético. Sendo que para elaborar um documento que auxilie na criação do objeto, como *briefings* e painéis semânticos, deve ser realizada uma busca ampla de imagens e/ou informações que unidas possuem uma unidade e um foco que irão direcionar à um produto novo e diferenciado.

Informações sobre fatores ergonômicos e criação na modelagem, foram indagadas apenas durante a entrevista, pois não houve a possibilidade de acompanhar o profissional em todos os momentos do desenvolvimento do produto para realmente observar a maneira como eram analisados ou realizados estes quesitos.

O processo de gerar alternativas, esboçar diversas ideias para a formulação de um novo produto é nulo ou insuficiente nestas indústrias, notou-se que, na maioria delas, os profissionais sequer cogitam a possibilidade de realizar este procedimento.

As fichas técnicas de duas empresas continham realmente todas as informações necessárias, em outras duas empresas eram bastante resumidas, mas continham informações sobre materiais utilizados e a representação gráfica do objeto.

Os dados obtidos sobre a concretização do produto foram bastante semelhantes, pois a construção do protótipos e peças-piloto normalmente são com os materiais pré-definidos em ficha técnica. Cabe ressaltar que as indústrias que possuem um setor específico para desenvolvimento de produtos, possuem esta fase bastante apurada.

Após comparar os resultados obtidos, busca-se debater sobre os mesmos.

Considerando o procedimento de observação adotado e a entrevista com os responsáveis pelo desenvolvimento de coberturas de cabeça, verificou-se que estes produtos necessitam de maiores estudos por se tratarem de elementos específicos de cabeça.

Como as abordagens teóricas sobre o assunto são incomuns, os designers ou profissionais que trabalham na área não desfrutam com facilidade de informações sobre o produto e precisam obter certa experiência para alcançar o conhecimento. Por consequência, cada um sistematiza o desenvolvimento das coberturas de cabeça de uma forma e, observou-se que isto é determinado de acordo com o nível de entendimento de cada um.

As investigações que envolvem a concepção do produto não são

apuradas com regularidade e ao menos com exatidão, deixando o processo mediano, de modo que o produto não detém de grandes evoluções.

No entanto, os quesitos estéticos apresentam relevância nas pesquisas, considera-se que esta seja uma averiguação contínua, assim como em qualquer outro produto de Moda. Nada obstante, a apuração constatou que documentos que reúnem informações e imagens para auxiliar na criação, como *briefing* ou painel imagético, são raramente utilizados.

Ainda sobre conceber uma cobertura de cabeça, na indústria não é habitual esboçar ideias a fim de aperfeiçoar resultados, o que delimita muito aquilo que se cria.

Os fatores ergonômicos de um objeto são influentes em produtos e podem alterar vários aspectos de um quanto à sua relação com o usuário, e constatou-se uma deficiência destes quesitos quanto a evolução dos chapéus, bonés, viseiras e afins, produzidos nestas indústrias.

Quanto ao processo de concretização, as empresas analisadas por este trabalho possuem estrutura e organização suficiente para alcançar o resultado esperado na concepção.

Portanto, durante o desenvolvimento observou-se uma elaboração e concepção mediana, a qual pode ser aperfeiçoada com conceitos de Design e de Moda, e uma consumação mais avançada, tanto em questões de conhecimento, quanto de materiais, modelagem, confecção, documentação para produção, entre outros.

Dessa maneira, atinge-se o ponto relevante do trabalho, aprimorar diretrizes projetuais destinadas às coberturas de cabeça.

Considerando o procedimento de observação adotado e a entrevista com os responsáveis pelo desenvolvimento de coberturas de cabeça, verificou-se que

estes produtos necessitam de maiores estudos por se tratarem de elementos específicos que se delimitam à cabeça.

Como as abordagens teóricas sobre o assunto são incomuns, os designers ou profissionais que labutam na área não desfrutam com facilidade de informações sobre o produto e precisam obter certa experiência para alcançar o conhecimento. Por consequência, cada um sistematiza o desenvolvimento das coberturas de cabeça de uma forma, e observou-se que isto é determinado de acordo com o nível de entendimento de cada um.

As investigações que envolvem a concepção do produto não são apuradas com regularidade e ao menos com exatidão, deixando o processo mediano, de modo que o produto não detém de grandes evoluções.

No entanto, os quesitos estéticos apresentam relevância nas pesquisas, considera-se que esta seja uma averiguação contínua, assim como em qualquer outro produto de Moda. Nada obstante, a apuração constatou que documentos que reúnem informações e imagens para auxiliar na criação, como *briefing* ou painel imagético, são raramente utilizados.

Ainda sobre conceber uma cobertura de cabeça, na indústria não é habitual esboçar ideias a fim de aperfeiçoar resultados, o que delimita muito aquilo que se cria.

Os fatores ergonômicos de um objeto são influentes em produtos e podem alterar vários aspectos de um quanto à sua relação com o usuário, e constatou-se uma deficiência destes quesitos quanto a evolução dos chapéus, bonés, viseiras e afins, produzidos nestas indústrias.

Quanto ao processo de concretização, as empresas analisadas por este trabalho possuem estrutura e organização suficiente para alcançar o resultado esperado na concepção.

Portanto, durante o desenvolvimento observou-se uma elaboração e concepção mediana, a qual pode ser aperfeiçoada com conceitos de Design e de Moda, e uma consumação mais avançada, tanto em questões de conhecimento, quanto de materiais, modelagem, confecção, documentação para produção, entre outros.

