



**ENTRE LAÇOS E RENDAS: coleção resultado de Projeto de Pesquisa sobre Palas de Renda Renascença e Inovação em Aplicação em Coleções de Produtos do Vestuário Feminino.**

Maria de Fatima Silva

Danielle Simões-Borgiani, Dayse Alves Vila Nova, Luciene Xavier da Silva, Maria

Clara Duarte Alencar, Vinicius Meirees Franco

emaildefatima@yahoo.com.br

**Resumo**

Este trabalho apresenta o resultado do projeto de pesquisa desenvolvido em parceria com a empresa Noemy Confecções no período de Outubro de 2013 a Agosto de 2014. O projeto teve como objetivo o desenvolvimento de uma coleção de blusas com uso da renda renascença em aplicações alternativas. Para este desenvolvimento o grupo fez leituras sobre a renascença, design e emoção, inovação. Por esta pesquisa, passaram 11 alunos e estiveram envolvidos 2 professores. Palavras-chave: Renascença, Design de Moda, Inovação.

**Abstract**

This paper presents the results of a research project developed in partnership with Noemy Confecções the period October 2013 to August 2014. The project aimed to develop a collection of sweaters with use of renaissance lace in alternative applications. For this development the group did readings on the Renaissance, emotional design, innovation. For this research, 11 students passed and 2 teachers were involved. Keywords: Renaissance, Fashion Design, Innovation.

**Introdução**

A transformação de uma ideia em uma peça do vestuário capaz de despertar desejos e emoções faz parte do universo da moda.



A inovação e a modelagem conduziram o processo de pesquisa e desenvolvimento desse projeto que tem o rococó seu tema de inspiração. Teoria e prática aliadas a experimentos traduziram o processo de design desta coleção. Novas formas de utilização das palas de renda renascença que formas criadas e recriadas.

A importância da renda, a geração de emprego e oportunidade para muitas famílias do agreste pernambucano, uma tradição familiar que é passada de mãe para família através da observação. Nesta pesquisa o processo de design atua como otimizador de resultados agregando-lhes valores subjetivos sem interferir na essência dos produtos.

## **Referencial Teórico**

### **A Renda Renascença em Pernambuco**

A renda renascença chegou ao Brasil através das freiras missionárias europeias que aqui aportaram no século XVI<sup>1</sup>. A origem da renda é da cidade de Veneza na Itália. As freiras que vieram ao Brasil trazendo a arte da renda renascença se instalaram em conventos em Poção e Pesqueira por isso, estas cidades tornaram-se referências no ofício de fazer a renda.

A renascença em Pernambuco virou fonte de renda. Deixou de ser um hobby ou lazer para passar o tempo que as freiras repassaram em colégios e conventos e passou a ser produto de exportação.

Em Pernambuco podemos três empresas que merecem destaque na produção de renda por terem inserção nacional e internacional e por empregarem juntas muito mais que 500 mulheres.

Entre os polos citados Poção é o maior produtor de renda renascença do país e seu principal atrativo é a sua produção de grande peso. Da arte da renda renascença depende o sustento de cerca de 90% das famílias locais. A cidade ainda (que fica a 251

---

<sup>1</sup>

[http://www.fatimarendas.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6&Itemid=12](http://www.fatimarendas.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=12)



km do Recife) responde por 90% da produção nacional, e, sua produção de bordados envolve 80% dos 8,5 mil moradores da cidade, inclusive homens.<sup>2</sup>

Por um (pré)conceito, a maioria das pessoas acredita que as rendeiras são apenas as mulheres da região.

### **Inovação**

Antes de discutir inovação em produtos da moda, cabe a reflexão do que vem a ser inovação. Constantemente em discurso públicos, palestras, seminários, se escuta sobre os desafios da inovação e da busca constante da inovação como diferencial competitivo de mercado.

Várias questões são levantadas sobre o que seria uma empresa inovadora ou uma coleção inovadora. Seria uma coleção que inovou na coleção fugindo do esperado ou tradicional? Seria uma empresa que vende de forma inovadora? Desenvolve produtos inovadores? Tem novas patentes?

Bessant e Tidd (2009) apontam quatro formas de inovação. Segundo os autores, as inovações podem estar nos produtos, nos processos, na posição ou no paradigma. Outros autores pesquisados não apontam até 3 tipos de inovação.

Para Maldonato e Dell'Orco (2010) a inovação é a capacidade de gerenciar conhecimento para gerar vantagens mais competitivas e isto pode ser para produção de novos bens, processos ou sistemas organizacionais.

