

COBERTURAS DE CABEÇA: DIRETRIZES PROJETUAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

HEAD COVERINGS: DESIGN GUIDELINES FOR DEVELOPMENT OF PRODUCTS

Tamissa Juliana Barreto Berton¹

Marizilda dos Santos Menezes²

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 a 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, (Estado do Paraná, Brasil), 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.

Palavras-chave: acessórios de cabeça; design de moda; desenvolvimento de produto.

Abstract

Head covers such as hats, caps, berets, among others, in addition to being accessories that have the function of protecting are items that make up and value a fashion composition. Although its use in Brazil is not as common as in other parts of the world, there is currently an increase in demand for such fashion accessories, and consequently a significant increase in production by industries, notably in the region of Apucarana/PR, which has a core of industries specialized in the manufacture of caps and other similar head covers. Despite the relevance of these elements for clothing, Design and Fashion, not many records are found on these pieces, boosting the interest in making some contribution to this branch. The predominant objective of this work is to understand the characteristics of the design and production process of head coverings, aiming to establish guidelines, based on Design and Fashion concepts, for its development in industries.

Keywords: accessories head; fashion design; product development.

¹ Mestre em Design pela FAAC-UNESP, Docente da UTFPR, Apucarana, Paraná, Brasil. tamiju@gmail.com.

² Doutora em Arquitetura e Urbanismo pela FAU-USP, Docente da FAAC – UNESP, Bauru, São Paulo, Brasil. marizilda.menezes@unesp.br

1. Introdução

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 1960 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. Mesmo no Brasil, onde coberturas de cabeça são objetos pouco comuns, vêm ganhando espaço constantemente no universo da Moda.

Este estudo busca 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. Aplica-se esta terminologia com o propósito de delimitar os acessórios que vestem a cabeça. Algumas bibliografias internacionais foram utilizadas como referências para tal propósito, como por exemplo Schaffer & Saunders (2012), quem citam o termo em inglês "*head coverings*".

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, despertando 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 chapéus, boinas, bonés, viseiras e afins que estão surgindo nas indústrias, com a intenção de aperfeiçoar os direcionamentos de elaboração destes produtos de Moda. Buscou-se assim, 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.

2. 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 possuem sua fabricação na indústria do vestuário, que possam ser elaborados por designers de moda, denominados como coberturas de cabeça.

Para Sorger & Udale (2009, p. 124) o chapéu e suas variações fazem parte de uma área específica do design, exigindo "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 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.

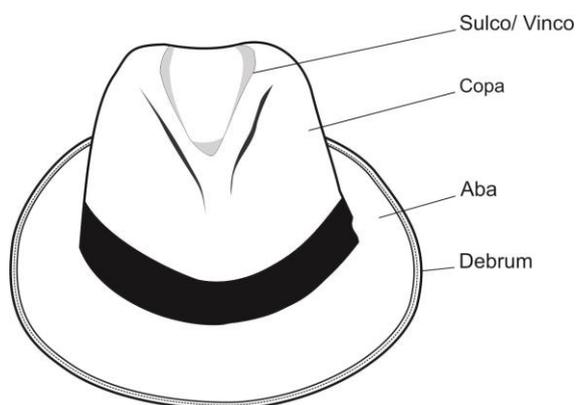
Segundo Lau (2012) este tipo de acessório deriva de dois estilos básicos, os que possuem bordas/abas e os que não possuem, ambos apresentam a mesma função prática de proteger a cabeça, sendo assim elaborado para se encaixar ou mesmo vestir bem. Explora-se assim os acessórios que podem ser industrializados, demonstrando cada perfil, iniciando pelos chapéus.

2.1. 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 1.

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.

Figura 1: Partes de um chapéu



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. 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 Figura 2 exhibe chapéus comumente produzidos de maneira industrial.

Figura 2: Chapéus - produção industrial



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

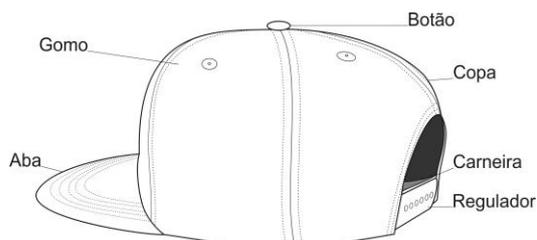
Os chapéus industrializados mais populares são o Bucket, também conhecido popularmente como Cata Ovo e o chapéu Australiano. O Capeline ou Floppy quando feitos de tecidos como o brim, a sarja, ou outros com características mais maleáveis, podem ser trabalhados pela indústria de confecção. Estes estilos visualizados na Figura 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.