Dessa maneira, atinge-se o ponto relevante do trabalho, aprimorar diretrizes projetuais destinadas às coberturas de cabeça.

5.1 DIRETRIZES PROJETUAIS DESTINADAS ÀS COBERTURAS DE CABEÇA

Idealizar diretrizes projetuais para coberturas de cabeça é necessário principalmente direcioná-las à indústria, supondo que o profissional estará inserido neste ambiente. Dessa maneira, optou-se por determinar os direcionamentos para as coberturas de cabeça de duas formas, primeiramente para o desenvolvimento de produtos que sejam de uma marca própria, que constituam pequenas coleções, e em um segundo momento, organizam-se instruções para desenvolver os objetos para outras marcas.

O escopo do método apresentado consiste em obter as informações necessárias para a elaboração dos produtos, aperfeiçoando-os constantemente e obtendo chapéus, bonés, gorros e viseiras mais interessantes e eficazes.

A fim de desenvolver coleções de coberturas de cabeça, pressupõe-se que esta contará com vários estilos de cobertura, por exemplo, chapéus, bonés, viseiras, enfim, os objetos relacionados com a estação para a qual estará sendo elaborada a coleção.

Independente da estação do ano, sugere-se iniciar o projeto com pesquisas e levantamentos sobre o público que se pretende atender, buscando informações sobre o seu universo e principalmente a razão pela qual eles utilizam estes objetos. O intuito deste levantamento é identificar novas necessidades que

possam ser atendidas pelos artefatos estudados, ampliando a gama de possibilidades de inovação, além de que o aprofundamento do designer neste quesito, torna o objeto mais interessante ao consumidor.

Apesar das pessoas estarem em constante transformação, supõe-se que a busca sobre o público não precisa ser frequente, realizando-a uma vez ao ano já oportuniza várias reflexões ao profissional.

As tendências estéticas, assim como em qualquer produto de Moda, é preciso ser realizada em cada desenvolvimento de coleção. Como os produtos aqui estudados são bastante delimitados, acredita-se que pode ser interessante utilizar uma quantidade maior de referências estéticas, podendo criar vários conjuntos menores com princípios de cada uma dessas orientações, inseridas em apenas uma coleção de coberturas de cabeça.

Acompanhar o surgimento dos materiais, como tecidos, abas, reguladores, carneiras, entretelas, entre outros usados na confecção dos artigos relevantes à este trabalho, expande significativamente o universo de trabalho do designer.

O próximo passo para se desenvolver coberturas de cabeça consiste em planejar o produto, fundamentando-se nos levantamentos, definindo pontos essenciais do projeto, elaborando um *briefing*, um documento que deverá conter todas as informações estabelecidas, inclusive as referências estéticas almejadas. Este registro tem a atribuição de guiar o designer no desenvolvimento de toda coleção.

Outro aspecto a ser definido no planejamento, são os materiais que se deseja usar na confecção, empregando sempre os parâmetros ergonômicos e de usabilidade.

Aconselha-se invariavelmente utilizar a estratégia da geração de

alternativas, esboçando as ideias previamente, a fim de selecionar propostas viáveis e as mais interessantes para testes e confecção.

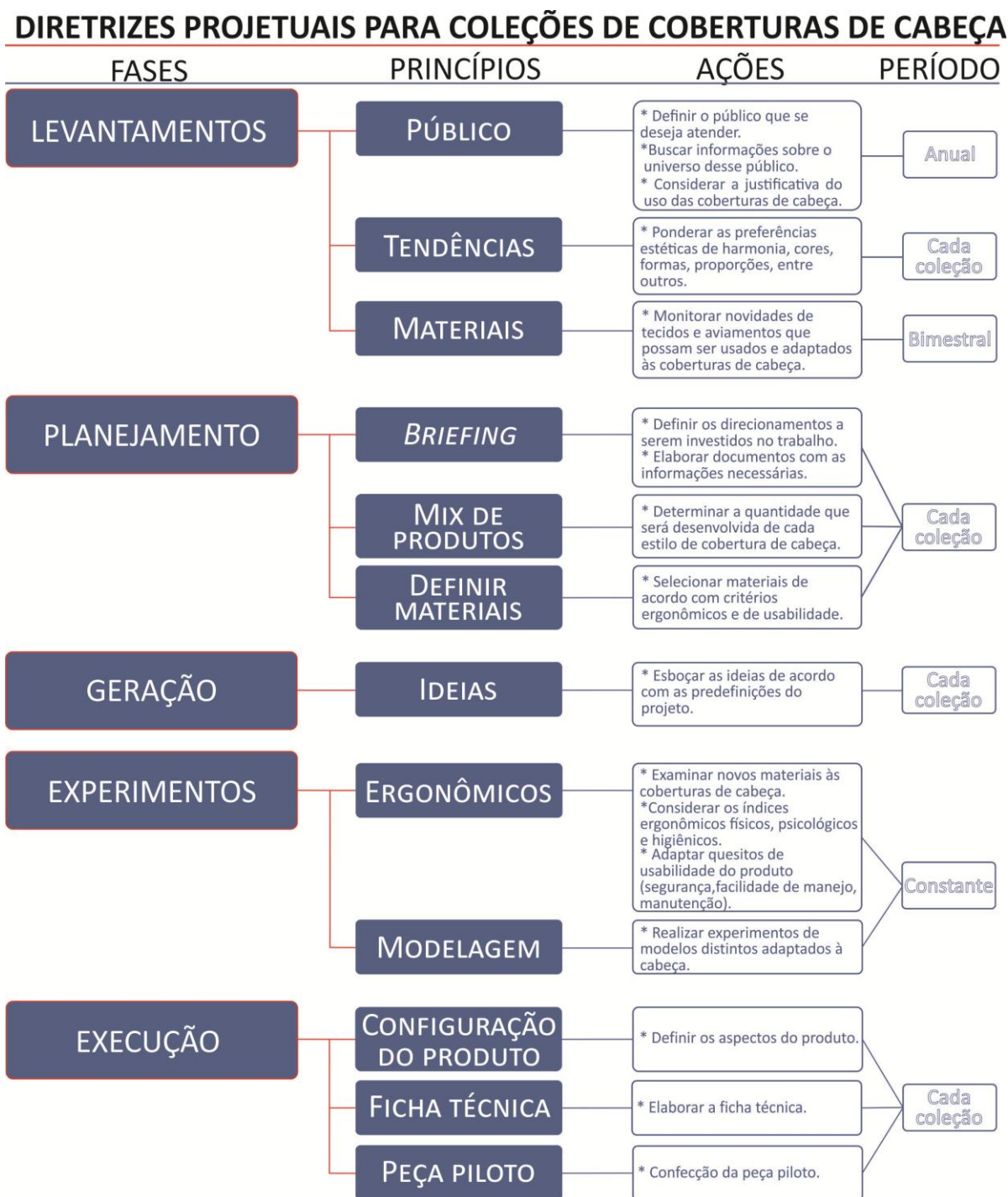
Quando encontram-se propostas de novas possibilidades de modelagens ou materiais é essencial que se realizem testes com a intenção de adequá-los ao uso. Dessa maneira, quesitos ergonômicos de usabilidade devem estar sendo considerados, como segurança, conforto, facilidade de manejo e manutenção, não ocultando os índices psicológicos.