“a inovação é uma capacidade de a mente inferir significados inusitados a partir de informações aparentemente banais; produzir respostas divergentes e criativas; olhar a realidade convencional com uma óptica insólita; gerar, em suma, hipóteses, cenários e soluções diferentes de maneira quase casual, mesmo fora de uma lógica estruturada.” (Maldonato e Dell'Orco, 2010, 6)

---

<sup>2</sup> <http://www.comunidademoda.com.br/pocao-pernambuco-o-berco-da-renda-renascenca-no-brasil/>



Ainda sobre inovação vale considerar o grau de inovação para produtos, serviços ou organizações. Isto refere-se a uma inovação radical ou incremental. Segundo Bessant e Tidd (2009) a inovação incremental confere melhorias ao que se inova. Já a inovação radical promove uma mudança significativa, apresenta um conceito novo.

Neste estudo a inovação foi aplicada no uso das palas de rendas em peças do vestuário feminino, assim sendo, categorizamos esta inovação como inovação nos produtos e ainda inovação incremental. A inovação neste caso, estrategicamente não poderia ser radical, pois a proposta era gerar produtos inovadores sem alterar a linha de produção, palas já confeccionadas e materiais disponíveis. Também não poderia ser inovação de paradigma ou posição uma vez que a empresa gostaria de manter a clientela e conquistar novos do mesmo perfil.

### **Metodologia**

Foi montado um cronograma de atividades de outubro de 2013 a julho de 2014 para contemplar as etapas da pesquisa que se almejou com este estudo.

Diante dos procedimentos metodológicos, do ponto de vista da natureza (Silva e Menezes, 2010) este estudo configura-se como pesquisa aplicada por propor gerar conhecimentos para aplicação prática. Neste caso em questão, a coleção é um fim prático das pesquisas teóricas deste estudo.

Quanto à abordagem este estudo é qualitativo. Quanto aos objetivos, segundo Gil (1991) a pesquisa é exploratória, uma vez que envolve o levantamento bibliográfico; análise de exemplos e se caracteriza como estudo de caso. Quanto aos procedimentos técnicos, ainda segundo Gil (1991) ela se enquadra em pesquisa bibliográfica, levantamento e estudo de caso.

Segundo Silva e Menezes (2010) uma pesquisa possui três fases: decisória, construtiva e redacional. A fase decisória deste estudo aconteceu de outubro de 2013 a fevereiro de 2014. Por ter troca de vários alunos, várias vezes este período decisório foi retomado. A fase construtiva aconteceu de fevereiro a maio de 2014. Foi o momento em que as etapas construtivas da coleção foram vivenciadas. E a fase redacional, além de acontecer ao longo deste período todo, teve mais ênfase de maio a julho de 2014.

## Resultados

A coleção Entre Laços e Rendas é resultado deste projeto de pesquisa que envolveu a inovação no uso de rendas aplicado a blusas. Cada etapa do processo de gestão da coleção foi vivenciada pelo grupo de pesquisa e embasada constantemente em leituras, desenvolvimento de resenhas e debates do grupo.

Para apresentar os resultados, inicialmente apresentaremos como o processo de gestão da coleção foi desenvolvido. Cabe ressaltar que na revisão de literatura do planejamento de coleções não existe autor que apresente o processo de gestão de coleções. A maioria apresenta o planejamento de coleções de forma estanque.

Este grupo de pesquisa vivenciou desde o desenvolvimento do briefing, as alternativas de criação, ao desenvolvimento de fichas técnicas e de montagem e por fim a construção da imagem de moda da coleção. O processo de desenvolvimento de coleções é central a estes, no entanto, para excelência do resultado, não pode ser trabalhado de forma separada.

Inicialmente o grupo estudou através da moulage as possíveis aplicações da renda de forma inovadora. Ao mesmo tempo, estavam pesquisando o tema que seria aplicado para desenvolver referências nas peças que virariam detalhes de modelagem.

Após o grupo definir as alternativas das aplicações de rendas em peças e definir o tema como Rococó, iniciou-se o processo de desenho de moda para representar os croquis da coleção (figura 01).





Figura 01. Croqui de um modelo desenvolvido para coleção Entre Laços e Rendas. Ilustração de Dayse Villa Nova. Fonte: Acervo da Pesquisa.