2.2. Bonés, gorros e boinas.

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 3 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.

Figura 3: Partes de um Boné



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, 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.

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

Já as boinas, possuem um estilo próprio, elas podem possuir abas ou não. Estas, diferentemente do boné, possuem a copa mais folgada, não ajustadas à cabeça. 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.

3. 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, abordam-se 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 do 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.

3.1. Materiais

As matérias-primas empregadas em coberturas de cabeça em geral são os 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 influenciam 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 a coleções de primavera/verão estão palhas, tecidos de algodão e linho, já para coleções de outono/inverno são utilizados feltros 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 se considera 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.

Os 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 (FISCHER, 2010). 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, que consiste em 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.

3.2. Modelagem

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.

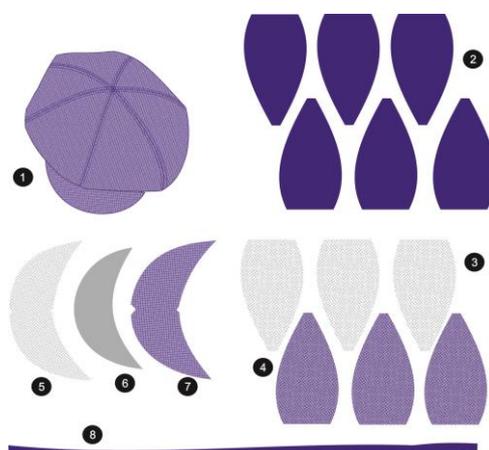
Moldes e tecidos são bidimensionais, constituídos apenas de comprimento e largura. A peça do vestuário, resultante da montagem das várias partes componentes, possui também uma terceira dimensão: a profundidade" (ARAÚJO, 1996, p.97).

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 se observa 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 4 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 4: 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.

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.

3.2.1. 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 discutidos neste 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 5. 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 1).

Figura 5: Perímetro transversal da cabeça



Fonte: 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.

Tabela 1: 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.

3.3. 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.

A ergonomia realiza uma função primordial desde o momento de concepção de um produto de moda, levando em consideração requisitos ergonômicos básicos, (**sendo:**) 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. Em 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". Portanto, 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.

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).

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. 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 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 e uma específica de desenvolvimento de acessórios em geral, para posteriormente facilitar sua adaptação às coberturas de cabeça.

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.

Dentre o percurso descrito pela autora estão as fases de preparação, geração, avaliação, concretização e documentação para a produção. 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.

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.

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. 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.

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.

5. Desenvolvimento da Pesquisa

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.

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 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.

A coleta dos dados aconteceu 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 efetuar-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.

Cabe ressaltar que nesta investigação foram realizadas abordagens com seres humanos, desta forma, aplicou-se o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE.

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.

6. Resultados, 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 as prioridades 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 dos 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.

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.

7. 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 constate 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, precisam ser analisadas 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 a 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 se encontram 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. Tal processo descrito se encontra representado pelo fluxograma da Figura 6.

Figura 6: 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. Portanto, a primeira fase do processo não será realizada pelo designer, mas sim por aquele que está solicitando o produto. Eliminando esta ocupação do designer, beneficiando assim, o seu tempo.

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

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 se entende ser determinante no desenvolvimento das coberturas de cabeça, são os fatores primordiais pretendidos, como segurança, conforto, qualidade, custo, entre outros.

8. Considerações finais

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.

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 à 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.

Notou-se ainda 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.

Referências

- 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**. Dissertação de Mestrado em Têxtil e Moda - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.
- AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Dicionário ilustrado da moda**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012.
- ARAÚJO, M. **Tecnologia do Vestuário**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1996.
- 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.
- 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.
- LAU, J. **Basics Fashion Design 09: Designing Accessories**. London: Ava Publishing, 2012.
- 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.
- 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.

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

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

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

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

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

SORGER, R.; UDALÉ, 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**. Dissertação de Mestrado em Design - Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2010.

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