Por fim, especificam-se os aspectos do objeto, com a intenção de confeccioná-los. Entre estes esclarecimentos para concluir os produtos da coleção, efetuam-se a ficha técnica e a peça piloto, registros que devem acompanhar cada elemento na produção.

Dessa forma, propõe-se as etapas relatadas acima por meio de um fluxograma, demonstrando que as ações podem ser realizadas em prazos diferenciados, de modo que não venham a obstruir o tempo do profissional.

A Figura 47 apresenta as diretrizes projetuais adequadas ao desenvolvimento de coleção de coberturas de cabeça de modo conciso.

Figura 47: Diretrizes projetuais para coleções de coberturas de cabeça



Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

Considerando que geralmente as indústrias também desenvolvem coberturas de cabeça para outras marcas, elaborando apenas um ou poucos chapéus ou bonés para outra empresa, julgou-se pertinente aprimorar os

direcionamentos projetuais para estes fins.

Dessa forma, simplificam-se algumas etapas, pois acredita-se que, ao menos os levantamentos como de público e tendências devam ser comunicados pela marca que está terceirizando o seu produto. Já pesquisas constantes sobre materiais, se o designer já as realiza para o desenvolvimento de coleção, também irá utilizar tal repertório para o desenvolvimento de qualquer outro elemento.

Apesar de não ser necessário esta busca pelo designer, considera-se a informação determinante para este processo, sendo que estes dados auxiliam a direção do produto. Assim, a fim de adquiri-los metodicamente, sugere-se uma ficha (Apêndice E) para a marca/empresa que solicitou o produto preencha, e que terá a função do *briefing* (Figura 48).

Portanto, a primeira fase do processo não será realizado pelo designer de coberturas de cabeça, mas sim por aquele que está solicitando o produto. Eliminando esta ocupação do designer, beneficiando assim, o seu tempo.

O restante das orientações se assemelham ao de desenvolvimento de coleções das coberturas de cabeça, considerando que a etapa de experimentos serão realizadas apenas quando houver uma modelagem diferenciada ou uma adequação de material incomum.

Figura 48: Diretrizes projetuais para coberturas de cabeça - produtos terceirizados

DIRETRIZES PROJETUAIS PARA DE COBERTURAS DE CABEÇA - PRODUTOS TERCEIRIZADOS



Fonte: Elaborado por Tamissa Juliana Barreto Berton

A fim de complementar, elaborou-se um modelo de documento para a utilização das empresas de coberturas de cabeça quando forem conceber e produzir objetos de terceiros.

Este documento consiste em uma ficha de preenchimento que consta vários pontos para auxiliar o designer no planejamento e desenvolvimento do produto, denominado como *briefing*, e que aquele quem solicita a cobertura de cabeça é quem deve relatar tais informações.

De acordo com a etapa de planejamento, o *briefing* conta com relatos superficiais sobre o público, sendo o uso uma das referências mais importantes para o trabalho do designer. Refere-se também à materiais e tendências estéticas, deixando espaço para inserir imagens sobre o que é pretendido. E por fim, um ponto abordado que entende-se que pode ser determinante no desenvolvimento das coberturas de cabeça, são os fatores primordiais pretendidos, como segurança, conforto, qualidade, custo, entre outros.

Neste documento, busca-se abranger conteúdos além dos evidenciados no fluxograma, pois acredita-se que quanto mais informações forem transmitidas ao designer, maiores serão as possibilidades de gerar um produto satisfatório. Assim, o modelo da ficha de planejamento para o desenvolvimento da cobertura de cabeça está nos apêndices deste trabalho, podendo ser adaptada à realidade de cada empresa.