Durante o desenvolvimento dos croquis, a aluna responsável, desenvolveu também um padrão para representação gráfica da renda renascença em croquis de moda. Seguindo as etapas do processo de gestão, iniciou-se ao mesmo tempo a modelagem plana das peças, no tamanho 38 e o desenho técnico das peças com especificações necessárias para indústria (Figura 2).

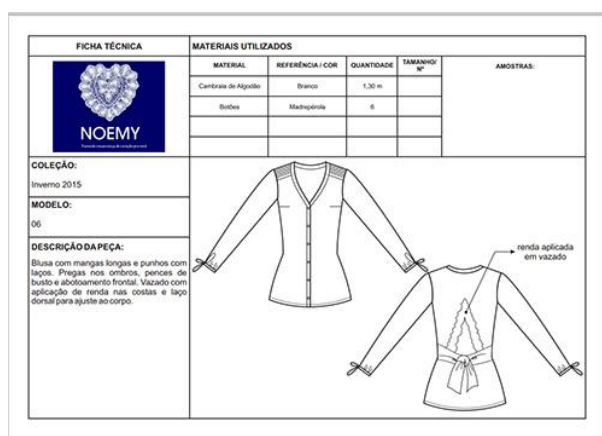


Figura 02. Ficha técnica da peça desenvolvida por uma aluna do projeto de pesquisa. Fonte: Acervo da pesquisa.

O desenho técnico funciona como um tipo de linguagem gráfica que é muito utilizada pelas indústrias. Quando ouvimos a expressão “desenho técnico” fazemos uma referência muito forte ao setor da construção civil, onde arquitetos e engenheiros fazem uso do desenho para descrever e detalhar a obra, por exemplo, a planta baixa de uma residência, que contém todas as informações necessárias para que a casa possa ser construída. Da mesma forma o desenho técnico está para a moda.

É através dele que uma determinada peça poderá ser confeccionada tal como deve ser. Na indústria de confecção de roupas o desenho técnico aparece na ficha técnica e na ficha de montagem e tem como objetivo transmitir as ideias do design aos setores de modelagem e pilotagem, de forma clara e objetiva. O desenho técnico deve evidenciar as linhas de contorno, as proporções, os acabamentos, aviamentos, decotes,



fechamento e todos os detalhes necessários para a confecção da peça, a fim de haver a melhor compreensão possível, evitando erros nas etapas posteriores.

A ficha técnica é indispensável para a confecção de qualquer peça. Ela que reúne todas as informações necessárias como o desenho técnico descrição da peça e a parte de especificação e referências de todos os materiais utilizados. Não existe um padrão obrigatório para a elaboração da ficha técnica, podendo ser organizada da forma que melhor se encaixar na confecção, desde que nela estejam todas as informações referentes à peça que será confeccionada. Outro elemento indispensável é a ficha de montagem, nela está o passo a passo para a confecção da peça. É onde indicamos o tipo de costura, a máquina que é utilizada em cada etapa, etc. Garantido desta forma a precisão e clareza na elaboração da peça.

Estas informações não constam no desenho de moda (croqui), pois ele é uma representação artística. Poderá não conter proporções reais, poderá ser colorido e isso impacta muitas vezes na leitura real da peça do ponto de vista da execução da mesma. Os dois são ferramentas gráficas extremamente importantes para o desenvolvimento de coleções, tanto o desenho de moda como o desenho técnico.

Na indústria além da ficha técnica que contém o desenho planejado em proporções da roupa, desenvolve-se também a ficha de montagem (figura 3). Na ficha de montagem estão todas as operações necessárias para a montagem da peça após cortada no tecido.

O desenvolvimento destas fichas neste estudo, além de gerar o aprendizado no grupo de pesquisa proporcionou uma facilidade mediada pela tecnologia. Estas peças foram desenvolvidas em quantidade na empresa Noemy Confecções que se localiza em Poção, interior do Estado de Pernambuco. A facilidade de enviar os arquivos por e-mail fez com que em tempo real o grupo de lá pudesse desenvolver as peças, conforme as especificações.

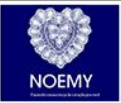

FICHA TÉCNICA	SEQUÊNCIA DE MONTAGEM DA PEÇA
 COLEÇÃO: Inverno 2015 MODELO: 06 	01. Fazer pregas nos ombros supostos na máquina reta
	02. Unir os ombros no corpo na máquina reta e overlockar
	03. Fechar pences nas máquina reta
	04. Fazer abertura e decote suposto na máquina reta
	05. Colocar elástico no decote das costas na máquina reta
	06. Pespontar elástico das costas na máquina reta
	07. Aplicar renda sobre o viés das costas na máquina reta
	08. Fechar os ombros na máquina reta
	09. Fazer as faixas da cintura na máquina reta
	10. Fixar as faixas nas laterais na máquina reta
	11. Colocar as mangas na máquina reta e overlockar
	12. Fechar as laterais na máquina reta e overlockar
	13. franzir os punhos na máquina reta
	14. Fechar as faixas deixando espaço para colocar nos punhos na máquina reta
	15. Colocar faixas nos punhos na máquina reta
	16. Fazer bainha
	17. Fazer caseado
	18. Preger os botões

Figura 3. Ficha de montagem da peça desenvolvida por uma aluna do projeto de pesquisa. Fonte: Acervo da pesquisa.

O processo de modelagem das peças aconteceu em paralelo ao desenvolvimento da ficha técnica e ficha de montagem. Inicialmente foi desenvolvida a modelagem plana das peças e posteriormente elas foram digitalizadas no programa Audaces, passando a termos a modelagem Computadorizada. Este processo também facilitou o envio das modelagens por e-mail para a empresa.

Por fim, com as peças piloto já prontas, o grupo começou a estudar o processo de formação da imagem de moda com a peça. Para este processo, o fotógrafo Vinicius Meireles entrou como parceiro e participou de reuniões com o grupo para definir cenário, postura da modelo e estética fotográfica.

A importância da imagem para o presente trabalho tem relação com a necessidade de ilustrar o conceito pensado em equipe desde o começo da pesquisa até a etapa final, do editorial de fotos e *look book*. Foi-se discutido anteriormente à execução das fotografias os detalhes relativos à maquiagem, produção, cenário, iluminação, tonalidade, entre outros. Todos esses elementos visam comunicar, expressar sentimentos que fossem coerentes com a pesquisa e que atingissem o espectador. Essa interação entre criador e público remete ao conceito de *studium* de Roland Barthes(1948), que dizia:

Reconhecer o *studium* é fatalmente encontrar as intenções do fotógrafo, entrar em harmonia com elas, aprová-las, desaprová-las, mas sempre





compreendê-las, discuti-las em mim mesmo, [...] como se eu tivesse de ler na Fotografia os mitos do Fotógrafo, [...]. Esses mitos visam evidentemente (é para isso que serve o mito) a reconciliar a Fotografia e a sociedade [...], dotando-a de funções, que são para o Fotógrafo outros álibis. Essas funções são: informar, representar, surpreender, fazer significar, dar vontade.

Ou seja, a partir do elo criado entre artista e espectador, tem-se em vista pensar a imagem com clareza, com a preocupação de ela expressar a sensação de intimidade com que a vê. Para atingir determinado resultado, é preciso conceituar os elementos que irão compor as fotografias. A composição foi fator decisivo no método empregado para criar a impressão de um ambiente Rococó, priorizando detalhes do vestuário, do cenário e do visual da modelo. Jacques Aumont(1995) lembrando os primórdios da Fotografia, questiona se ela seria uma impressão por si mesma ou uma formulação:

a composição, em fotografia, concentrou-se pois durante muito tempo diante da objetiva, assumindo o sentido clássico da palavra, o de uma encenação [...]. Foi preciso esperar pelo episódio conhecido sob o nome de pictorialismo, no final do século, para que a fotografia – ao copiar a pincelada pictórica – afirmasse sua vocação para compor, ela também, elementos plásticos. [...] É a foto uma impressão, ou uma formulação? Embora, há muito tempo, os fotógrafos tenham implicitamente respondido que ela é a formulação de uma impressão e que nesse paradoxo reside a essência de sua arte, o debate continua vivo, inclusive no terreno teórico.

Através dos arranjos imaginados, foram elaboradas ideias que dialogavam com a noção de *mise-en-scène*, pois o ambiente escolhido deveria confluir com os sentimentos evocados pela modelo retratada, como se a cena fosse uma extensão de sua *persona*, de sua psiquê representada. Assim, foram escolhidas poses em que a personagem transmitisse condição de tranquilidade, de sentir-se bem em estar com aquele produto em determinado lugar, de maneira descontraída, sugerindo *dolce far niente*.