CONCLUSÃO

Chapéus, bonés, boinas, viseiras, entre outros tipos de coberturas de cabeça são acessórios que contribuem com a Moda e são dignos de direcionamentos apropriados dentro da área do Design. Estes objetos possuem determinada complexidade em sua preparação, portanto muitas vezes existem limitações para o designer inovar e diferenciar o produto.

Para alcançar o objetivo geral de compreender as características da concepção e processo produtivo das coberturas de cabeça, visando estabelecer orientações para o seu desenvolvimento, percorreu-se um trajeto mais abrangente, a fim de desbravar um universo pouco abordado, buscando referências afins que contribuíssem para o assunto. No entanto, no decorrer da pesquisa, foi se restringindo para coberturas de cabeça produzidas especificamente pela indústria de confecção.

Apurar, mesmo que brevemente, a história dos acessórios de cabeça constitui expressivamente o contexto deste trabalho, pois conceber um produto atual que possui um grande mérito na história da Moda e da indumentária é de grande responsabilidade para o designer, e este discernimento reflete na maneira com que as pessoas interpretam este objeto atualmente.

Ao averiguar as propostas atuais de coberturas de cabeça existentes no mercado, encontrou-se uma variedade de elementos, não apenas confeccionados pela indústria de confecção, mas que vêm a influenciar o consumidor e conseqüentemente o designer em suas pesquisas.

A área do Design e do Design de Moda já compreende diversas pesquisas, apesar disto, não estão relacionadas com acessórios, tão pouco aos direcionados à cabeça, sendo assim, um campo bastante restrito. Dessa forma, o designer que trabalha na área ou que se insere nela, necessita criar seus próprios métodos ou se

adaptar a realidade da empresa, ficando restrito e deixando de gerar produtos mais interessantes.

As propriedades das coberturas de cabeça se diferenciam muito de uma roupa, portanto o levantamento bibliográfico sobre a modelagem, os materiais, a ergonomia, entre outros que acercam chapéus, bonés, boinas, quepes, viseiras e gorros, disponibiliza dados pouco encontrados nos estudos de Moda.

Observar as peculiaridades do desenvolvimento das coberturas de cabeça na indústria de confecção, foi outro aspecto almejado por esta pesquisa, procurando e destacando dados que não são encontrados na teoria, como aqui apresentados, a construção de um chapéu e de um boné.

Nas entrevistas aplicadas com os responsáveis pelo desenvolvimento do produto, buscou-se informações sobre a realidade das indústrias de coberturas de cabeça, averiguando as etapas que poderiam ser inseridas melhorias para que o profissional seja capaz de aprimorar o seu trabalho.

Notou-se que, atualmente as empresas estão dando maior abertura ao conceito de Design, portanto se o designer puder usufruir de direcionamentos mais específicos, esta área de conhecimento terá cada vez mais espaço nestas indústrias de chapéus, bonés, etc. Acredita-se assim, que a adaptação dos princípios de Design e de Moda ao momento de desenvolvimento dos objetos possam auxiliar os designers em vários sentidos nas suas ações.

Toda a experiência adquirida, possibilitou à pesquisadora compreender melhor as deficiências e qualidades da indústria e dos seus profissionais, viabilizando elaborar diretrizes projetuais que contemplem apenas o universo das coberturas de cabeça produzidas nas indústrias, abordando fatores que são pouco enfatizados pelos profissionais, procurando enriquecer o produto sem consumir um tempo desnecessário para este fim.

Dessa forma, chegou-se a dois tipos de diretrizes projetuais que cabem às indústrias destes elementos, uma para gerar coleções de coberturas de cabeça e outra para conceber para outras marcas, visando uma eficiência maior de cada etapa do desenvolvimento do produto e das tarefas dos profissionais envolvidos.

Encontra-se assim, a necessidade de uma aproximação entre os direcionamentos gerados por este trabalho e as empresas, de modo que seja possível certificar todo o estudo por meio da realidade encontrada. A pesquisa realizada proporciona uma gama de possibilidades para novos estudos que venham discutir o universo de coberturas de cabeça, suas pesquisas, seus processos, suas tecnologias, entre outros. Ainda, permite a aplicação das orientações geradas, a análise dos seus resultados, enfim, constatar sua eficácia e colaborar com possíveis aperfeiçoamentos.

REFERÊNCIAS

- A. B. DUHAMEL. **Fashion News**: Cabinet des Modes ou les Modes Nouvelles, 1786, Buisson. Rijks Museum, Amsterdam. Disponível em: <<https://www.rijksmuseum.nl/nl/zoeken/objecten?q=l%27androsmane&p=1&ps=12&ii=10#/RP-P-2009-2188,11>>. Acesso em: 01 mar. 2016.
- ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR16060: 2012. **Vestuário - Referências de medidas do corpo humano** - Vestibilidade para homens corpo tipo normal, atlético e especial. Disponível em: <http://sindvestsulrj.xpg.uol.com.br/artigos/nt/abnt_nbr_16060.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2015.
- ALENCAR, C. O. C. **Aplicabilidade do Grupo Focal para a avaliação do conforto em pesquisas de usabilidade em Moda**, 2014. Dissertação de Mestrado em Têxtil e Moda - Universidade de São Paulo, São Paulo.
- ALVOR SILVES. **Chapéus há muitos**, 2013. Disponível em: <<http://alvorsilves.blogspot.com.br/2013/10/chapeus-ha-muitos.html>>. Acesso em: 16 jan. 2016
- AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Dicionário ilustrado da moda**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012.
- ARAÚJO, M. **Tecnologia do Vestuário**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1996.
- BAUDOT, F. **Moda do século**. Trad. Maria Thereza de Rezende Costa. 3 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2002.
- BAXTER, M. R. **Projeto de Produto**: guia prático para o design de novos produtos. 2 ed. rev. São Paulo: Blucher, 2000.
- BLOG ESTAÇÃO. **Chapéu de inverno**. Disponível em: <<http://www.riachuelo.com.br/blog/dicas-e-tendencias/chapeu-de-inverno/3157>>. Acesso em: 26 mai. 2015.
- BOUSQUET, K. **40 Fashion-Forward Ways to Wear a Baseball Cap this Spring**. Disponível em: <<http://stylecaster.com/baseball-cap-trend/>>. Acesso em: 02 jun. 2015.
- COSGRAVE, B. **História da Indumentária e da Moda**: da antiguidade aos dias atuais. Trad. Ana Resende. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012.
- ENCYCLOPÆDIA BRITANNICA (Comp.). **Phrygian Cap**. Disponível em: <<http://global.britannica.com/art/Phrygian-cap>>. Acesso em: 29 fev. 2016.
- ESNAUTS & RAPILLY. **Gallerie des Modes et Costumes français**: Coiffure um la Flore.

1776- 1787. Rijksmuseum, Amsterdam. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10934/RM0001.COLLECT.366296>>. Acesso em: 06 jun.2016.

FEYERABEND, F. V. **Acessórios de Moda**: modelos. Trad. Diana Alcantara Aflalo. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012.

FRINGS, G. S. **Moda**: do conceito ao consumidor. Trad. Mariana Belloli. 9 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

FISCHER, A. **Fundamentos de Design de Moda**: construção do Vestuário. Trad. Camila Bisol Brum Scherer. Porto Alegre: Bookman, 2010.

GERVAL, O. **Fashion Accessories**. London: A & C Black, 2009.

GOMES FILHO, J. **Design do Objeto**: bases conceituais. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

IIDA, I. **Ergonomia**: projeto e produção. 2 ed. rev. São Paulo: Edgard Blücher, 2005.

ISO 4417-1977 - **Size designation of clothes** - Headwear. Switzerland, International Organization for Standardization, 1977.

JONES, S. J. **Fashion Design**: o manual do estilista. Trad. Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

KÖHLER, C. **História do Vestuário**. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 2 ed. São Paulo: Martins Fonres, 2001.

LAU, J. **Basics Fashion Design 09**: Designing Accessories. London: Ava Publishing, 2012.

LAVAR, J. **A Roupas e a Moda**: uma história concisa. Trad. Glória Maria de Mello Carvalho. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIDÓRIO, C. F. **Tecnologia da confecção**, Araranguá: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, 2008. Apostila. Disponível em:<https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/0/03/Apostila_de_Tecnologia_da_Confec%C3%A7%C3%A3o.pdf> Acesso em: 09 setembro 2015.

LÖBACH, B. **Design Industrial**: Bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Editora Blucher, 2001.

MACHO MODA. **Chapéus masculinos**, em alta para o verão 2015. Disponível em: <<http://www.machomoda.com.br/2014/12/chapeus-masculinos-em-alta-para-o-verao.html>>. Acesso em: 26 mai. 2015.

MARCONI, M. A.;LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, S. B. **Ergonomia e moda**: repensando a segunda pele. In: PIRES, D. B. (org). Design de Moda: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008. p. 319-336.

MAURO, F. **Famous Hats**. 2014. Disponível em: <<http://www.federicomauero.eu/11918/2185369/works/famous-hats>>. Acesso em: 01 mar. 2016.

MCDOWALL, Carolyn. The Hat: Tit for tat, Fashion Accessory ou Social necessity, 2015. Disponível em: <<http://www.thecultureconcept.com/circle/the-hat-tit-for-tat-fashion-accessory-or-social-necessity>>. Acesso em: 29 fev. 2016.

MENDES, F. D.; SACOMANO, J. B.; FUSCO, J. P. A. **Rede de empresas**: a cadeia têxtil e as estratégias de manufatura na indústria brasileira do vestuário de moda. São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

MESQUITA, G. **Chapéus são opção estilosa para se proteger do sol escaldante da cidade**. 2015. Disponível em: <<http://vida-estilo.estadao.com.br/noticias/moda,chapeus-sao-opcao-estilosa-para-se-protger-do-sol-escaldante-na-cidade,1622862>>. Acesso em: 26. mai. 2015.

MONTEMEZZO, M. C. F. S. **Diretrizes Metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico**, 2003. Dissertação de Mestrado em Design - Universidade Estadual Paulista, Bauru.

MORTIER, B. M. du. **Chapeau, chapeaux!** 40 hats from the collection of the Rijksmuseum: [hats 1650-1960], 1997. Rijks Museum, Amsterdam. Disponível em: <<https://www.rijksmuseum.nl/nl/collectie/BK-NM-10000>>. Acesso em : 01 mar. 2016.

PAULA, F. de. **Fora calor**: o acessório que vai fazer a cabeça neste verão. Disponível em: <<http://divando.pop.com.br/acessorio-cabeca-neste-verao/>>. Acesso em: 26 mai. 2015.

PETISCOS. **Redinha**. Disponível em: <<http://juliapetit.com.br/moda/chanel-ou-jil-sander-quem-segura-o-gorro-com-veu-na-passarela>>. Acesso em: 26 mai. 2015.