É imprescindível acrescentar que para produzir os efeitos relatados acima, tanto o fotógrafo como toda sua equipe de produção investiram em agregar valores e técnicas



de maneira peculiar, dispensando referências diretas ou que desviassem o fluxo criativo de alcançar material inédito. Hegel, em suas teorias sobre estética, discorre sobre a importância da experimentação no trabalho artístico:

A maneira é uma forma especial de conceber, própria de um sujeito dado, e um modo de execução devido a uma idiossincrasia pessoal, forma de conceber e modo de execução que, se forem levados demasiado longe, podem apresentar-se em oposição direta ao conceito do ideal. [...] À medida que este modo específico de concepção e de execução vai se tornando, através da incessante repetição, um hábito, uma segunda natureza, vai-se vendo a maneira degenerar, tanto mais facilmente quanto mais característica for, numa repetição e fabricação automáticas em que o artista não participa com todo o seu espírito e toda sua inspiração. [...] Por tais motivos, deve a autêntica maneira evitar essa particularidade limitada, adquirindo um caráter tal que, em vez de ser um simples hábito, não impeça o artista de ver, através dos modos especiais da representação, a própria natureza do que tem de representar, permanecendo fiel ao seu conceito.

Vale ressaltar que a Moda oferece campo vasto para o discurso subjetivo, não necessariamente sempre produzindo imagens de suma originalidade, mas sim unindo conceitos, exaltando o espírito inovador a encarar desafios. Eis o ambiente propício em atrelar o mundo *fashion* ao da Fotografia, onde a imagem revelará diversos significados na comunicação com o público.

Para a concepção fotográfica, detalhes que referenciavam o Rococó foram exaltados (penteados, mármore e cadeira do cenário, maquiagem, uso de joias e brincos e expressão corporal da modelo). A figura 4 e 5 apresenta a imagem escolhida para a mesma peça em destaque frente (4) e costas (5).



Figura 4 e 5. Imagem de moda da peça. Fonte: Acervo da pesquisa.

A imagem de moda desenvolvida também foi aplicada pela empresa como divulgação do lançamento da coleção (figura 6).



Figura 6. Stand da Noemy Confeções na 18ª Rodada de Negócios de Caruaru. Fonte: Noemy Confeções.



Nesta pesquisa foram desenvolvidas 6 peças que tiveram o mesmo desafio de aplicar a renda de forma inovadora aquela que a empresa tradicionalmente aplicava. Como projeto de pesquisa em parceria com a empresa Noemy Rendas, o material de suporte prático da pesquisa foi cedido pela empresa Noemy Confecções (tecidos e rendas). A coleção foi entregue a empresa em julho de 2014. Logo em seguida a empresa produziu as peças em quantidade e está realizando a comercialização dos produtos em rodadas de negócios.

### **Considerações Finais**

Uma nova fase se inicia com o lançamento da coleção na Rodada de Negócios de Caruaru 2014.2 da empresa Noemy Rendas que teve início na criação de uma coleção pautada na inovação, em novas formas de usar a renda renascença com foco na importância da modelagem e no processo de ensino aprendizagem envolvendo docentes e discentes.

Como resultado deste projeto de pesquisa um estímulo à pesquisa, a percepção da importância de conhecimentos em diversas áreas que vão desde a história da arte, as tendências da estação, o estudo de formas e harmonias, a ergonomia do corpo humano, análise de comportamento do consumidor, a produção e fotografia de moda (entre outras), assim como a aceitação dos produtos no mercado.

### **Agradecimentos**

A Faculdade Senac Pernambuco, a modelo Mary Jessy, ao Fotógrafo Vinicius Meireles e a empresa Noemy Confecções.

### **Referências**

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Campinas: Papirus, 1995. Tradução: Estela dos Santos Abreu e Cláudio Santoro.

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. Tradução: Júlio Castañon Guimarães.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. S/L: Bookman, 2009.



COMUNIDADE MODA. **O Berço da Renascença no Brasil.** Disponível em: <http://www.comunidade moda.com.br/pocao-pernambuco-o-berco-da-renda-renascenca-no-brasil/>. Acesso em Janeiro de 2014.

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. **Curso de estética: o belo na arte.** São Paulo: Martins Fontes, 1996. Tradução: Orlando Vitorino e Álvaro Ribeiro.

MALDONATO, M.; DELL'ORCO, S. **Criatividade, pesquisa e inovação:** o caminho surpreendente da descoberta. In: B. Téc. Senac: a R. Educ. Prof., Rio de Janeiro, v. 36, n.1, jan./abr. 2010.