PHILIPPI COLLECTION. **Heat Coverings** - Modelle, Ausführungen, Varianten und Farben. 2010. Disponível em: <<http://www.dieter-philippi.de/en/the-philippi-collection/head-coverings-1>>. Acesso em: 04 jun. 2016.

PIRES, D. B. **Design de Moda**: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

POLYVORE. Disponível em: <<http://www.polyvore.com/>>. Acesso em: 05 jun. 2015.

ROSA, L. **Vestuário Industrializado**: Uso da Ergonomia nas Fases de Gerência de Produto, Criação, Modelagem e Prototipagem, 2011. Tese de Doutorado em Design - Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro.

SABRA, F. **Modelagem**: tecnologia em produção de vestuário. Sao Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SCHAFFER, J.; SAUNDERS, S. **Fashion Design Course**: Accessories. London/NY: Barron's Educational Series, 2012.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima. Projetando moda: diretrizes para a concepção de produtos. In: PIRES, D. B. (org). **Design de Moda**: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008. p. 289- 302.

SEE, Sally. **The Greek Myths**. S&T Editora, 2014. p.35.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23^a ed. São Paulo: Editora Cortez, 2007.

SIDDAL, Mark. American Museum Of Natural History (Comp.). **The Power of Poison**: Villains and Victims. 2013/2014. Exhibition. Disponível em: <<http://www.amnh.org/exhibitions/the-power-of-poison/villains-and-victims>>. Acesso em: 29 fev. 2016.

SORGER, R.; UDALE, J. **Fundamentos de Design de Moda**. Trad. Joana Figueiredo, Diana Aflalo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SPAINE, P. A. A. **Modelagem Plana Industrial do Vestuário: diretrizes para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado**, 2010. Dissertação de Mestrado em Design - Universidade Estadual Paulista, Bauru.

THE FITZ MUSEUM. **Cap, red**. No. E.58.1911. Cambridge. Disponível em: <<http://webapps.fitzmuseum.cam.ac.uk/explorer/index.php?oid=51285>>. Acesso em: 03 ma. 2016.

_____. **Átis (or Ganimedes), bust, wearing Phrygian cap**. No. GR.13.1850. Cambridge. Disponível em: <<http://webapps.fitzmuseum.cam.ac.uk/explorer/index.php?oid=51285>>. Acesso em: 03 ma. 2016.

THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART. **Cloche**. 1953-59. Costume Institute, New York. Disponível em: <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/116156>>. Acesso em: 01 mar.2016.

_____. **Homburg**. 1950. Costume Institute, New York. Disponível em: <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/169789>>. Acesso em: 01 mar.2016.

_____. **Night Cap**. 1600-1620. European Sculpture and Decorative Arts. Disponível em: <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/228950>>. Acesso em: 04 jun. 2016.

_____. **Calash**. *18th century*. Costume Institute, New York. Disponível em: <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/116612>>. Acesso em: 04 jun. 2016.

VERDELLI, C. M. A et al. **Qualidade do Produto**: análise da aplicação da NBR12071 no boné. Seminário de Extensão e Inovação da UTFRPR - 4 SEI - UTFPR. Cornélio Procópio - PR. 2014.

VIETRO, A. F. **O processo de industrialização de Apucarana**: A capital do boné, 2006. Monografia de bacharelado em Geografia - Universidade Estadual de Londrina.

WELDON,W. **Weldon's Ladies Journal**. 1900. No. 156. Rijksmuseum, Amsterdam. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10934/RM0001.collect.505625>>. Acesso em: 04 mar.2016.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

(TERMINOLOGIA OBRIGATÓRIA EM ATENDIMENTO A RESOLUÇÃO 196/96 –CNS-MS)

Esta investigação objetiva compreender as características da concepção e processo produtivo das coberturas e cabeça visando estabelecer orientações para o seu desenvolvimento. Dentre os procedimentos desta pesquisa, ocorrerão a coleta de informações por meio da observação do desenvolvimento do produto e do setor operacional direcionados por um roteiro de registro e entrevistas com funcionários que participam do processo de concepção e desenvolvimento das coberturas de cabeça.

Nenhum procedimento de entrevista será invasivo e não causará desconforto. Em caso de dúvidas, você será totalmente esclarecido pelos responsáveis, antes, durante e após a realização da tomada de dados, além da possibilidade de entrar em contato por um dos meios divulgados abaixo.

Eu, _____ R
G _____ - SSP/_____, estou ciente das informações descritas acima, concordo em participar da pesquisa e entendo que as informações cedidas por mim são confidenciais, ou seja, autorizo a sua divulgação única e exclusivamente no meio científico e acadêmico, tendo a minha identidade totalmente preservada. Sou voluntário e não receberei nenhum benefício por participar desta pesquisa, bem como não terei ônus algum. Tenho total liberdade para aceitar ou recusar fazer parte deste estudo e sei que a minha recusa não acarretará nenhum prejuízo para mim.

Este “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido” atende a Resolução 196/96-CNS-MS e o “Código de Deontologia do Ergonomista Certificado – Norma ERG BR 1002 – ABERGO”.

Certificamos que foi explicado ao sujeito acima, a natureza, propósito, benefícios e possíveis riscos associados à sua participação nesta pesquisa, que respondemos todas as questões que nos foram realizadas e testemunhamos a assinatura acima.

Tamissa Juliana Barreto Berton

Pesquisadora

Pesquisadora: Tamissa Juliana Barreto Berton
R. Marcilio Dias, 635 Jardim Paraíso, Apucarana/PR
CEP: 86812-460 Telefone: (44) 9804.7754

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marizilda dos Santos Menezes
Av. Eng. Luiz Edmundo C. Coube, 14-01 Vargem Limpa, Bauru/SP
CEP: 17033-360 Telefone: (14) 3103.6058

Programa de Pós-Graduação em Design – UNESP
Av. Eng. Luiz Edmundo C. Coube, 14-01 Vargem Limpa, Bauru/SP
CEP: 17033-360/ Telefone: (14) 3103.6057

Prof^a. Dr^a. Marizilda dos S. Menezes

Orientadora

APÊNDICE B - FORMULÁRIO DE OBSERVAÇÃO A

ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO - DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

LEVANTAMENTOS		
Público		
• Análise	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Dados	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Necessidades a serem atendidas	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
Tendências		
• Sócio culturais	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Estéticas	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Tecnológicas	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
Conceito		
• Princípios funcionais e de estilo	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Referência de Linguagem Visual	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
GERAÇÃO		
• Gerar Alternativas	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Estudos de configurações de materiais e tecnologias	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
AVALIAÇÃO		
• Avaliação das Alternativas	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Seleção das Alternativa	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
CONCRETIZAÇÃO		
• Detalhar configurações dos produtos	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Modelagem	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Protótipos	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Avaliação de caimento, conforto, usabilidade, impacto ambiental e custo	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Correções	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
DOCUMENTAÇÃO PARA PRODUÇÃO		
• Ficha técnica	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	
• Peça piloto	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> X	

APÊNDICE C - FORMULÁRIO DE OBSERVAÇÃO B

ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO - SETOR OPERACIONAL

PCP - PLANEJAMENTO E CONTROLE DA PRODUÇÃO	() ^Y () ^X	
CORTE		
• Estocagem do tecido	() ^Y () ^X	
• Risco e estudo de encaixe	() ^Y () ^X	
• Enfesto	() ^Y () ^X	
• Corte	() ^Y () ^X	
• Separação	() ^Y () ^X	
• Marcação	() ^Y () ^X	
• Estocagem dos Lotes	() ^Y () ^X	
BENEFICIAMENTO		
• Lavanderia	() ^Y () ^X	
• Bordado	() ^Y () ^X	
• Estamparia	() ^Y () ^X	
PRODUÇÃO		
• Preparação	() ^Y () ^X	
• Montagem	() ^Y () ^X	
• Acabamento	() ^Y () ^X	
ACABAMENTO		
• Revisão	() ^Y () ^X	
• Colocação de acessórios	() ^Y () ^X	
• Passamento	() ^Y () ^X	
• Lavanderia	() ^Y () ^X	

APÊNDICE D - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA



**Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Pós-Graduação em Design - Mestrado - Planejamento de Produto**

Título: Coberturas de cabeça: Diretrizes projetuais para o desenvolvimento de produtos - O caso de chapéus, bonés, gorros e viseiras das indústrias da cidade de Apucarana-PR

FORMULÁRIO DE ENTREVISTA À EMPRESA - FUNCIONÁRIO RESPONSÁVEL PELO DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

PESQUISADOR (A): TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON

REPRESENTANTE DA EMPRESA	
TEMPO DE FUNCIONAMENTO:	
NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS:	
ATIVIDADES DESENVOLVIDAS:	

RESPONSÁVEL PELO DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO		
IDENTIFICAÇÃO	Tempo de Trabalho na Empresa:	
	Tempo de Atividade na Área:	
	Atividades e Funções exercidas na Empresa:	
	Atividades Específicas no Desenvolvimento do Produto:	
	Nível de Escolaridade:	
	Área de Formação: (Se Houver)	
	Área de Especialização: (Se Houver)	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Caso a área de formação e/ou especialização não seja na área de moda ou design, foi realizado algum tipo de formação para exercer a função? Qual? 	

	Que tipo de conteúdo julga necessário conhecer antes de aprender desenvolver coberturas de cabeça?	
PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO	PÚBLICO-ALVO	
	Qual o público-alvo?	
	Existe uma coleta de dados constante sobre esse público-alvo?	
	✓ Como essa coleta é realizada?	
	✓ Quem realiza essa coleta de dados?	
	✓ Quais são os principais dados analisados?	
	✓ Com que frequência é realizada a coleta de dados?	
	Em relação ao uso, qual os principais fatores considerados durante o desenvolvimento das coberturas de cabeça?	
	PROCESSO DE CRIAÇÃO	
	Quais pesquisas são realizadas para iniciar a criação de uma cobertura de cabeça ou uma coleção?	
	Como são definidas estas pesquisas?	
É elaborado um Briefing ⁵ ou Painel de inspiração ⁶ ?		
✓ Como ele é preparado?		

⁵ Briefing: é a memória descritiva do projeto, formulado para transmitir o conjunto de direcionamentos à respeito do trabalho que será realizado, indicando os requisitos e a escala de tempo em que o projeto deverá estar pronto (SCHAFFER E SAUNDERS, 2012).

⁶ Painel de inspiração: painel imagético que deve contar a história de sua pesquisa por meio da apresentação de partes selecionadas de informações. Eles têm que criar uma predisposição, contar uma história e explorar um conceito (SEIVEWRIGHT, 2009).

	Em algum momento a modelagem é utilizada como método de criação?	
	✓ Como acontece este processo?	
	Em que momento da criação do são considerados os fatores ergonômicos ⁷ do produto?	
	✓ Quais são os principais fatores considerados?	
	Existe uma fase em que são geradas diversas alternativas, avaliadas e escolhidas?	
	✓ Quais os critérios para a escolha dessas alternativas?	
CONCRETIZAÇÃO	Em que momento são definidos os materiais e aviamentos que serão utilizados na confecção do produto?	
	Quais fatores são considerados durante a escolha desses materiais?	
	Há abertura da empresa para utilizar novos materiais e tecnologias nos produtos? Por quê?	

⁷ Fatores ergonômicos: segurança, facilidade de manejo, de assimilação, de manutenção - e os índices ergonômicos físicos (proteção, conforto), psicológicos, higiênicos (MARTINS, 2008).

	✓ Quais são esses novos materiais?	
	✓ Quais são essas novas tecnologias?	
	São realizados protótipos para testes?	
	✓ Os protótipos já são produzidos com os devidos materiais e aviamentos? Se não, com quais materiais são feitos?	
	✓ Quais são os problemas mais recorrentes no desenvolvimento de protótipos?	

OBSERVAÇÕES

**APÊNDICE E - FICHA DE PLANEJAMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO DA
COBERTURA DE CABEÇA**

EMPRESA CONTRATANTE: _____

* Qual objeto de desenvolvimento?

() Chapéu () Boné () viseira () Boina

() Quepe () Outro. Qual? _____

Especificações (Ex. Chapéu australiano, boné 6 gomos, etc.): _____

Briefing

Informações sobre o público:

*Faixa etária: _____

*Classe social: _____

*Lugares que frequentam (de preferência onde utilizam o produto): _____

*Imagem do público-alvo:

Qual a finalidade do uso deste produto para este usuário?

*Sugestões de materiais (opcional):

AMOSTRA 1

Nome material

AMOSTRA 2

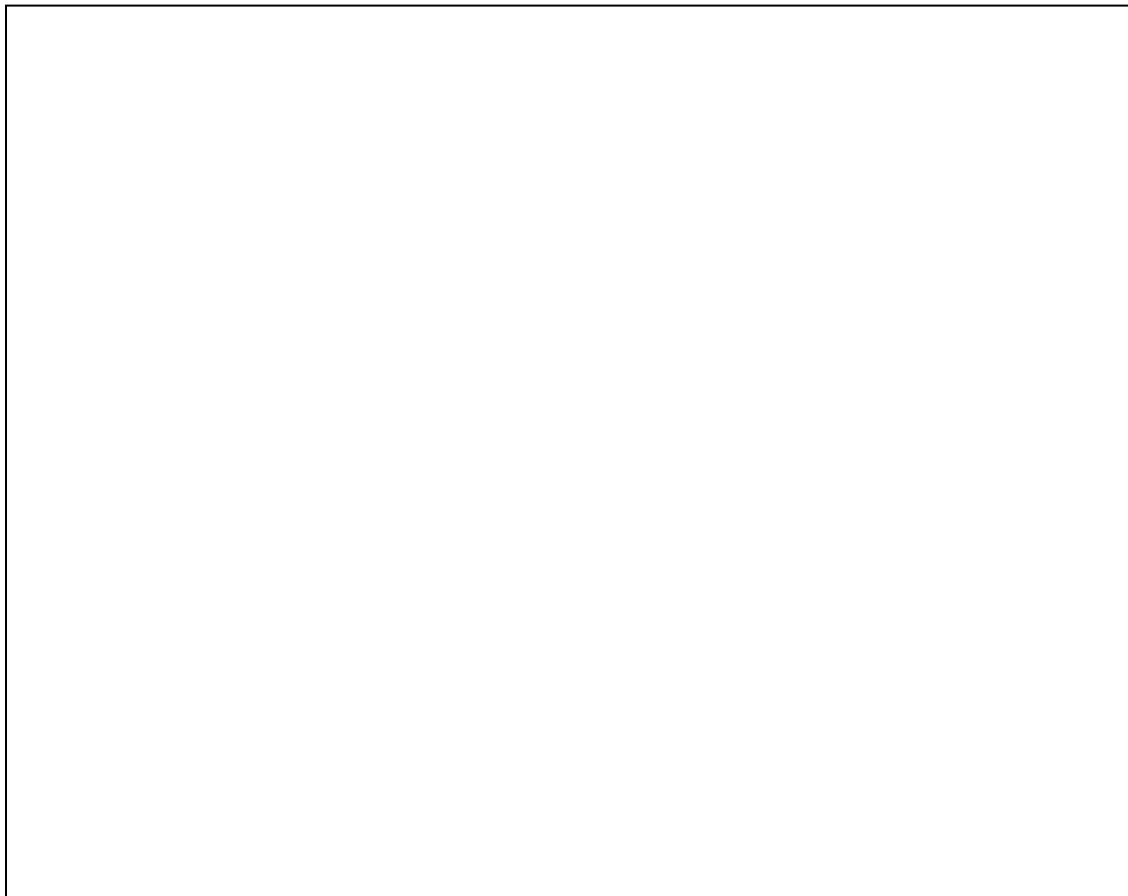
Nome material

AMOSTRA 3

Nome material

*Tendências Estéticas (cores, formas, estilos, etc.)

* Imagens para direcionar o designer:



Quais desses fatores são primordiais neste produto (Assinale apenas 2):

- Conforto Manutenção Segurança Qualidade
 Custo Outros. Quais? _____

Outras informações relevantes:
