

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL - SENAI
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

LETÍCIA CAMBRUZZI ROCHA

**CONSULTORIA DE MODA E OTIMIZAÇÃO DO GUARDA-ROUPAS
ATRAVÉS DE APLICATIVO**

CRICIÚMA

2022

LETÍCIA CAMBRUZZI ROCHA

**CONSULTORIA DE MODA E OTIMIZAÇÃO DO GUARDA-ROUPAS
ATRAVÉS DE APLICATIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Tecnólogo no Curso de Design de Moda da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI.

Orientador(a): Prof.^a Ma Letícia Casagrande Dal Bello

CRICIÚMA

2022

LETÍCIA CAMBRUZZI ROCHA

**CONSULTORIA DE MODA E OTIMIZAÇÃO DO GUARDA-ROUPAS
ATRAVÉS DE APLICATIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Tecnólogo, no Curso de Design de Moda da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI, com Linha de Pesquisa em Design de Moda e Tecnologia.

Criciúma, 30 de junho de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Letícia Casagrande Dal Bello - Mestra - (SENAI/UNESC) - Orientadora

Prof. Maria Julia de Lima Dassoler - Mestra - (SENAI/UNESC)

Prof. Tatiane Schneider - Mestra (UDESC)

Aos meus pais e a todos que de alguma forma me ajudaram.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, a minha mãe e ao meu pai por sempre me incentivarem a ir atrás dos meus sonhos e me ajudarem financeiramente e emocionalmente por todo este período. Agradeço também a minha professora orientadora, por sempre estar presente e me ajudar tanto com todo o processo do trabalho de conclusão de curso como também me incentivando a buscar sempre mais conhecimento.

“A moda sai de moda, o estilo jamais.”

Coco Chanel

RESUMO

O presente trabalho refere-se à consultoria de imagem e a busca por sustentabilidade com o auxílio da tecnologia. A moda se modifica constantemente através dos anos, e com suas idas e vindas, os guarda-roupas ficam cada vez mais lotados entre as entradas e saídas de peças, o que faz com que por muitas vezes as pessoas acabam por esquecer das próprias roupas e as deixam largadas dentro do guarda-roupas sem uso. Esta pesquisa tem como objetivo encontrar meios pelos quais as pessoas possam se lembrar mais facilmente das roupas que possuem e que usem a maior parte possível do seu guarda-roupas. Para que isso aconteça, foi necessário estudar a fundo o que é a consultoria de imagem e seus efeitos na vida das pessoas, assim como a sustentabilidade, para entender como a consultoria de imagem aliada a tecnologia pode tornar o hábito de vestir e consumir mais sustentável. Por meio de um questionário com perguntas objetivas, foi catalogada uma amostra de 206 respostas, nas quais as respondentes se mostraram em sua grande parte abertas a mudanças de hábitos para levar um comportamento de consumo e práticas de vestir mais sustentáveis e se declaram a favor de um aplicativo de celular que possa as ajudar neste processo.

Palavras-chave: Consultoria de moda. Aplicativo para celular. Tecnologia. Inovação. Sustentabilidade.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Estilo tradicional	20
Figura 2 - Estilo elegante	21
Figura 3 - Estilo esportivo	22
Figura 4 - Estilo criativo	23
Figura 5 - Estilo romântico	24
Figura 6 - Estilo sensual	25
Figura 7 - Estilo urbano	26
Figura 8 - Círculo cromático	28
Figura 9 - Cores complementares	29
Figura 10 - Cores análogas	30
Figura 11 - Tríade de cores	31
Figura 12 - Monocromático	32
Figura 13 - Biotipos	33
Figura 14 - Modelo na silhueta ampulheta	34
Figura 15 - Modelo na silhueta triângulo invertido	35
Figura 16 - Modelo na silhueta triângulo	36
Figura 17 - Modelo na silhueta retangular	37
Figura 18 - Modelo na silhueta oval	38
Figura 19 - Idade dos participantes	46
Figura 20 - Indecisão na hora de escolher o que vestir	47
Figura 21 - Tempo médio para escolher as roupas no dia a dia	48
Figura 22 - Porcentagem de uso do guarda-roupas	49
Figura 23 - Importância do que outros pensam da sua forma de vestir	50
Figura 24 - Conhecimento sobre consultoria de imagem	50
Figura 25 - Já fez (ou tem interesse em fazer) consultoria de imagem	51
Figura 26 - Motivos para não ter feito consultoria de imagem	51
Figura 27 - Conhecimento sobre os sete estilos universais	52
Figura 28 - Conhecimento sobre os seus estilos	52
Figura 29 - Conhecimento sobre as cores que mais favorecem	53
Figura 30 - Influência do conhecimento de cores na composição dos looks	54
Figura 31 - Motivação para comprar roupas	54
Figura 32 - Frequência de compra de roupas	55
Figura 33 - Tipos de loja que consome	55
Figura 34 - Busca por práticas sustentáveis	56
Figura 35 - Hábitos que gostaria de reeducar	57
Figura 36 - Uso de aplicativos de moda	57

Figura 37 - Tela inicial do <i>Pinterest</i>	58
Figura 38 - Tela inicial do <i>Colorapp</i>	59
Figura 39 - Tela de perfil <i>Whering</i>	60
Figura 40 - Disposição para uso de aplicativo de moda	61
Figura 41 - Informações de marcas sustentáveis no aplicativo	62
Figura 42 - Telas de abertura, cadastro e login de usuários	64
Figura 43 - Tela com atalhos	64
Figura 44 - Teste de estilo	65
Figura 45 - Como fotografar e cadastro de peças	66
Figura 46 - Gerador de looks	67
Figura 47 - Aba de marcas	68
Figura 48 - Encontre uma consultora	69

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Cronograma de atividades	44
Quadro 2 – Maiores dificuldades na hora de se vestir	49

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
UNESC	Universidade do Extremo Sul Catarinense

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 REVISÃO DE LITERATURA	16
2.1 CONSULTORIA DE MODA	16
2.2 OS SETE ESTILOS UNIVERSAIS	18
2.3 COLORAÇÃO PESSOAL	27
2.4 BIOTIPOS	32
2.5 MANUTENÇÃO DO GUARDA-ROUPA	39
2.6 SUSTENTABILIDADE E CONSULTORIA DE MODA	41
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	43
3.1 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES	43
4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS	46
5 DESENVOLVIMENTO DO APLICATIVO	63
5.1 INTERFACE DO APLICATIVO	63
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS	72
APÊNDICE A - MODELO DE QUESTIONÁRIO UTILIZADO NA COLETA DE DADOS	74

1 INTRODUÇÃO

As vestimentas existem desde 600 a.C, e com o passar do tempo, elas evoluíram até se tornarem o sistema denominado moda. A moda é uma indústria multibilionária que emprega milhões de pessoas ao ano em escala mundial, sendo a terceira atividade econômica em termos de geração de renda e movimentações financeiras (BERLIM, 2012), e também é uma das indústrias que mais gera resíduos para o meio ambiente. Durante todos estes anos, a moda foi ganhando proporções exorbitantes, ficando cada vez mais difícil controlar seus sistemas e processos, e com a concorrência também aumentando exponencialmente entre as empresas, acabou criando uma competitividade de quem irá alcançar o menor preço de custo para lucrar mais, indo contra os princípios de sustentabilidade.

A sustentabilidade pode ser entendida como um conjunto de ideias, estratégias e atitudes que servem de alternativa para garantir a existência dos recursos naturais do planeta, a biodiversidade e a proteção da espécie humana, promovendo soluções e desenvolvimentos ecologicamente corretos. Este trabalho propõe desenvolver, a partir da tecnologia e dos princípios do sistema *slow fashion* (moda lenta, trad. livre), um aplicativo capaz de ajudar as pessoas em suas escolhas de *looks*, promovendo iniciativas sustentáveis e auxiliando no processo de descoberta de estilo para que a pessoa se reconheça em sua individualidade e deixe de lado comportamentos indicativos de consumismo desenfreado, comprando peças que estão em voga e as trocando rapidamente. O foco do aplicativo está nas peças que já existem dentro do próprio guarda-roupas do usuário e em trabalhar o estilo pessoal a partir das possíveis combinações, sem necessitar adquirir novas peças de roupa e acessórios com frequência para sustentar o mesmo.

Assim, o tema a ser trabalhado nesta pesquisa é como otimizar o guarda-roupas feminino através da tecnologia, instigando as mulheres usarem mais suas roupas, afinal, as pessoas estão cada vez mais conectadas e buscando promover um estilo de vida mais fácil, saudável ou até sustentável, por meio da consultoria de imagem digital através de aplicativos.

Para o desenvolvimento deste trabalho, foi feita uma pesquisa de campo

em busca de pessoas com um perfil que se enquadre na utilização do aplicativo. A partir da análise, os dados subsidiarão o desenvolvimento do aplicativo no intuito de promover práticas baseadas no *slow fashion* como uma opção sustentável para o guarda-roupa das pessoas. O aplicativo em si funciona com um banco de dados que trará informações sobre o estilo pessoal e mostra uma gama de combinações de peças da própria usuária para serem usadas, baseado nos conceitos da consultoria de moda.

Tendo isso em vista, definiu-se a seguinte questão como problema de pesquisa: Como tornar a consultoria de moda mais acessível e o vestir mais sustentável com o auxílio de um aplicativo?

Quanto aos objetivos da pesquisa, o objetivo geral foi definido como: desenvolver um aplicativo que permita às pessoas conhecerem a fundo seu guarda-roupas e estilo pessoal, tornando sua relação com o vestir mais sustentável. Os objetivos específicos são: Apresentar as técnicas de consultoria de moda; Possibilitar a consultoria de moda através de plataforma online; Discutir como a consultoria de moda pode impactar na forma de consumo e comportamento da sociedade; Desenvolver pesquisa de campo para verificar a viabilidade de implementação do aplicativo de consultoria de moda.

Tanto homens quanto mulheres tem dificuldade com o vestir, em contrapartida, há profissionais que podem ajudar com este problema, esta profissão denomina-se consultor de moda e este profissional auxilia seus clientes em relação a coloração de peças, cortes e modelagens, identificação do estilo pessoal, mas acima de tudo, ensina a combinar as peças de roupas para criar looks, ajudando na melhora autoestima e possibilitando as pessoas se sentirem mais confiantes e felizes com sua imagem pessoal.

A consultoria de moda é um processo de autoconhecimento. Porém, este tipo de trabalho infelizmente ainda não é de conhecimento das massas, além de ser um serviço personalizado de maior valor agregado, o que deixa o público cada vez mais seletivo, com a maior parte da população de fora do seu alcance.

A partir destes problemas, foi desenvolvido um aplicativo que ajudará pessoas a

se vestirem da maneira desejada sem muito esforço, sendo abastecido com imagens e preferências pessoais de cada usuário e criando seu próprio banco de dados, tornando-se um consultor instantâneo, dando opções de combinações de *looks* a partir das peças de roupa do próprio guarda-roupas.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Esta pesquisa foi baseada nos estudos de diversos autores, com destaque para Ferronato (2015) em *Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda*; Aguiar (2019) em seu livro *Personal stylist: guia para consultores de imagem*; e Araújo, Broega e Ribeiro (2014) em seu estudo sobre *Sustentabilidade na moda e o consumo consciente*. Estes trabalhos falam sobre sustentabilidade, consultoria de moda e o modelo *slow fashion*.

2.1 CONSULTORIA DE MODA

A moda está em um momento único e de pluralidade, ou seja, cada um pode ter seu estilo, o que facilita e ao mesmo tempo dificulta o ato de vestir-se, devido às diversas possibilidades, mostrando a necessidade de muitas pessoas de ter um profissional capacitado capaz de indicar caminhos para aqueles que não tem um estilo definido. A necessidade da opinião de um profissional capaz de auxiliar neste meio vem desde a época da nobreza europeia, em meados do século XIX, como exemplo, Maria Antonieta e o Príncipe de Gales, que utilizavam desses serviços dos que hoje seriam considerados *Personal Stylists*¹. Existem várias nomenclaturas para a mesma profissão sendo, personal stylist, consultor de moda ou imagem, sendo que todos os termos seguem para a mesma finalidade: ajudar pessoas a se vestirem para o dia a dia (AGUIAR, 2011).

A consultoria de moda surgiu por volta dos anos 1970 nos EUA, e as únicas pessoas que tinham acesso a ela eram de um alto padrão econômico, ou seja, somente políticos, artistas, modelos, atletas, entre outros que tinham a opção de melhorar sua imagem. “Nos Estados Unidos a profissão já é exercida há muitas décadas e se destacou por lá nos anos 1980. Nessa época, não existia um nome específico para essa atividade” (LIMA, 2020).

Esta profissão está sendo desenvolvida há quase trinta anos em torno do mundo. Atualmente, vem se consolidando e sendo reconhecida no mundo todo.

¹ É o profissional que, no Brasil, é sinônimo de consultor de moda, estilo ou imagem.

Somente há aproximadamente vinte anos, surgiu o termo *personal stylist* ou consultor de imagem para designar quem desempenha essas funções (LIMA, 2014). “No Brasil, a profissão começou a decolar há uns dez anos, embora até hoje, muitas pessoas ainda não conhecem esse novo e promissor profissional do mercado da moda” (LIMA, 2014, p.12).

Segundo Aguiar (2013), a profissão tem muito futuro no país, porque as pessoas não têm grande conhecimento de moda e da maneira pessoal e adequada de se vestir, ou então, simplesmente não têm tempo para se dedicar à moda, fazendo crescer a procura por esses profissionais.

A Consultoria de Imagem tem como objetivo estudar e analisar a imagem pessoal, fazendo uma ligação com a personalidade, potencializando seus pontos físicos fortes buscando o seu “Estilo(s)”, a imagem que o represente em qualquer ambiente que deseje estar (AGUIAR, 2011, p. 82).

É este profissional que traz toda essa mudança visual, e essa modificação afeta internamente tanto essas pessoas como aquelas que as cercam. A responsabilidade é bem maior do que se imagina (AGUIAR, 2011):

Assim, para se dedicar à atividade de consultoria de imagem, o profissional teria de apresentar duas características fundamentais: gostar de moda e de pessoas. Isso porque quem abraça essa carreira lida com pessoas das mais variadas personalidades e precisará de muito tato, muita psicologia para lidar com temperamentos diferentes e egos, sobre esse profissional (LIMA, 2014, p. 12).

Atualmente, a consultoria é procurada principalmente por pessoas que desejam se vestir de forma coerente com sua vida e personalidade, podendo realizar o desejo de se sentirem bem com elas mesmas. A consultoria pode se tornar uma viagem de autoconhecimento, e para diversas pessoas, é a peça que falta para desenvolver mais autoconfiança e autoestima.

O serviço que a *Personal Stylist* proporciona é a informação. Em imagem e na moda, tudo o que se coloca imprime como se fosse um certo código, e cada um deles passa uma sensação, cria uma emoção, impacta de um jeito individual e coletivamente. Construção de imagem é como a construção de uma marca, que define quem a pessoa é, como quer se posicionar, quais os seus objetivos e para onde quer ir, e a partir daí que ideias e linguagem têm

sintonia, o que representa, quais os melhores códigos, quando, onde e por quê? (COMO ME VESTIR, 2020)²

Quando o indivíduo tem conhecimento do seu próprio estilo, o mesmo gera uma forma de economia, pois tem o entendimento do que fica bem no seu corpo e do que não o favorece, evitando desperdícios com roupas que simplesmente iriam ficar em seu guarda-roupas sem uso.

A imagem pessoal, ou seja, o jeito como as pessoas se vestem é de suma importância - de acordo com Aguiar (2011), estudos indicam que 55% da primeira impressão que as pessoas têm de alguém é baseada em sua aparência, demonstrando que humanos são criaturas altamente visuais. “Estabelecemos com o outro um relacionamento não apenas verbal, mas também visual, em que elementos como aparência, linguagem corporal e expressões faciais afetam fortemente a impressão que causamos” (FAÇANHA; MESQUITA, 2012, p.147). Hoje, o modo de usar a roupa é mais importante que a grife dela, mas houve um tempo onde as pessoas eram escravas das tendências de moda, perdendo sua autenticidade e criatividade ao se vestir. A consultoria ajuda muitas pessoas a saírem destes ciclos viciosos e desabrocharem sua autenticidade pessoal (AGUIAR, 2011).

Vale destacar que estilo e moda são duas coisas distintas. A moda é o reflexo da cultura do momento. O estilo é a expressão pessoal de quem se é, ou seja, uma pessoa pode ter estilo e não estar na moda, e vice-versa. Mas o mais importante é gostar do que vê no espelho e sentir confiança do seu próprio estilo (AGUIAR, 2011). É possível organizar as opções de estilo em sete categorias universais, conforme trata o capítulo a seguir.

2.2 OS SETE ESTILOS UNIVERSAIS

As americanas Alyce Parsons e Mimi Dorsey foram as responsáveis por criar a teoria dos 7 estilos universais ainda na década de 1980, conforme seu livro *StyleSource: the power of the seven universal styles for men and women* (Fonte de

² Disponível em:

<https://comomevestir.com.br/guia-da-profissao-personal-stylist-e-consultora-de-imagem/>. Acesso em 18 de abril de 2022.

estilo: o poder dos sete estilos universais para homens e mulheres, trad. livre), no qual elas descrevem cada estilo e explicam de onde surgem estes estilos e mostram que o estilo pessoal está ligado intimamente a personalidade, pois expressar a individualidade e o estilo está diretamente ligado a personalidade e se torna um meio para poder expressá-la (MYA, 2022).

Os sete estilos universais são a base de qualquer estilo que se venha a desenvolver, sendo que uma única pessoa pode ter até três tipos diferentes de estilo, sendo um o predominante e os outros dois secundários (FAÇANHA; MESQUITA, 2012). São eles: tradicional, elegante, criativo, esportivo, romântico, sensual e urbano.

O estilo tradicional (Figura 1), também chamado de clássico, é um estilo considerado “base”, e quem se identifica com ele tem maior preferência por peças mais clássicas e, muitas vezes, discretas. Cortes mais retos, tecidos mais estruturados, cores sóbrias e acessórios mais sutis. Este estilo transmite a mensagem de autoridade, respeitabilidade, conservadorismo, gosto refinado, organização, lealdade, formalidade e responsabilidade. Para não comunicar uma mensagem equivocada de um visual retrógrado, ou até de certa inacessibilidade, busque acrescentar pontos de cor em seus looks, usar acessórios que estejam dentro das tendências e tenham mais informação de moda, modelagens e recortes mais modernos e esteja sempre em dia com os cuidados com a pele, unhas e cabelos (YOSHIMOTO, 2019).

Figura 1 - Estilo Tradicional

Fonte: My personal stylist, 2022.³

“A pessoa que segue o estilo elegante é impecável na aparência, nunca está de mais nem de menos, nem segue modismos. Passa uma imagem refinada, *chic*, que pode chegar a intimidar os outros por sua austeridade” (AGUIAR, 2011, p. 64). O estilo elegante (Figura 2), também chamado de requintado, é o segundo estilo “base” e pode apresentar algumas semelhanças com o estilo tradicional, porém com mais informação de moda. O estilo é preferido por pessoas que têm gosto apurado e estão atentas nas novidades, pois ele mescla perfeitamente o estilo clássico e chique com tendências de cores, estampas, modelagens e acessórios. Gosta de usar bolsas, sapatos e tecidos que estejam atualizados e dentro das últimas novidades no mundo da moda, sem perder a sofisticação. A mensagem transmitida visualmente pelo estilo é de uma pessoa bem-sucedida, imponente, reservada, impecável, culta, agradável e de prestígio. É necessário, porém, ter certo cuidado para que os excessos de detalhes e informações de moda nas produções não reflitam a mensagem de uma pessoa inacessível e altiva (YOSHIMOTO, 2019).

³Disponível em: <https://mys.com.br/posts>. Acesso em 26 de maio de 2022.

Figura 2 - Estilo Elegante

Fonte: My personal stylist, 2022.⁴

O estilo esportivo (Figura 3) é considerado o terceiro dos estilos “base” e tem uma pegada mais leve e despojada. Utilizam-se vários elementos esportivos que dão conforto e praticidade, como tênis, malhas, moletoms, nylon e afins. No universo da alfaiataria, pode-se mencionar as calças chino, camisas de tecidos mais leves, como viscose e linho, e blazers de corte mais alongado, de sarja ou malhas mais encorpadas. O estilo passa visualmente a mensagem de uma personalidade leve, prática, acessível, casual, alegre, simples, amigável, despretensiosa e até mesmo a impressão de alguém com hábitos saudáveis. Para não passar a mensagem errada de relaxamento em excesso, vale alguns cuidados, como dar atenção aos acessórios, evitar roupas amassadas ou que não tenham um bom caimento, com peças soltas ou justas demais. (YOSHIMOTO, 2019).

⁴ Disponível em: <https://mysps.com.br/posts>. Acesso em 26 de maio de 2022.

Figura 3 - Estilo Esportivo

Fonte: My personal stylist, 2022.⁵

O estilo criativo (Figura 4) é um dos estilos que possui assinatura mais forte e irreverente, a mulher que se identifica com este estilo é ousada, alegre e gosta de novidades em todos os aspectos. O estilo diz respeito a personalidades fortes, extrovertidas, dinâmicas, divertidas, que gostam de fugir do convencional e que, como o próprio nome já diz, são super criativas. O estilo faz muito uso de cores, estampas, modelagens anticonvencionais, acessórios expressivos e coloridos, além de muitas vezes ousar também nos cabelos. A maioria das pessoas podem não ter um estilo prioritariamente criativo, mas sentem que possuem certo toque de criatividade, aflorando este lado através dos detalhes, como cores e acessórios. Para as criativas, alguns cuidados são necessários a fim de não tornar o estilo “diferente” demais: é importante que se entenda bem os códigos de moda, para que as misturas de cores e estampas não fiquem desconexas. Também é bom saber de

⁵ Disponível em: <https://mysp.com.br/posts>. Acesso em 26 de maio de 2022.

antemão que, talvez, o estilo não seja bem digerido por todos e que, apesar de sua personalidade vívida, é necessário adaptá-lo caso seu ambiente de trabalho exige uma vestimenta mais formal (YOSHIMOTO, 2019).

Figura 4 - Estilo Criativo



Fonte: My personal stylist, 2022.⁶

O estilo romântico (Figura 5) resgata toda a graça, delicadeza e feminilidade de outros tempos em suas roupas. Mulheres que se sentem representadas por este estilo costumam ter uma personalidade doce, sonhadora, amorosa, gentil e delicada e apresentam visualmente as características de uma mulher atenciosa, bondosa e compreensiva. Mulheres de estilo romântico apreciam tons suaves, detalhes como babados e bordados, tecidos delicados, como a seda e a renda, e acessórios sutis. Costumam valorizar suas curvas deixando a cintura mais evidente e são adeptas das modelagens evasê e godê. É necessário estar

⁶ Disponível em: <https://mysp.com.br/posts>. Acesso em 26 de maio de 2022.

atento para que a mensagem transmitida não seja a de fragilidade, insegurança ou até infantilidade. Para isso, pequenos cuidados na escolha das estampas e na mistura de texturas e volumes pode ajudar a incorporar mais maturidade na composição do look (YOSHIMOTO, 2019).

Figura 5 - Estilo Romântico



Fonte: My personal stylist, 2022.⁷

A mulher que apresenta o estilo sensual (Figura 6) é tão feminina quanto o que apresenta o romântico, com a diferença que em vez de valorizar a beleza da mulher de forma delicada e recatada, ela valoriza seu aspecto cativante e atraente. As mulheres que se identificam com este estilo são ousadas, enigmáticas, tem personalidade forte, são desinibidas, além de serem naturalmente atraentes. Ao contrário do que geralmente se pensa, não são as roupas que agregam esta qualidade cativante, e sim a mulher que já carrega em si mesma essa característica atraente - as roupas são apenas instrumentos para salientá-la. Entretanto, como em

⁷ Disponível em: <https://mysp.com.br/posts>. Acesso em 26 de maio de 2022.

todos os estilos anteriormente vistos, a mulher sensual também precisa tomar pequenos cuidados na hora de escolher suas roupas para não acabar cruzando a linha tênue entre o sensual e o vulgar. É necessário adaptar seu estilo ao seu ambiente de trabalho, respeitando o dress code para não ficar inadequada ao ambiente. Para isso, indica-se equilibrar a aparência com o jogo de revela-esconde para não deixar o corpo muito à mostra, além de buscar também suavizar os tecidos, para não abusar dos de aspecto muito pesado ou muito justo (YOSHIMOTO, 2019).

Figura 6 - Estilo Sensual



Fonte: My personal stylist, 2022.⁸

O estilo urbano (Figura 7), também chamado dramático ou moderno, tem a sofisticação e luxo do estilo elegante com um toque a mais de informação, e costuma ser representado por mulheres de personalidade forte, com um ar mais urbano e cosmopolita. Visualmente, tem características mais minimalistas, abusando de cores sóbrias e frias, refletindo em uma mensagem visual de uma mulher intensa, jovem, atendida, exigente e introspectiva. É necessário tomar cuidado para que a

⁸ Disponível em: <https://mysp.com.br/posts>. Acesso em 26 de maio de 2022.

imagem não fique carregada demais, aparentando certa rigidez, distanciamento e inacessibilidade. Para isso, suavizam-se os tecidos e acrescentam um pouco de cor ao *look* (YOSHIMOTO, 2019).

Figura 7 - Estilo Urbano



Fonte: My personal stylist, 2022.⁹

O estilo vai muito além do *look* do dia e é, na verdade, a melhor maneira de expressar a sua personalidade, mesmo sem dizer uma palavra. Ter um estilo tem muito mais a ver com o indivíduo e a relação com sua personalidade do que com o quanto gosta ou acompanha o mundo da moda (MYA, 2022). Entre os elementos que compõem o estilo, há destaque para o uso de cores, sendo possível identificar quais as mais adequadas para cada indivíduo, apresentado no capítulo seguinte.

2.3 COLORAÇÃO PESSOAL

As cores fazem parte do dia-a-dia, e cada cor pode influenciar a algo,

⁹ Disponível em: <https://mysp.com.br/posts>. Acesso em 26 de maio de 2022.

mudando o humor, decisões, despertando a fome, e também influenciando em como as pessoas enxergam umas às outras, exaltando mais a beleza ou as deixando desprovidas da mesma (BALDI, 2020).

O pintor suíço Johannes Itten, ao observar seus alunos, constatou que eles tendiam a usar nas pinturas cores semelhantes às de sua coloração pessoal (pele, olhos, cabelo). Criou então uma teoria na qual a pessoa deveria usar no seu vestuário cores que repetissem e valorizassem sua coloração (AGUIAR, 2011, p.99).

O livro *Cores a sua essência*, da estilista americana Suzanne Caygill, mostra como as cores podem falar sobre as pessoas e influenciar no dia-a-dia delas. As cores podem abrir ou fechar portas em um piscar de olhos, somente pelo fato da pessoa não causar uma boa impressão para determinada ocasião. Suzanne Caygill usou a teoria de Johannes Itten, por meio da qual ela dividiu as cores em quatro grupos básicos, e as nomeou com as estações do ano: primavera, verão, outono e inverno, nascendo assim a paleta sazonal (AGUIAR, 2011).

Quando a pessoa usa as cores que harmonizam com a sua coloração natural, a aparência se torna mais iluminada, saudável, rejuvenescida; caso contrário, quando as cores são usadas de maneira incorreta a pessoa vai aparentar cansaço, envelhecimento e se tornar apagada (AGUIAR, p.100). As cores da cartela pessoal do cliente são selecionadas a partir de análises de profissionais qualificados. A análise é feita com tecidos com cores calibradas e o profissional deixa este tecido próximo ao rosto da pessoa, e ele analisa o reflexo da cor no rosto da pessoa, na olheiras, no tom de pele, no contorno do rosto, analisando se a cor favorece ou não as qualidades do indivíduo. Um instrumento que pode ajudar na hora de combinar as cores é o círculo cromático (Figura 8).

O primeiro círculo cromático foi produto das experiências que Isaac Newton realizou, entre 1665 e 1666. Ele observou que a luz do sol que passava através de um prisma se decompunha em uma série de cores. (...) Quando os raios se misturavam, o aparato visual percebia, por sua vez, novas cores. Newton defendeu que o modelo adequado para explicar a percepção da cor era um círculo com uma certa ordem lógica, que desde então foi chamado de "círculo cromático de Newton (TEMPONE, 2022, n.p).

Figura 8 - Círculo cromático

Fonte: Mahalo, 2022¹⁰.

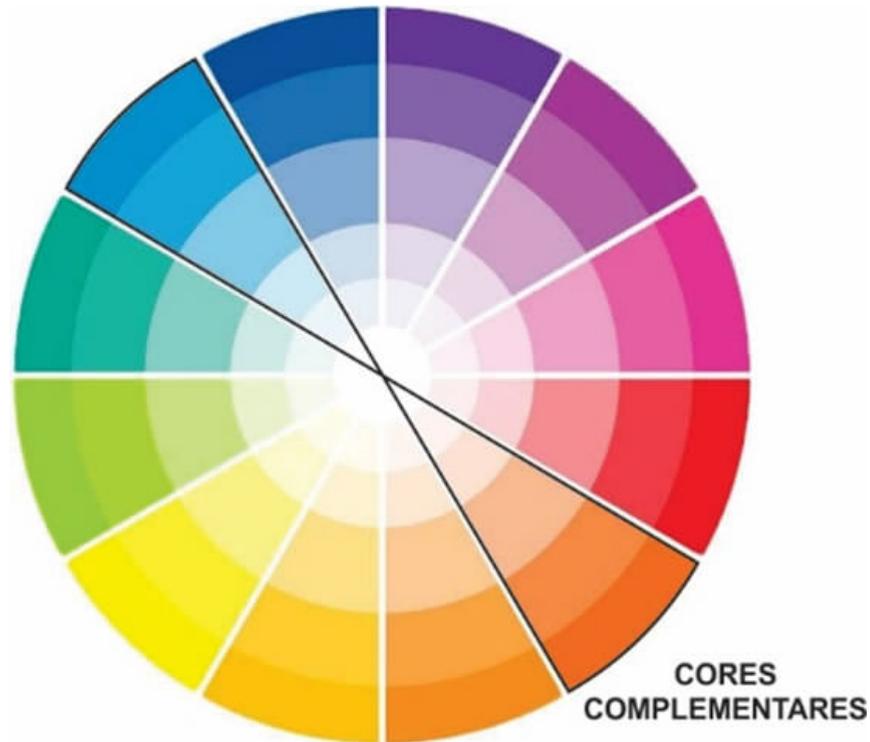
O círculo cromático possibilita diversas combinações diferentes, sendo as quatro mais populares a complementar, a análoga, a tríade e a monocromática. As cores complementares, por ficarem opostas no círculo cromático (Figura 9), se tornam combinações de alto contraste, podendo criar um efeito dramático. Alguns exemplos são: verde com vermelho, azul com laranja, amarelo com violeta.

A primeira geração, as cores primárias, dão origem ao nome do sistema: vermelho, amarelo e azul. Em seguida, vêm as secundárias, que derivam de suas combinações, como o verde, que é uma mistura de azul e amarelo, e o roxo, que é produzido pela combinação do vermelho e do azul. Depois, existem as terciárias. Os nomes das cores terciárias são retirados das cores primárias, e o sobrenome, das cores secundárias, por exemplo,

¹⁰ Disponível em https://www.mahalo.com.br/index.php?route=blog/article&article_id=6. Acesso em 25 de maio de 2022.

vermelho-alaranjado (TEMPONE, 2022, n.p).

Figura 9 - Cores complementares

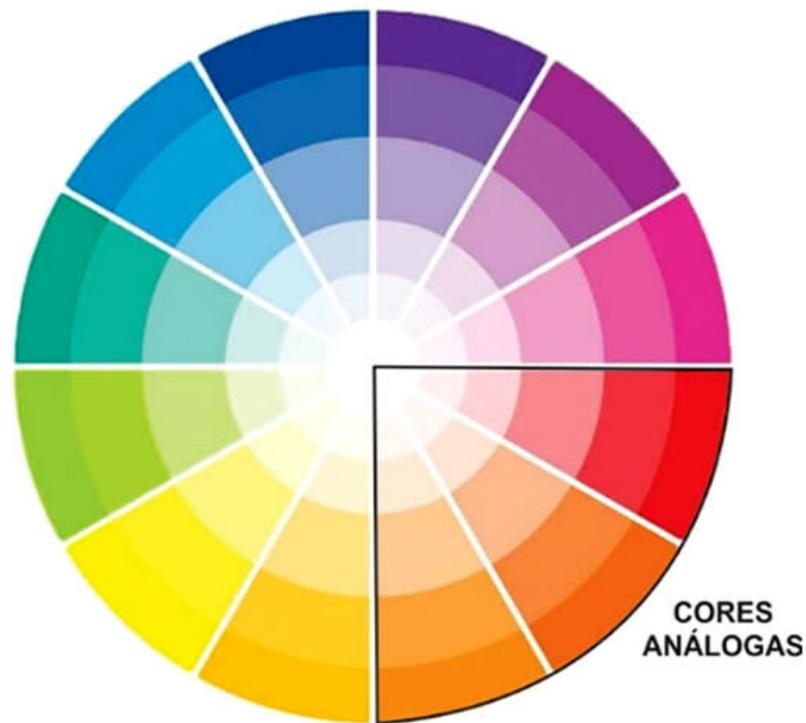


Fonte: Mahalo, 2022.¹¹

Já as cores análogas (Figura 10), por ficarem lado a lado no círculo cromático, se tornam uma combinação de baixo contraste, criando um efeito mais harmonioso. Exemplo: azul e verde, azul e violeta, laranja e amarelo, vermelho e laranja.

Figura 10 - Cores análogas

¹¹ Disponível em: https://www.mahalo.com.br/index.php?route=blog/article&article_id=6. Acesso em 25 de maio de 2022.

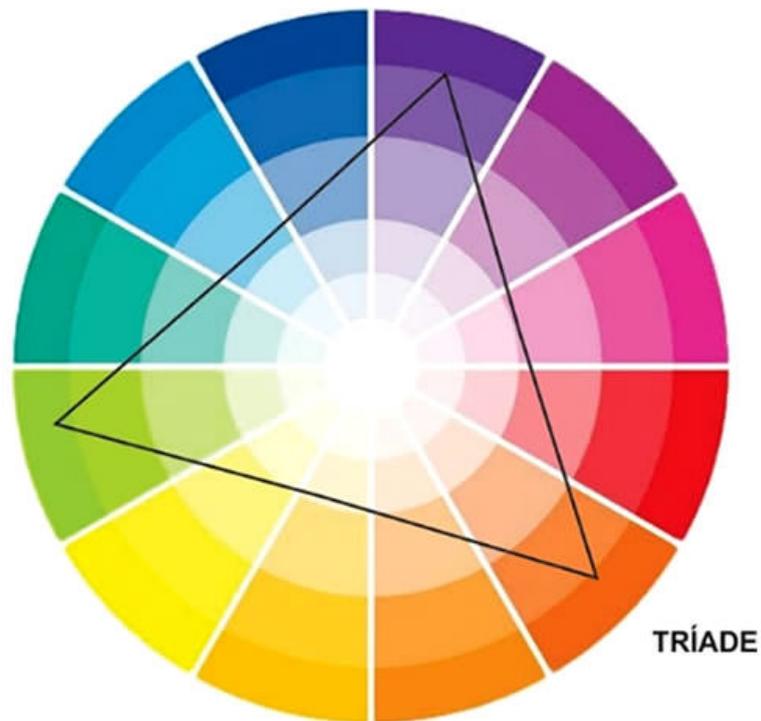


Fonte: Mahalo, 2022.¹²

As combinações de tríade (Figura 11) consistem em um triângulo perfeito, ou seja, um triângulo só pode ser composto apenas por cores primárias ou apenas por cores secundárias, não tendo a mistura de cores primárias e secundárias. Exemplo: amarelo, azul e vermelho (cores primárias) ou violeta, laranja e verde (cores secundárias).

Figura 11 - Tríade de cores

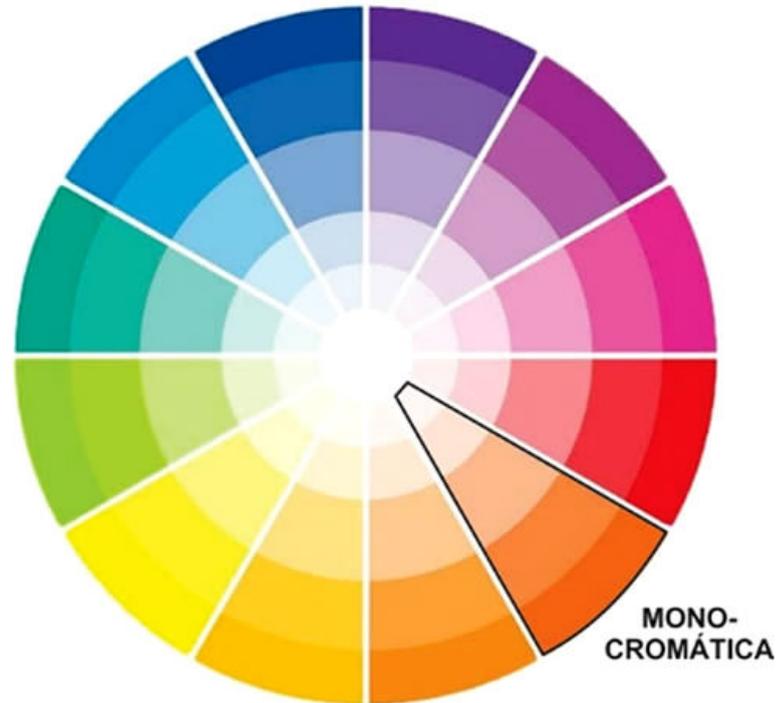
¹² Disponível em: https://www.mahalo.com.br/index.php?route=blog/article&article_id=6, Acesso em 25 de maio de 2022.



Fonte: Mahalo, 2022.¹³

Por último, a combinação monocromática (Figura 12), que é uma das combinações mais fáceis de ser usada, pois elege apenas uma cor, podendo mudar a intensidade da mesma. Exemplo: tons de rosa claro com rosa médio e rosa escuro (AGUIAR, 2011).

¹³ Disponível em: https://www.mahalo.com.br/index.php?route=blog/article&article_id=6. Acesso em 25 de maio de 2022.

Figura 12 - Monocromático

Fonte: Mahalo, 2022.¹⁴

Além do estilo e da coloração pessoal, a análise do consultor de moda também leva em consideração o biotipo do cliente para definir os *looks* ideais, conforme capítulo a seguir.

2.4 BIOTIPOS

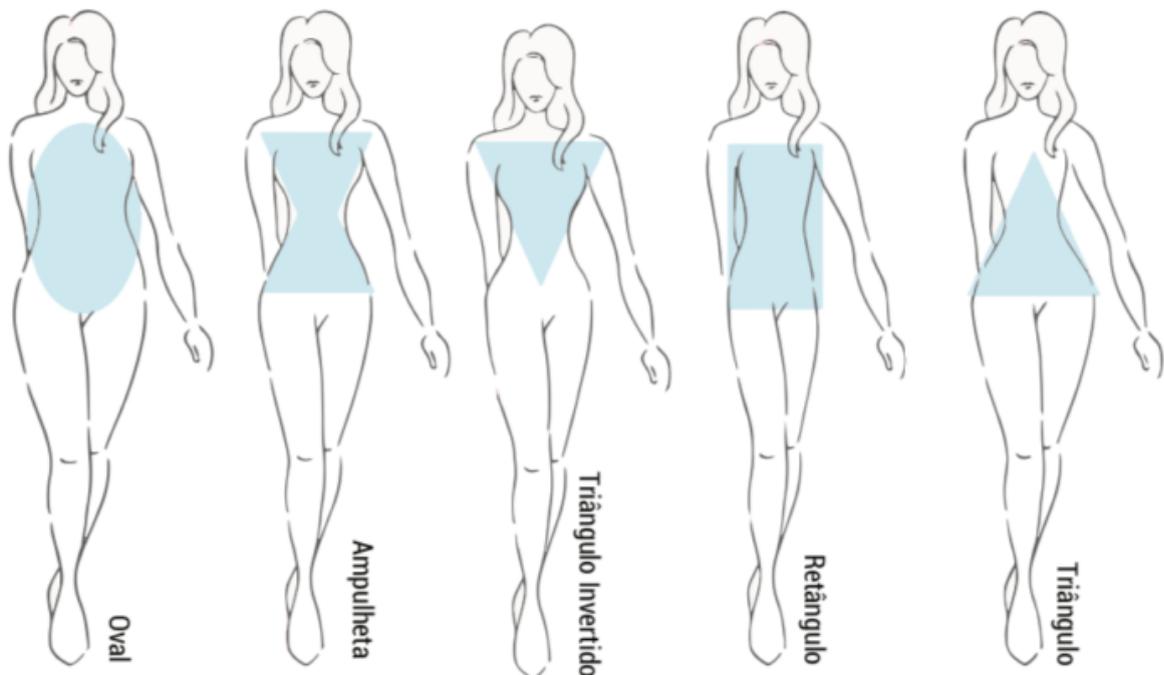
Os biotipos são as formas do corpo, e essas formas podem variar de pessoa para pessoa; segundo Aguiar (2011), duas pessoas podem usar o mesmo número de roupa, mas ter formatos de corpo diferentes, pois além da variedade de etnias, tem a miscigenação, além do fator idade, que faz com que a forma do corpo vá se alterando conforme se envelhece, então o que é indicado para uma pessoa pode não funcionar para outra.

¹⁴ Disponível em: https://www.mahalo.com.br/index.php?route=blog/article&article_id=6. Acesso em 25 de maio de 2022.

Tem-se cinco tipos de corpos, sendo eles: ampulheta, triângulo invertido, triângulo, retângulo, e oval (Figura 13). Para cada formato de corpo existem roupas, modelagens e uso de cores que podem favorecer mais.

Isso irá depender do que o cliente quer evidenciar, e assim como se pode evidenciar o que é harmonioso, com modelagens, cores ou tamanhos de roupas, também se pode evidenciar partes do corpo que poderiam ser disfarçadas, havendo modelagens que deixam o corpo com formas estranhas, desproporcional, entre outros fatores (AGUIAR, 2011).

Figura 13 - Biotipos



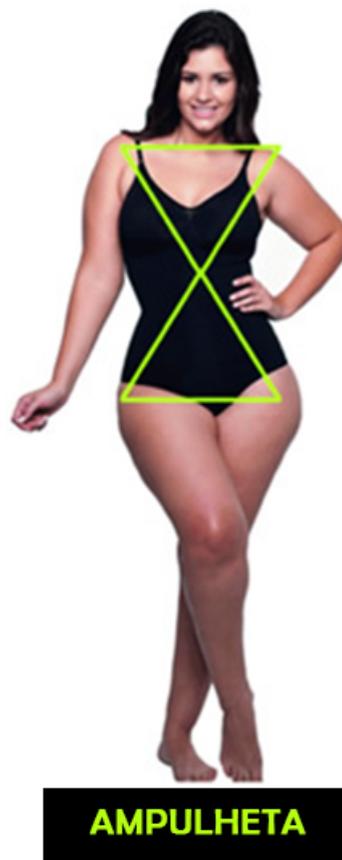
Fonte: Juliana Bacelar, 2022.¹⁵

A silhueta do formato ampulheta (Figura 14) tem ombros e quadris da mesma largura, cintura bem definida, costas largas e coxas volumosas.

¹⁵ Disponível em: <https://julianabacellar.com.br/proporcao-corporal-importancia-imagem-pessoal/>
Acesso em 26 de maio de 2022.

Usar calças com cortes retos, vestidos levemente acinturados, linhas verticais, saias fluidas evasê ou justas, blazers e blusas acinturadas para favorecer este biotipo. As modelagens que desfavorecem o corpo ampulheta são malhas ou tricô volumosos, roupas com muito volume que escondam a forma principal do corpo, que é a cintura, linhas horizontais, estampas na altura do busto ou coxa, ombreiras, casacos amplos de corte quadrado ou vestidos largos de corte reto (AGUIAR 2011).

Figura 14 - Modelo na silhueta ampulheta



Fonte: Flávia Christina, 2022.¹⁶

A silhueta triângulo invertido (Figura 15) tem busto volumoso, ombros largos, quadril estreito e pernas finas, e o ideal é tentar balancear estas proporções por meio da vestimenta com modelagens de blusas com manga raglã ou cava

¹⁶ Disponível em: <https://www.flaviachristina.com.br/descubra-seu-biotipo-e-valorize-sua-silhueta/>
Acesso em 26 de maio de 2022.

americana, saia evasê rodada ou reta, camisas e cores escuras na parte de cima, blusas de linhas simples, calça de boca mais aberta, pantalonas, vestidos acinturados por pences ou minisaias. O melhor é evitar blusas de tecido volumoso com detalhes na altura do busto ou de linhas horizontais, blusas ou jaquetas curtas, sendo elas acinturadas ou não, calças justas de boca afunilada, ombreiras, mangas de ombros caídos, mangas bufantes, saias e vestidos justos e afunilados, blusas de decote canoa, frente única ou tomara que caia, pois são peças que geralmente não irão favorecer a mulher que possui o corpo triângulo invertido (AGUIAR, 2011), já que reforçam esse formato em vez de equilibrar.

Figura 15 - Modelo na silhueta triângulo invertido

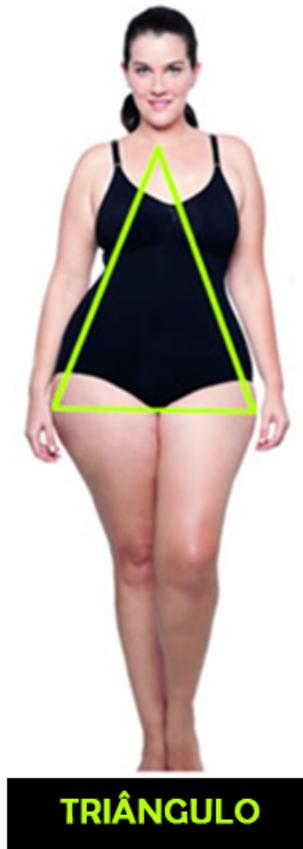


Fonte: Flávia Christina, 2022.¹⁷

¹⁷ Disponível em: <https://www.flaviachristina.com.br/descubra-seu-biotipo-e-valorize-sua-silhueta/>
Acesso em 26 de maio de 2022.

A silhueta triangular (Figura 16) é o oposto do triângulo invertido, pois tem o quadril e coxas mais acentuados do que os ombros, sendo eles mais estreitos, o quadril largo e as coxas volumosas. Modelagens como golas volumosas e cheias de detalhes, mangas de ombros caídos, linhas horizontais que saiam do ombro, ombreiras discretas, parte superior da roupa colorida ou em cores claras e parte de baixo escura, mangas com volume, blusas e camisetas coloridas, saias e vestidos evasê, tricô sequinho, camisa acinturada, casacos de corte reto ou acinturados, cintos na altura da cintura, vestidos de largura média que marcam a cintura podem ajudar a dar mais harmonia ao corpo com formato triangular. As peças que podem ocasionar a desarmonia do corpo são calça skinny ou de stretch, detalhes na altura dos quadris, calças com pregas, cintos largos ou muitos finos jogados na altura do quadril, blusa ou vestido de alças finas (AGUIAR, 2011).

Figura 16 - Modelo na silhueta triângulo



Fonte: Flávia Christina, 2022.¹⁸

Na silhueta retangular (Figura 17) a cintura não é definida, tem harmonia entre as medidas do ombro e do quadril, braços e pernas finos em relação ao corpo e poucas curvas. Aqui se tenta criar a ilusão de uma falsa cintura, então modelagens como vestidos de cintura baixa, cardigã longo, ligeiramente marcado na cintura, calças com pregas, calças boca de sino, blusas e camisetas levemente acinturadas por pences podem ajudar a dar essa cintura. As peças que devem ser evitadas são camisas ou camisetas largas ou retas, curtas ou compridas, golas altas, cintos de tons claros, casacos e jaquetas de corte reto, jaquetas curtas, blusa de lã com pontos grossos e largos, vestidos de corte reto (AGUIAR, 2011).

Figura 17 - Modelo na silhueta retangular



¹⁸ Disponível em: <https://www.flaviachristina.com.br/descubra-seu-biotipo-e-valorize-sua-silhueta/>
Acesso em 26 de maio de 2022.

Fonte: Flávia Christina, 2022.¹⁹

A silhueta oval (Figura 18) tem volume nos quadris, cintura e busto, com barriga proeminente. O ideal para este biotipo é criar linhas que alongam e chamar a atenção para rosto e ombros, as modelagens que mais valorizam são vestidos de cintura baixa com corte na diagonal, listras verticais ou diagonais, pences ou recortes, calças com corte reto, com o comprimento tocando o peito do pé, roupas de cores escuras e decotes V ou U, mangas 3/4 mais largas. Para favorecer o corpo oval, indica-se não usar peças como calças de cintura baixa, boca de calça afinada ou larga demais, roupas claras com brilho, calça com pregas, peças que deixam a barriga de fora, blusas ou camisetas muito largas, blusas ou vestidos de alças finas, linhas horizontais, saia rodada, colar tipo coleira ou de muitas voltas, tecidos volumosos, vestidos ou saia justa, vestidos com recorte abaixo do busto, pregas, babados ou drapeados, cintos e faixas que marquem a cintura (AGUIAR, 2011).

Figura 18 - Modelo na silhueta oval

¹⁹ Disponível em: <https://www.flaviachristina.com.br/descubra-seu-biotipo-e-valorize-sua-silhueta/>
Acesso em 26 de maio de 2022.



Fonte: Flávia Christina, 2022.²⁰

Os biótipos servem como linhas guias para a consultora de moda ter facilidade na hora de dar um diagnóstico, já que por vezes o que cai bem para um cliente nem sempre cairá bem para outro, então é fundamental estar atento às proporções e cores. Isso não significa que um biotipo jamais poderá usar algo que não a favorece, mas que para usar a roupa que não a favorece, deve-se tentar buscar outras peças que ajudem a criar um equilíbrio, com o objetivo que o cliente não se torne escravo da moda e das regras, e sim um consumidor feliz e realizado com seu estilo e imagem pessoal (AGUIAR, 2011).

Com a análise de estilo, cores e biotipos feitas, o consultor de imagem segue para a parte prática de manutenção do guarda-roupa, com a revisão das peças, montagem de *looks* e compras.

²⁰ Disponível em: <https://www.flaviachristina.com.br/descubra-seu-biotipo-e-valorize-sua-silhueta/>
Acesso em 26 de maio de 2022.

2.5 MANUTENÇÃO DO GUARDA-ROUPA

A manutenção do guarda-roupa se divide em três etapas. Primeiramente, o guarda-roupas é analisado para verificar quais peças seguirão sendo usadas, quais precisam ser reformadas e quais podem ser descartadas, conforme o estilo, cores, biotipos e gosto da cliente. Aguiar (2011, p.113) diz que “O guarda-roupas ideal é aquele em que você encontra as peças certas. Muitas pessoas possuem um aglomerado de roupas, mas não têm o que vestir. Mesmo com dúzias de blusas, calças, saias e acessórios, acabam vestindo sempre a mesma coisa”.

A partir de um questionário aplicado à cliente, o consultor entenderá o perfil individual e saberá moldar melhor o guarda-roupas para as necessidades de cada um. Após separar as roupas e tirar as peças que não servem mais e/ou que não combinam com o estilo atual do cliente, o ideal é começar trabalhando com as roupas que ficam, fazendo montagem de estilos e mostrando ao cliente quais peças combinam entre si. Pode-se separar o guarda-roupas por grupos de peças, cada grupo com oito a doze itens diferentes, todos coordenados, formando várias composições. “Dentro de um grupo de doze peças, você poderá formar trinta ou mais combinações. O nome que se dá a esses grupos de roupas é *capsule wardrobe*²¹” (AGUIAR, 2011, p.116).

Segundo Aguiar (2011), depois que o guarda-roupas estiver arrumado e com as peças separadas por grupos, o consultor deve fazer uma lista do que falta para compor as combinações. Nesta etapa é essencial que o profissional conheça o estilo de várias lojas, pois facilitará na hora de procurar as peças de roupas que precisa. O profissional sempre deve estar por dentro de todas as tendências para saber o que procurar, se é necessário para o guarda-roupas da cliente, ter ou não uma determinada peça (AGUIAR, 2011).

²¹ Armário cápsula, trad. livre. O conceito surgiu com a designer americana Donna Karan e sua coleção “*Seven Easy Pieces*” (sete peças fáceis, trad. livre), de peças que poderiam fazer várias combinações diferentes entre si com funções para ocasiões distintas.

O guarda-roupas é um grande investimento. A compra requer preparação e é esperado retorno da peça quanto a durabilidade, a flexibilidade e a satisfação pessoal. Uma determinada roupa custou caro, mas tem ótima qualidade e se encaixou perfeitamente dentro dos objetivos de seu cliente, e com certeza será usada por muito tempo. Ao passo que uma roupa de modinha será bem mais em conta, mas terá qualidade inferior, um curto período de vida e raramente será usada. Esse é o custo vezes o benefício (AGUIAR, 2011, p. 143).

O objetivo do consultor de moda na hora das compras é encontrar a roupa certa para seu cliente, unindo o que ele precisa, estando sempre muito bem informado sobre as tendências da temporada. Cada etapa da consultoria de imagem é de suma importância para a construção do estilo do cliente e para reforçar a imagem desejada, pois cada etapa da consultoria depende da outra para dar certo, e às vezes, uma etapa mal feita pode acabar com toda a construção de imagem do cliente (AGUIAR, 2011).

2.6 SUSTENTABILIDADE E A CONSULTORIA DE MODA

Segundo Ferronato (2015), a moda é mutável e anda de acordo com o tempo e as pessoas que passam por cada período. A moda está em constante mudança e a busca por inovação é cada vez mais rápida, porém com todos os avanços, principalmente de magazines e *fast fashion* (moda rápida, trad. livre), fica cada vez mais difícil somar desenvolvimento e sustentabilidade, gerando grande controvérsia.

De acordo com Aguiar (2019), o ato de se vestir já existe há milhares de anos e com o passar do tempo as vestes que eram algo exclusivamente para defesa de danos externos foi evoluindo para a moda e o estilo, o ser humano começou a ter a percepção do que é belo na natureza e a tentar imitá-la para se diferenciar. Curiosamente, todos começaram a querer ter sua própria identidade e diferencial, e

na busca pelo diferente, ficaram iguais. O intuito do estilo pessoal é o processo de se auto descobrir e construir seu próprio estilo.

Conforme Araújo, Broega e Ribeiro (2014), a sustentabilidade está em voga, principalmente na moda, pois as pessoas estão começando a voltar seus olhos para a relevância da sustentabilidade e pensando em produtos mais sustentáveis, visto que a falta de ações sustentáveis vem resultando em problemáticas preocupantes para o meio ambiente.

A sustentabilidade pode ser entendida como um conjunto de ideias, estratégias e atitudes que servem de alternativa para garantir a existência dos recursos naturais do planeta, a biodiversidade e a proteção da espécie humana, promovendo soluções e desenvolvimentos ecologicamente corretos.

“As noções de sustentabilidade tem raízes profundas no uso criterioso dos recursos, e poucas ideias demonstram tanta persistência na moda como reutilizar roupas no estado em que se encontram, isto é, sem submetê-las a modificação alguma” (FLETCHER; GROSE, 2012, p.66). Segundo Fletcher e Grose (2012), o reaproveitamento é uma forma significativa de se contribuir para sustentabilidade, fazendo com que peças que seriam jogadas fora continuem circulando e evitando o consumo de novas matérias-primas.

Na ampla categoria da reutilização, há vários níveis de atividade; cada um oferece oportunidades diferentes para inovação. O mais óbvio é a reutilização direta, em que peças de qualidade são separadas e redirecionadas para brechós sofisticados e *vintage*, e o restante é comprado por comerciantes para o mercado de brechós menos especializados. Ambos os caminhos geram empregos e mantêm as roupas em uso por mais tempo, economizando recursos. No entanto, apenas 10% das roupas são reutilizadas dessa maneira; o restante é embalado e segue para mercados de roupas usadas no exterior (FLETCHER, GROSE, 2012, p. 66).

A sustentabilidade exige diversas mudanças no cotidiano das pessoas, há vezes que são necessárias mudanças alimentares, de higiene e principalmente de consumo em geral. Porém, os processos de reutilização e reciclagem exigem muito pouco no que diz respeito a mudanças mais profundas nos hábitos de compras ou nas metas de produção, sendo assim uma mudança que não afeta tanto o dia a dia, e que pode gerar grandes resultados a longo prazo (FLETCHER, GROSE, 2012).

A maioria das empresas de moda atualmente segue a linha *fast fashion*, sendo que esta consiste na produção em massa, gerando muitos resíduos, margem para o trabalho escravo e má qualidade nas peças. Em contrapartida, para se opor a este sistema, Kate Fletcher criou o termo *slow fashion*²², promovendo a conscientização sobre o consumo de moda e os meios de produção do vestuário.

O *slow fashion* consiste em um processo mais lento, pensado em cada detalhe, desde a origem do subsídio até a peça pronta chegar ao cliente final. Um dos pilares deste sistema é o minimalismo, pois as peças são feitas para serem atemporais e durarem mais que apenas uma estação. A qualidade também é de suma importância neste sistema, pois é tendo uma boa qualidade que a peça terá uma longa vida e poderá ser usada muitas e muitas vezes, evitando seu descarte precoce e conseqüente poluição.

A consultoria de moda ajuda diretamente as mulheres a conhecerem mais a si, é o pontapé inicial para hábitos mais sustentáveis, o indivíduo se torna mais seletivo, e compra coisas que realmente usaria, peças de roupas que realmente fazem sentido ter no guarda-roupas, diminuindo assim compras por impulso.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente projeto de pesquisa se configura como de natureza aplicada, pois, por sua vez, se pretende estudar os fenômenos, analisar ou interpretar gerando conhecimento para poderem ser aplicados em cima de algo que já foi definido anteriormente (MARCONI; LAKATOS, 2008).

Quanto aos objetivos, esta pesquisa se caracteriza como exploratória. A pesquisa exploratória, conforme Gil (2008), tem como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, sendo que o objetivo principal é aprimorar ideias ou a descoberta de intuições. Sendo esta uma pesquisa com um planejamento bastante flexível. Na maioria dos casos pode-se envolver o levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema de

²² Disponível em: <<https://plataoplomo.com.br/consumo-consciente-o-que-e-slow-fashion/>> . Acesso em 09 de setembro de 2021.

pesquisa e a análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 2008). O presente trabalho utiliza uma abordagem qualitativa e quantitativa, sendo feita a formulação de características observáveis, ou experimentalmente determinados do objetivo de estudo (MARCONI, LAKATOS, 2008).

No que se refere aos procedimentos técnicos, é utilizado o método documental com o intuito de mostrar como seria se o aplicativo fosse de fato produzido.

O planejamento deste tipo de pesquisa ocorre da seguinte forma: a) formulação do problema; b) construção de hipóteses; c) operacionalização das variáveis; d) definição do plano experimental; e) determinação dos sujeitos; f) determinação do ambiente; g) coleta de dados; h) análise e interpretação dos dados; i) apresentação das conclusões (GIL, 2008, p.66).

A população participante da pesquisa foi selecionada por meio de amostra sistemática aleatória utilizando questionário online.

3.1 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

O cronograma teve o intuito de direcionar as etapas do trabalho de conclusão de curso, deixando claro cada atividade e período para ser executada.

O quadro se iniciou em agosto de 2021, com a elaboração do projeto e definição do tema, problema, justificativa e objetivos, que seguiram por setembro e outubro. Em setembro e outubro de 2021, foi executada a revisão de literatura e pesquisa bibliográfica. Em outubro, foi projetada e executada a definição da metodologia. Em novembro, a apresentação em banca. A partir de fevereiro de 2022 deu-se início a revisão bibliográfica complementar, que se estendeu até abril, e dentro deste mesmo mês se iniciou a coleta de dados para em abril e maio poderem ser analisados e interpretados todos os dados. Em maio finalizaram-se as análises, em junho fez-se a revisão do trabalho de conclusão de curso, a preparação dos slides para apresentação e defesa do trabalho.

Quadro 1 - Cronograma de atividades

Atividades	Ago. 2021	Set. 2021	Out. 2021	Nov. 2021	Dez. 2022	Fev. 2022	Mar. 2022	Abr. 2022	Mai. 2022	Jun. 2022
Elaboração do projeto e definição de tema, problema, justificativa e objetivos	X	X	x							
Revisão de literatura/ Pesquisa bibliográfica		X	X							
Definição da metodologia			X							
Elaboração do projeto	x	X	X	x						
Revisão do Projeto				X						
Entrega do projeto				X						
Apresentação em banca				x						
Início do TCC II						X				
Revisão bibliográfica complementar						X	X	X		
Coleta de dados							X	X		
Análise e interpretação dos dados								X	X	
Revisão do TCC II									X	X
Entrega do TCC II										x
Preparação dos slides para apresentação									X	
Apresentação em banca para aprovação									X	X

Fonte: elaborado pela autora, 2022.

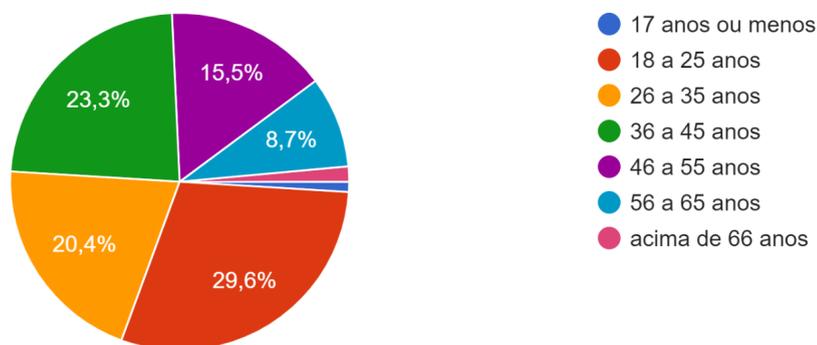
O cronograma foi o pontapé inicial para a organização e realização do presente trabalho, com maestria e disciplina a cumprir os prazos estabelecidos para que toda a pesquisa ficasse pronta até a data de entrega. Também foi de suma importância a organização do tempo para a coleta e análise dos dados, que foi realizada com 25 perguntas mescladas entre objetivas e descritivas, para a melhor compreensão das respostas e maior êxito da pesquisa, conforme capítulo a seguir.

4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Tendo em vista a relevância do uso de celulares no cotidiano, o objetivo desta pesquisa é desenvolver um aplicativo *mobile* de consultoria de moda voltado ao público feminino. Para isso, a coleta dos dados utilizou um questionário online com 25 perguntas, sendo 2 descritivas e 23 objetivas, a fim de obter informações a respeito do conhecimento sobre a consultoria de moda e uso de aplicativos de moda, obtendo 251 respostas, sendo 45 respostas do público masculino e 206 do público feminino. Como o aplicativo foi inicialmente pensado para o público feminino, foram desconsideradas as 45 respostas dos homens, focando a análise dos dados somente nas 206 respostas das mulheres.

Observou-se que o maior número de respostas foram de mulheres entre 18 e 25 anos (60 pessoas, representando 29,6%), seguidas pela faixa de mulheres entre 36 e 45 anos (48 pessoas, representando 23,3%) e 26 a 35 anos (42 pessoas, representando 20,4%).

Figura 19 - Idade dos participantes



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

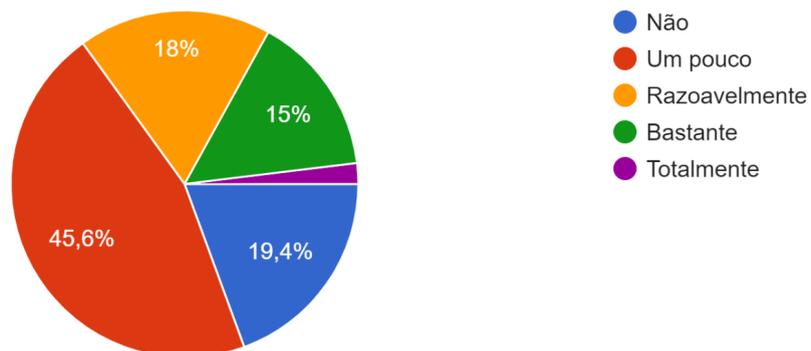
Dentre os municípios dos respondentes, tiveram as mais diversas localidades, com predominância de respostas de Criciúma-SC com 83 respondentes, Urussanga com 19 respondentes, Araranguá com 10 respondentes e Chapecó com 9 respondentes. Entre as demais cidades, localizam-se: 7 Içara, 7 Tubarão, 6 Forquilha, 5 Cocal do Sul, 5 Florianópolis, 4 São Ludgero, 4 Sombrio, 3 Armazém, 3 Blumenau, 3 Curitiba, 3 Morro da Fumaça, 3 Nova Veneza, 2 São

Paulo, 2 Joinville, 2 Santa Rosa do Sul, 1 Lajeado, 1 Lauro Muller, 1 Mafra, 1 Manaus, 1 Maraú, 1 Passo de Torres, 1 Pedras Grandes, 1 Pelotas, 1 Petrópolis, 1 Recife, 1 Balneário Rincão, 1 São Miguel do Oeste, 1 Siderópolis, 1 Turvo, 1 Viçosa, 1 Canoas, 1 Cascavel, 1 Caxias do Sul, 1 Foz do Iguaçu; ao todo, completando 30 municípios, tendo ainda duas respostas internacionais, sendo uma de Milão-Itália, e a outra de Londres-Inglaterra.

A pergunta seguinte buscou entender se as respondentes sofrem de indecisão na hora de escolher o que vestir (Figura 20). A classificação oferece 5 opções de resposta: não, um pouco, razoavelmente, bastante, e totalmente. A maioria respondeu “um pouco”, chegando a 45,6% (93 respostas) nessa opção, seguidas por 19,4% (40 respostas) “não”; 18% (37 respostas) “razoavelmente”; 15% (31 respostas) “bastante” e apenas 2% (4 respostas) “totalmente”. Assim, é possível observar que a maioria localiza-se em um espaço de média indecisão na hora de escolher o que vestir.

Figura 20 - Indecisão na hora de escolher o que vestir

Quando se trata de escolher o que vestir, você se considera uma pessoa indecisa?
206 respostas



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

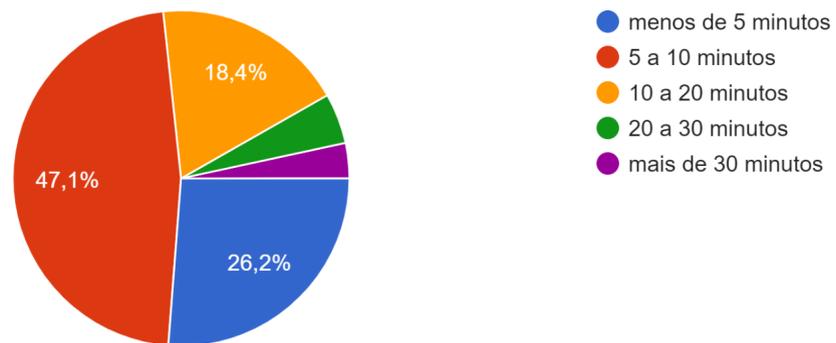
Após, buscou-se medir quanto tempo as respondentes demoram para escolher o que vestir (Figura 21), obtendo os seguintes resultados: 47,1% (97 pessoas) responderam que levam de 5 a 10 minutos; 26,2% (53 pessoas)

responderam que levam menos de 5 minutos; 18,4% (38 pessoas) responderam que levam de 10 a 20 minutos; 4,8% (10 pessoas) responderam que levam de 20 a 30 minutos; e 3,4% (7 pessoas) responderam que levam mais de 30 minutos.

Figura 21 - Tempo médio para escolher as roupas no dia a dia

Quanto tempo você demora (em média) para escolher suas roupas no dia a dia?

206 respostas



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Após, foi questionado quais as maiores dificuldades que tem ao se vestir (Quadro 2), sendo que a maior porcentagem foi de 44,7% na alternativa referente a não conseguir combinar as peças na hora da escolha das roupas, e a segunda maior porcentagem, de 42,2%, foi de sempre usar as mesmas peças. Ainda, 19,4% indicaram não conseguir achar as peças dentro do guarda-roupas, dificultando na escolha das combinações e impossibilitando o usuário de fazer combinações desejáveis por não conseguir lembrar das peças que possui.

Quadro 2 - Maiores dificuldades na hora de se vestir

ALTERNATIVA	RESPONDENTES
Misturar as cores	36 (17,5%)
Combinar as peças	92 (44,7%)
Não conseguir achar as peças	40 (19,4%)
Usar sempre as mesmas peças	87 (42,2%)
Nenhuma das alternativas/não tenho dificuldades	9 (6,9%)
Sou uma irmã religiosa	1 (0,5%)
Adequar as peças ao corpo	1 (0,5%)

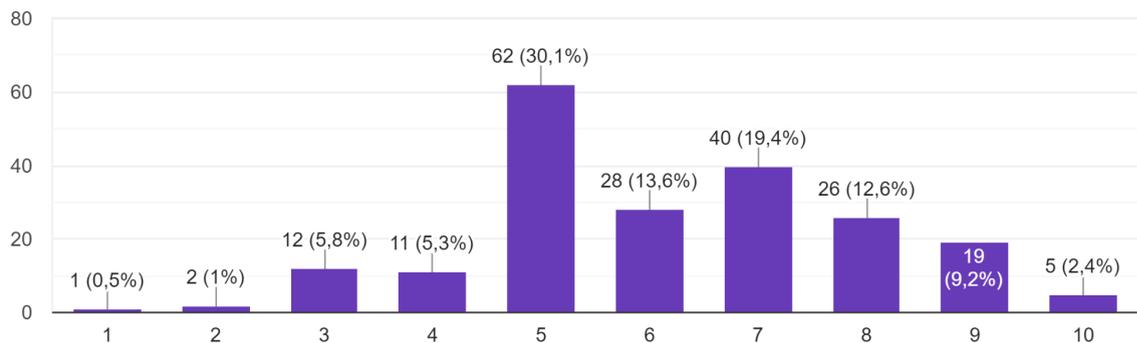
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Perguntadas sobre o quanto do guarda-roupa utilizam (Figura 22), em uma escala de 1 a 10, houve 30,1% (62 respostas) de mulheres que acreditam usar somente metade do seus guarda-roupas, dando uma nota de 5, e somente 2,4% (5 mulheres) acreditam usar 100% de seus guarda-roupas, reforçando a hipótese que a maioria das mulheres consomem peças que sequer usam, dando suporte a proposta de uma plataforma que poderia contribuir com a otimização do guarda-roupas.

Figura 22 - Porcentagem de uso do guarda-roupas

Numa escala de 1 a 10, qual porcentagem do seu guarda-roupas você acredita que usa?

206 respostas



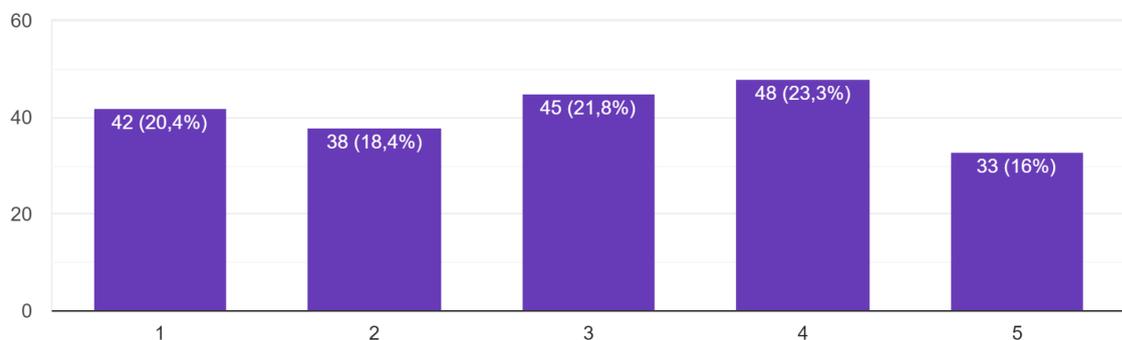
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Para o quanto se importam com o que as pessoas pensam da sua aparência, as respostas foram bastante equilibradas, mas destaca-se que 23,3% (48 mulheres) deram 4 e 16% (33 mulheres) deram 5 em uma escala de 1 a 5 para a importância da questão, mostrando que há relevância na preocupação com a imagem que passa para as pessoas à sua volta por meio da vestimenta (Figura 23).

Figura 23 - Importância do que outros pensam da sua forma de vestir

Numa escala de 1 a 5, o quanto você se importa com o que as pessoas pensam da sua forma de vestir?

206 respostas



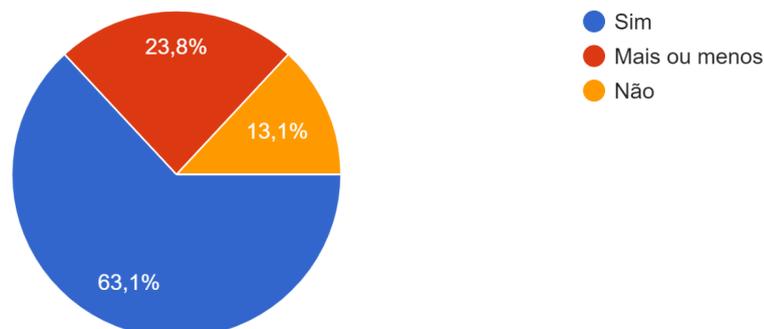
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Sobre se já conheciam a consultoria de imagem, mais da metade da amostra da pesquisa já conhecia ou havia ouvido falar de consultoria de imagem, com apenas 13,1% não tendo conhecimento do assunto (Figura 24).

Figura 24 - Conhecimento sobre consultoria de imagem

Você sabe o que é (ou já ouviu falar sobre) a consultoria de imagem?

206 respostas

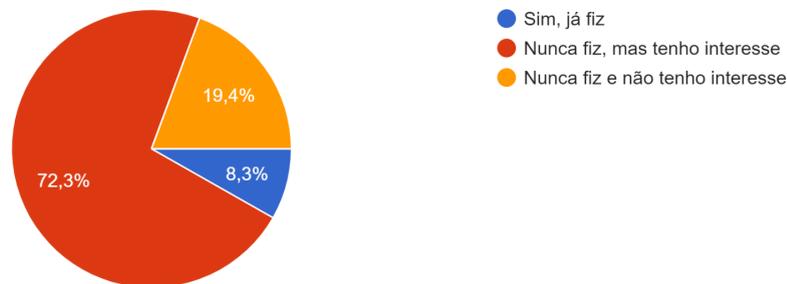


Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Após, perguntadas se já haviam feito ou tinham interesse em fazer a consultoria, cerca de 8% das respondentes afirmam que já passaram pela consultoria de imagem. Ainda, 72,3% das mulheres nunca fizeram consultoria de imagem, mas tem interesse, mostrando como a área vem se expandindo (Figura 25).

Figura 25 - Já fez (ou tem interesse em fazer) consultoria de imagem

A consultoria de imagem é um processo de autoconhecimento durante o qual a consultoria irá te auxiliar na sua forma de vestir, ensinando as core... (ou gostaria de fazer) uma consultoria de imagem?
206 respostas



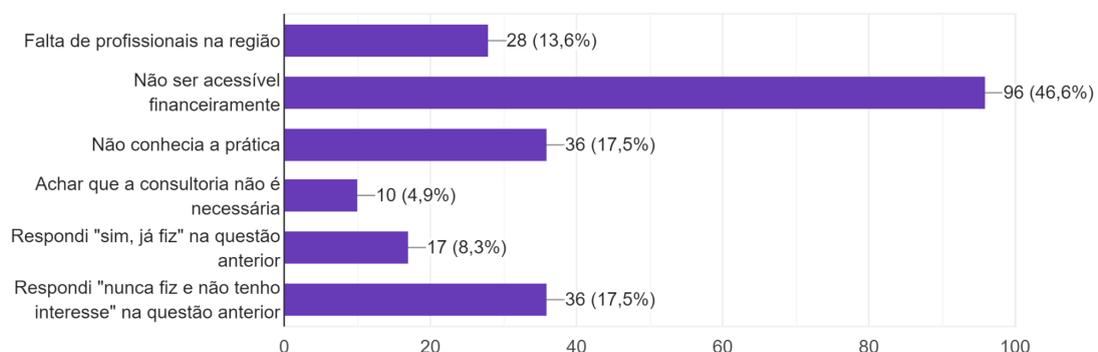
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Quanto aos motivos para não ter feito consultoria de imagem, percebe-se que os principais motivos são a falta de acessibilidade financeira (46,6%) e falta de profissionais na região (13,6%). Ainda, destaca-se que 17,5% afirmam não terem feito por não conhecerem a prática (Figura 26).

Figura 26 - Motivos para não ter feito consultoria de imagem

Caso tenha respondido "nunca fiz, mas tenho interesse", qual foi o motivo?

206 respostas



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Entrando mais a fundo na consultoria, perguntou-se se conheciam os sete estilos universais (Figura 27). Em relação ao conhecimento sobre os seus estilos, algumas mulheres já ouviram falar sobre os estilos universais, porém em sua maioria não conhecem mais a fundo ou sequer conhecem. No total, 12,1% (23 mulheres) alegaram conhecer a teoria dos sete estilos universais e 19,4% (40 mulheres) já ouviram falar sobre.

Figura 27 - Conhecimento sobre os sete estilos universais

Você já conhece a Teoria dos Sete Estilos Universais?

206 respostas



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Sobre conhecer os seus estilos, quase três quartos das mulheres não conhecem, mais especificamente, 74,3%. Ainda, 11,2% conhecem a teoria, mas não os seus estilos; 7,5% estão no processo de descobrimento e apenas 7% (14 mulheres) disseram que já conhecem o seu estilo (Figura 28).

Figura 28 - Conhecimento sobre os seus estilos

Caso conheça, você já sabe quais são os seus estilos universais?

206 respostas

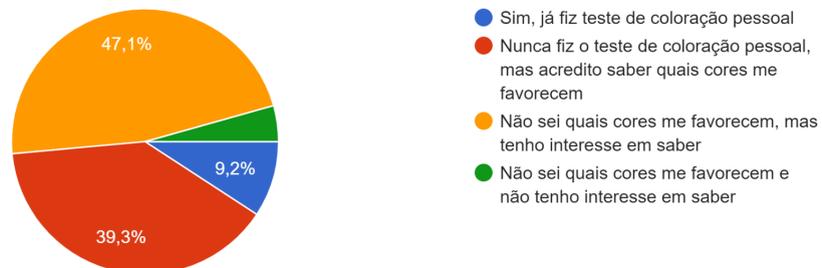


Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Quanto à etapa de cores da consultoria, foi perguntado se já sabiam quais cores mais favoreciam. Dentre as respostas, 9,2% afirmaram que já fizeram o teste de coloração pessoal e 4,4% não sabem e não têm interesse em saber quanto às cores. Do restante, 47,1% não sabem, mas tem interesse em saber, e 39,3% disseram não terem feito o teste, mas acreditam que sabem quais cores favorecem (Figura 29).

Figura 29 - Conhecimento sobre as cores que mais favorecem

A coloração pessoal é uma das etapas iniciais da consultoria de imagem, na qual a consultora testa as dimensões das cores próximo ao seu rosto para...a pele. Você sabe quais cores mais te favorecem?
206 respostas



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Da influência das cores na composição dos looks (Figura 30), a maioria das mulheres (55,3%) acredita que tendo mais certeza de quais são as suas cores, se sentiriam mais confiantes em usar cores diferentes para além de tons neutros, e que isso também poderia influenciar em como elas compõem seu visual. Porém, 36,4% ainda não tem certeza se saber se sua cartela as faria ter mais confiança na hora da composição. Destaca-se que uma respondente citou usar apenas preto para emagrecer, mostrando a falta de conhecimento sobre cores devido ao mito que cor emagrece ainda ser difundido, algo que a consultoria busca desmistificar.

Figura 30 - Influência do conhecimento de cores na composição dos looks

Você acredita que, conhecendo as cores que te favorecem e sabendo como combinar cores, você mudaria a forma de compor seus looks?

206 respostas



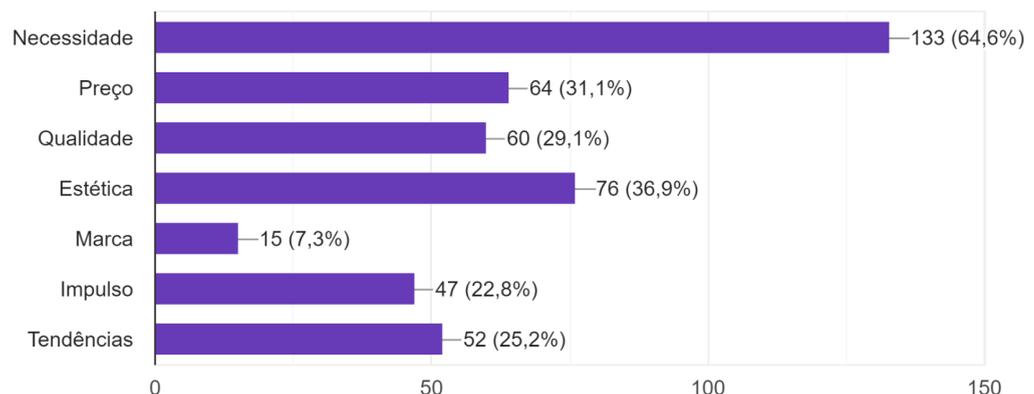
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Dentre as respostas da questão sobre a motivação para comprar roupas (Figura 31), percebe-se que os principais motivos são necessidade (64,3%) e estética (36,9%). Preço (31,1%) e qualidade (29,1%) tiveram peso parecido na motivação, e tendências (25,2%) e impulso (22,8%) também ficaram próximos um do outro. O motivo menos influente foi a marca, com apenas 7,3%.

Figura 31 - Motivação para comprar roupas

O que te motiva a comprar roupas novas?

206 respostas



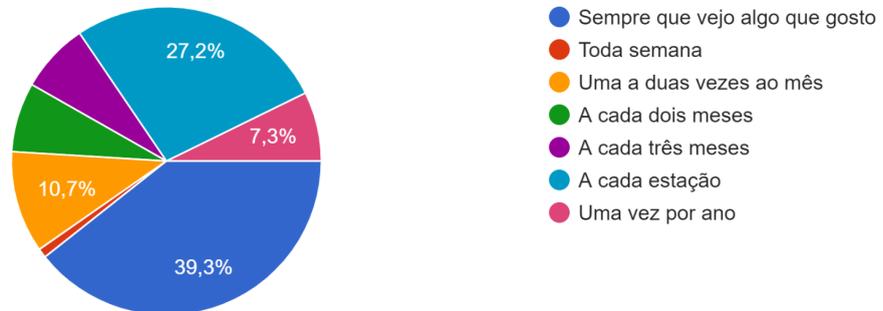
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Na Figura 32, vê-se que 39,3% das mulheres compra peças de roupa sempre que vêem e gostam, colocando a impulsividade acima da necessidade na hora da compra. Ainda, 27,2% compram a cada estação e 7,3% uma vez por ano, mostrando uma personalidade mais voltada ao consumo por necessidade.

Figura 32 - Frequência de compra de roupas

Com que frequência você compra suas roupas?

206 respostas



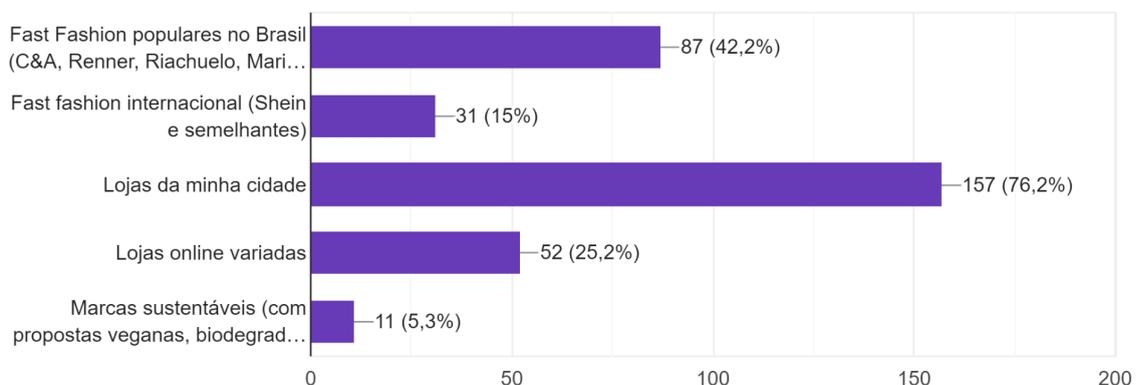
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Sobre os tipos de loja em que costuma comprar, 76,2% compram em lojas locais dentro de suas próprias cidades, incentivando o comércio do município, e 42,2% dizem comprar de *fast fashions* populares como C&A, Riachuelo, Renner e Marisa. Sobre *fast fashion* internacionais, como a Shein e semelhantes, 15% compram nessas lojas, sendo que as mulheres que compram nessas lojas são o público mais jovem de 18 a 25 anos, e 25,2% em lojas online variadas. Apenas 5,3% dizem comprar de marcas com propostas sustentáveis, conforme visto na Figura 33. Percebeu-se que o público de 56 anos ou mais não consome nem de marcas sustentáveis e nem de *fast fashions*, é um público mais voltado a marcas locais.

Figura 33 - Tipos de loja que consome

Em quais tipos de lojas você costuma comprar?

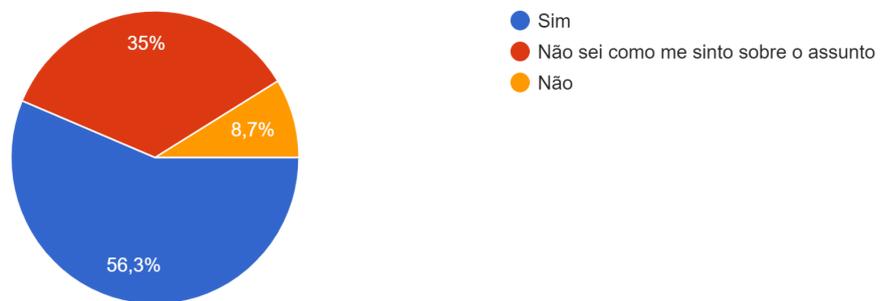
206 respostas



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Em contrapartida aos dados da questão anterior, ao serem questionadas sobre a busca por práticas sustentáveis na hora de comprar, 56,3% dizem querer ter hábitos de consumo mais sustentáveis, enquanto 35% dizem que ainda não sabem como se sentem sobre o assunto. Apenas 8,7% das respostas afirmam que não querem mudar seus hábitos de consumo, mostrando que a preocupação com a sustentabilidade está se tornando geral (Figura 34).

Figura 34 - Busca por práticas sustentáveis
 Você gostaria de ter práticas mais sustentáveis na hora de fazer uma compra?
 206 respostas



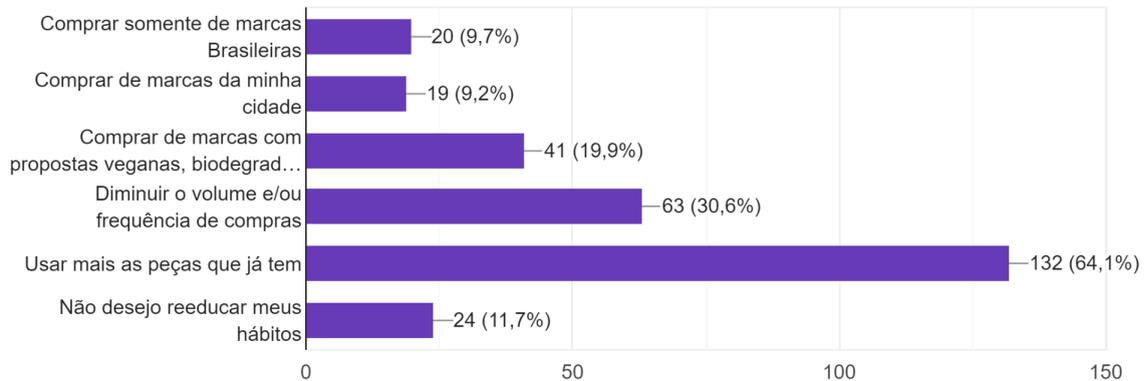
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Quanto aos hábitos que gostariam de reeducar, 64,1% desejam usar mais as peças que já se encontram dentro de seus guarda-roupas, validando a hipótese desta pesquisa de que um aplicativo que de combinações de roupas pode contribuir com que as mulheres aproveitem mais em peças que já estão dentro de seus guarda-roupas, otimizando e as fazendo usar melhor suas roupas. Além disso, 30,6% desejam diminuir o volume ou frequência de compras; 19,9% comprar de marcas mais sustentáveis, 9,2% comprar de marcas da cidade e 9,7% comprar apenas de marcas brasileiras. Por fim, 11,7% afirmam não desejar reeducar os hábitos (Figura 35).

Figura 35 - Hábitos que gostaria de reeducar

Quais hábitos você gostaria de reeducar?

206 respostas



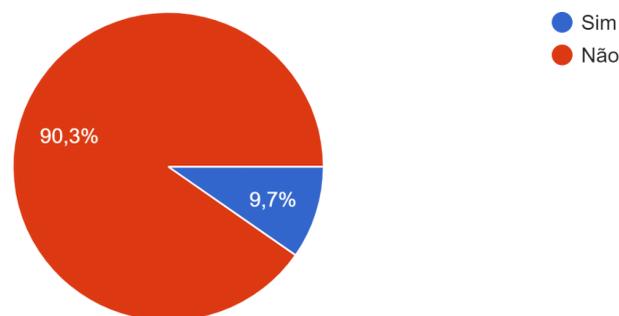
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Entrando na proposta do aplicativo, perguntou-se se as respondentes utilizam algum aplicativo de moda no dia-a-dia, com 90,3% respondendo que não e 9,7% respondendo que sim, como mostra a Figura 36. Muitas mulheres têm interesse em consumir de forma mais consciente, utilizando mais as próprias roupas e sabendo aproveitar elas ao máximo. Porém, muitas mulheres não sabem como combinar as roupas de diferentes formas e nem qual é seu estilo pessoal, dificultando na hora da escolha de *looks*.

Figura 36 - Uso de aplicativos de moda

Você utiliza algum aplicativo de moda no dia a dia?

206 respostas

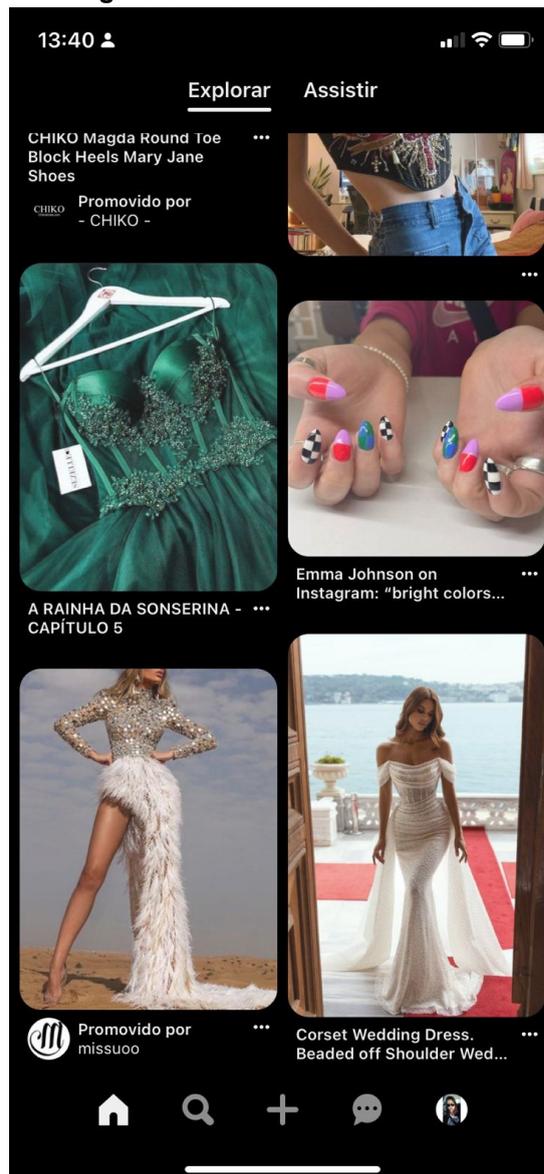


Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Dentre os 9,7% (20 mulheres) que responderam que utilizam, também foi questionado quais são esses aplicativos e os nomes citados foram: *Pinterest*,

ColorApp e *Whering*. As funções destes aplicativos são variadas: *Pinterest* é um aplicativo gratuito com arquivos de imagens, onde pode-se pesquisar palavras-chave para se encontrar referências desejadas, podendo salvá-las em pastas, criar pastas e postar fotos para que outras pessoas possam salvar ou compartilhar (Figura 37).

Figura 37 - Tela inicial do *Pinterest*



Fonte: *Pinterest*, 2022.

ColorApp (Figura 38) é um aplicativo com algumas funções gratuitas e com outras funções que são pagas. Ele se diz completo na área de coloração, pois pode

sugerir infinitas combinações para tornar o dia a dia mais prático, podendo montar looks e até combinar as cores da cartela nas ferramentas Harmonia e Neutros. Tem a ferramenta paleta do dia onde o usuário pode compartilhar suas cores preferidas a partir de fotos. Havendo também uma aba de busca de produtos através das cores podendo ganhar descontos na hora da compra tanto de peças do vestuário quanto de decorações. E por fim tem também uma ferramenta de inteligência artificial que ajuda a descobrir qual estação da coloração pessoal a cor pertence. Por meio da câmera fotográfica do celular é só apontar para a cor desejada que o aplicativo fará toda esta análise.

Figura 38 - Tela inicial do *Colorapp*

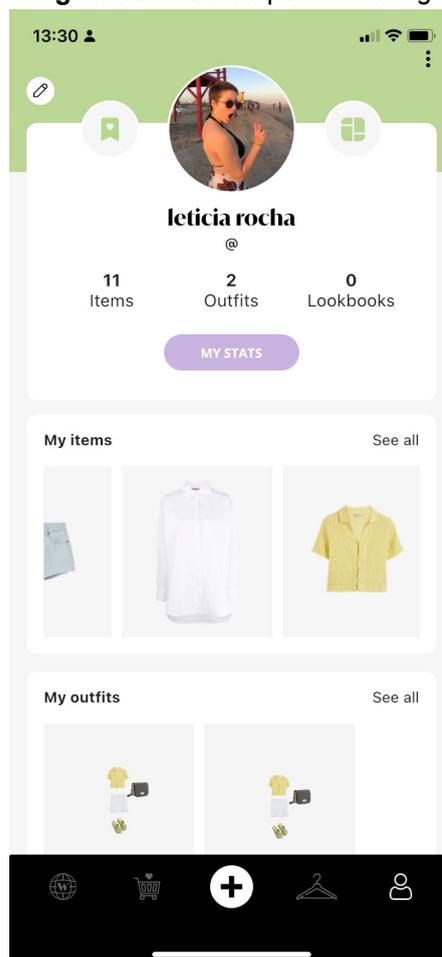


Fonte: *Colorapp*, 2022.

O *Whering* é um aplicativo gratuito onde pode-se fotografar suas próprias roupas ou usar as roupas do aplicativo que se assemelham às suas para fazer combinações por meio de um botão de geração aleatória, e você vai combinando as roupas até achar a combinação preferida (Figura 39).

A diferença entre o *Whering* e o aplicativo proposto nesta pesquisa é que no *Whering* a pessoa deve montar a combinação de acordo com sua vontade, já no aplicativo proposto essa combinação de peças será gerada de forma automática com embasamento da inteligência artificial, que fará as combinações organizadas a partir do padrão dos sete estilos universais, e por meio do questionário as combinações sairão adequadas com o seu estilo, a ponto de utilizar peças de roupas que talvez não seriam utilizadas se não fosse o aplicativo indicando, dando um leque maior de possibilidades do que as pensadas somente pela usuária.

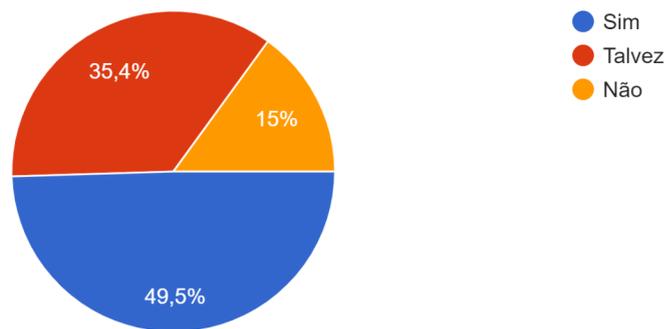
Figura 39 - Tela de perfil *Whering*



Fonte: *Whering*, 2022.

Quanto à disposição para usar um aplicativo que auxilie na hora de se vestir, 49,5% afirmam ter interesse em começar a usar e 35,4% responderam “talvez”. No total, 15% não demonstram interesse em um usar um aplicativo (Figura 40).

Figura 40 - Disposição para uso de aplicativo de moda
Você gostaria de usar um aplicativo para te ajudar na hora de se vestir?
206 respostas

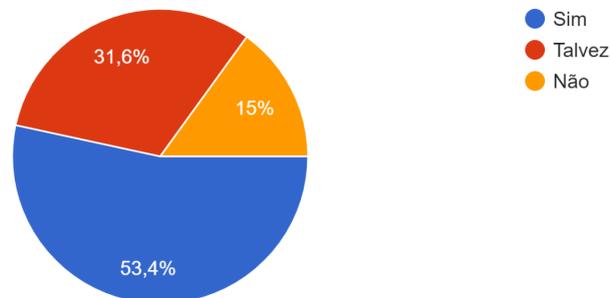


Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Um dos objetivos deste aplicativo é ajudar as mulheres a terem um hábito de consumo mais sustentável, podendo usar mais as próprias roupas e consumindo menos e/ou de marcas mais sustentáveis. Por isso, perguntou-se se as respondentes gostariam de receber informações a respeito de marcas sustentáveis dentro do aplicativo (Figura 41), e 53,4% disseram que gostariam de ter um aplicativo que as ajudasse a se vestir e ainda pudesse dar informações a respeito de marcas sustentáveis. Do restante, 31,6% se mostraram indecisas sobre esta pergunta e 15% responderam que não se interessaram neste tipo de função, sendo que estas são as mesmas pessoas que dizem não ter interesse em um aplicativo para ajudar na hora de se vestir.

Figura 41 - Informações de marcas sustentáveis no aplicativo

Considerando que um dos objetivos do aplicativo é tornar os hábitos de consumo e vestir mais sustentáveis, você gostaria de receber informações a respeito de marcas sustentáveis dentro dele?
206 respostas



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

De tal forma, pode-se verificar na análise dos dados que foram obtidas respostas bastante favoráveis à criação do aplicativo, visto que a maioria não passou por uma consultoria (embora tenha interesse) devido ao alto custo e dificuldade em encontrar profissionais na região, e até mesmo uma parcela de respondentes que ainda não conhecia a prática e se interessou pelo assunto.

Ainda, o público consumidor está cada vez mais buscando ter hábitos sustentáveis, confirmando a sugestão de adicionar informações sobre marcas sustentáveis no aplicativo. Conclui-se que um aplicativo de moda em que ele mesmo faça a escolha das combinações de roupas pode ser bem aceito e utilizado pelo público feminino, tornando esta etapa da consultoria mais acessível. No capítulo seguinte é apresentada a proposta de aplicativo.

5 DESENVOLVIMENTO DO APLICATIVO

Cerca de 36% da população mundial tem pelo menos um *Smartphone* (NIELSE, 2012). Segundo o IBGE, em 2018, 79,3% dos Brasileiro tinham um celular em suas mãos, tendo um pequeno aumento dos 78,2% no comparativo de 2017 para 2018. A Our Mobile Planet realizou pesquisas pela Google em parceria com a Ipsos OTX MediaCT, mostrando que smartphones se tornaram indispensáveis no dia a dia da população. Este tipo de aparelho conquistou um espaço de destaque na vida das pessoas na atualidade. A utilização de smartphones está diretamente ligada com a utilização da internet através do aparelho: 42% dos usuários afirmam acessar a internet pelos seus smartphones ao menos uma vez por dia. Além disso, 51% deles afirmam esperar utilizar mais seus smartphones para acessar a internet no futuro (OUR MOBILE PLANET, 2012). Assim, explica-se a seguir a proposta de aplicativo para consultoria de moda.

6.1 INTERFACE DO APLICATIVO

Devido ao curto prazo e alta complexidade e custo de desenvolvimento do aplicativo, não foi possível produzir a tempo de entregar esta pesquisa. Por isso, neste capítulo é mostrado como se propõe a interface e funcionamento do aplicativo que espera ser produzido futuramente. O aplicativo funcionará da seguinte forma: primeiro, abrirá uma tela de boas-vindas com direcionamento ao login ou registro da usuária, conforme Figura 42.

Figura 42 - Telas de abertura, cadastro e login de usuários



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Após cadastrar-se e entrar no aplicativo com suas credenciais, a usuária terá uma tela com quatro opções: Teste de Estilo, Guarda-roupas, Marcas sustentáveis e Encontre uma consultora (Figura 43).

Figura 43 - Tela com os atalhos



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Ao acessar a aba de Teste de Estilo (Figura 44), a usuária poderá fazer o teste para identificar quais são os seus estilos dentre os sete estilos universais. Essa informação será usada depois na aba de Guarda-roupas. Caso a usuária já saiba seus estilos, não precisará fazer o teste, podendo ir direto para a aba seguinte.

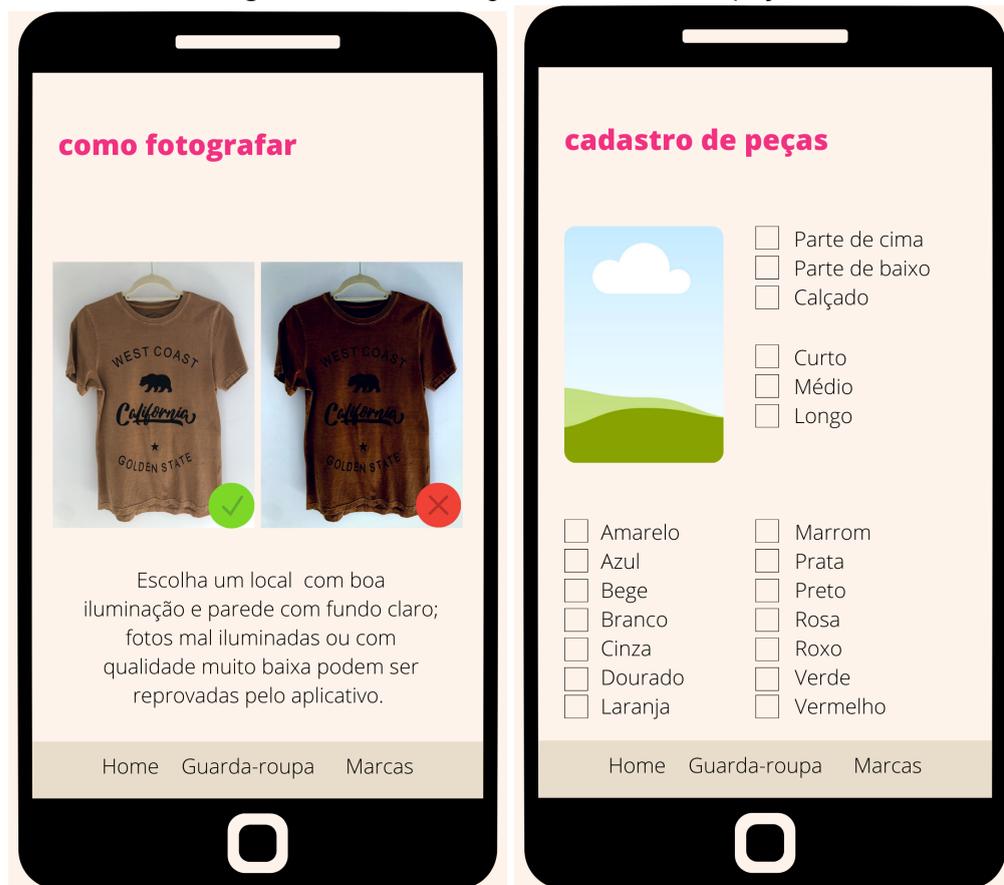
Figura 44 - Teste de estilo



Fonte: elaborado pela autora, 2022

Entrando na aba de Guarda-roupas (Figura 45), a usuária poderá fazer o credenciamento das suas próprias peças, então o próprio aplicativo dará as instruções necessárias para se obter uma foto de boa qualidade e informações necessárias para cadastro.

Figura 45 - Como fotografar e cadastro de peças



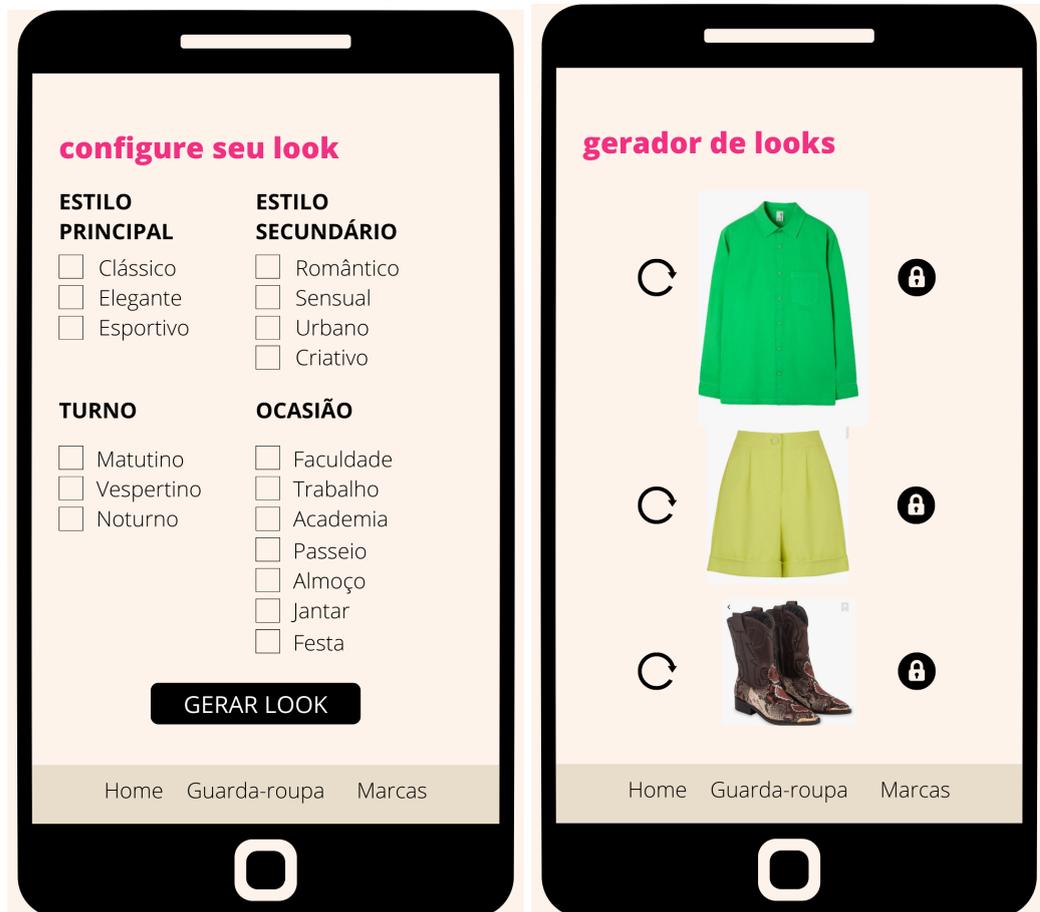
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Após todas as peças do guarda-roupas serem credenciadas, a usuária poderá escolher entre ir para a aba de Teste de Estilo para conhecer quais são os sete estilos universais e para que servem, ou pular direto para a etapa de personalização, na qual selecionará um dos três estilos base (clássico, elegante e esportivo) e até dois estilos complementares entre os estilos criativo, romântico, sensual e urbano.

Em seguida, o questionário trará perguntas rápidas, nas quais a usuária sinaliza para que tipo de ocasião está se vestindo (exemplo: faculdade, festas, jantares ou idas ao parque), e o período do dia (matutino, vespertino ou noturno). Após, o próprio aplicativo fará a combinação de roupas para a usuária, que escolherá a combinação que mais a agradar. Caso goste de alguma peça de roupa em específico, mas não goste da combinação como um todo, poderá ser usada a função cadeado, em que a peça que gostou será bloqueada, enquanto o resto das

peças serão alteradas aleatoriamente até se encontrar a combinação desejada (Figura 46).

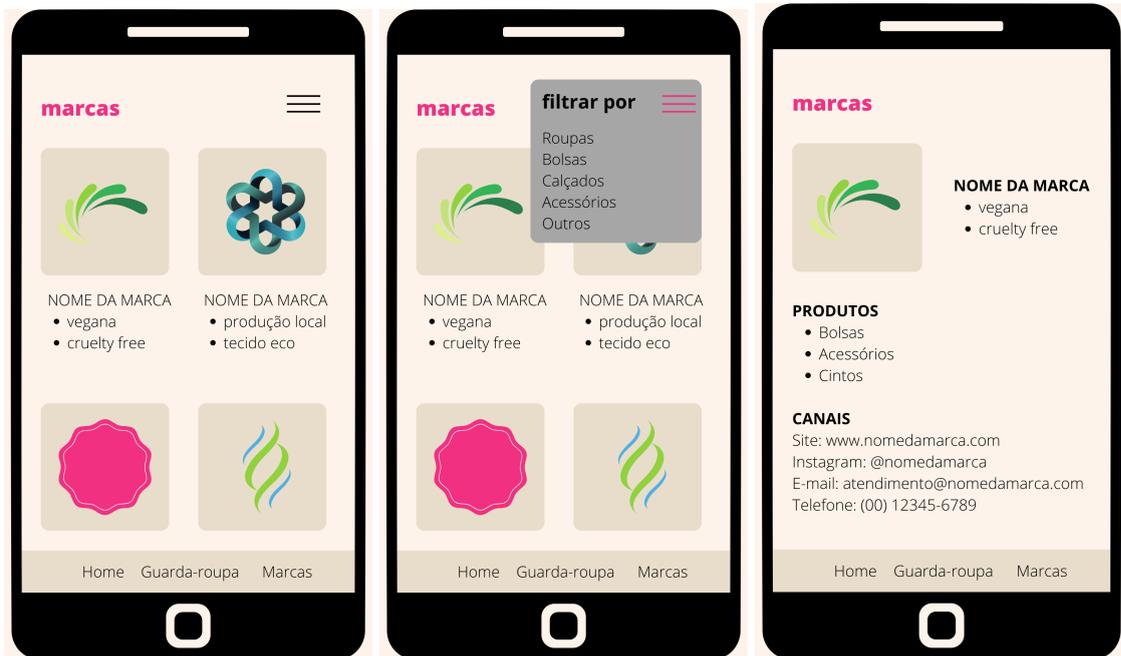
Figura 46 - Gerador de looks



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Haverá também uma aba somente para a divulgação de marcas sustentáveis, na qual será mostrada a marca e seu propósito, diferenciais, tipos de produto e os canais de venda, assim o usuário poderá entrar no site da marca para conhecer e consumir de forma mais sustentável. Na tela particular de cada marca estará o nome, o logotipo, os propósitos, quais os tipos de produto que a marca comercializa, e onde se pode encontrar os produtos (Figura 47).

Figura 47 - Aba de marcas



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Embora o aplicativo ofereça um tipo de consultoria de moda, há mulheres que podem se interessar por fazer a consultoria com uma profissional. A função da aba Encontre Uma Consultora é para as mulheres que têm interesse em fazer uma consultoria de moda, porém não sabem onde procurar profissionais. Tendo esta opção no aplicativo, haverá a imagem da consultora, nome, cidade de atuação, informações de contato como número de telefone, instagram, email e site, e um link para a usuária solicitar orçamento (Figura 48).

Figura 48 - Encontre uma consultora



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

O aplicativo conterà diversas informações e funções para a melhoria da qualidade de vida do usuário seja pelo acesso a consultorias, acesso a marcas com práticas sustentáveis e principalmente pela combinação que o aplicativo fará com as roupas, possibilitando um melhor uso das roupas que já existem dentro do guarda-roupas. A ideia inicial do aplicativo é proporcionar combinações de roupas que o usuário não precise fazer sozinho e sim o aplicativo que fará para ele o dando ideias de composições e o mostrando roupas que muitas vezes já estavam em desuso a muito tempo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A consultoria de moda e otimização do guarda-roupas através de aplicativos é um tema que pode abrir diversos debates. O avanço tecnológico na atualidade abre margem para muitas ideias serem lançadas, e essas ideias podem contribuir de maneira significativa para sociedade se tornar mais consciente perante seus hábitos de consumo.

Sendo assim, a pergunta: Como tornar a consultoria de moda mais acessível e o vestir mais sustentável com o auxílio de um aplicativo? Foi respondida com as por meio da análise das respostas do questionário, em que as mulheres se mostraram interessadas em ter um aplicativo que as ajude na hora de se vestir e que acreditam que podem ter seus hábitos de consumo melhorados.

Quanto aos objetivos da pesquisa, o objetivo geral definido foi desenvolver um aplicativo que permita às pessoas conhecerem a fundo seu guarda-roupas e estilo pessoal, tornando sua relação com o vestir mais sustentável, cumprido parcialmente devido a inviabilidade de produzir o aplicativo a tempo. Os objetivos específicos foram apresentar as técnicas de consultoria de moda, cumprido no referencial teórico; Possibilitar a consultoria de moda através de plataforma online, cumprido pela proposta de aplicativo; Discutir como a consultoria de moda pode impactar na forma de consumo e comportamento da sociedade, cumprido no capítulo sobre Sustentabilidade e na pesquisa de campo; Desenvolver pesquisa de campo para verificar a viabilidade de implementação do aplicativo de consultoria de moda, cumprido conforme apresentação e análise dos dados..

O aplicativo em si não foi possível ser feito neste momento, desta forma, foi mostrado cada interface do aplicativo ilustrando como ele funcionará e como esta plataforma ajudará no cotidiano. Por meio da pesquisa de campo foi confirmado que as mulheres tem interesse em entender seus estilos pessoais e em como são vistas pelo mundo e que gostariam de saber mais a fundo sobre o consultoria de imagem, e que um aplicativo que as ajudasse a se vestir as deixaria satisfeitas. O aplicativo em si pode ser visto como medida sustentável para o vestir, ajudando a incentivar o

consumo de marcas sustentáveis e fazendo as pessoas se questionarem se realmente é algo necessário e que a ajudaria a mostrar a imagem que o indivíduo quer passar.

Com o aplicativo, o ato de vestir poderá se tornar mais prático e descomplicado para as pessoas indecisas ou que não sabem como combinar as peças de roupa que possuem, incentivando a ter um novo olhar para cada peça e dando possibilidades de uso para as peças esquecidas dentro do guarda-roupas, promovendo o consumo consciente na tentativa de desincentivar as pessoas a comprarem compulsivamente, simplesmente por não conhecerem a si ou ao seu guarda-roupas, ou por preço baixo e tendências difundidas por *fast fashions*, configurando-se também um aplicativo com viés sustentável.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Titta. **Personal Stylist: Guia para consultores de imagem**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

ANICET; RUTHSCHILLING. **Relações entre moda e sustentabilidade**. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Sustentabilidade/Relacoes-entre-moda-e-sustentabilidade.pdf>> Acesso em 20 ago. 2021.

ARAÚJO; BROEGA; RIBEIRO. **Sustentabilidade na moda e o consumo consciente**. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/34492/1/APEC2014_MAraujo%20CBroega%20SMRibeiro.pdf> Acesso em 20 ago. 2021.

BALDI. 2 Maneiras de Usar as Cores a Seu Favor. Santa Catarina, 2020. Disponível em: <<https://www.marcelabaldissera.com/blog/categories/cores>> Acesso em 01 jun. 2022.

FAÇANHA, Astrid ; MESQUITA Cristiane. **Styling e criação de imagem de moda**. São Paulo: Editora Senac, 2012.

FERRONATO, B; FRANZATO. **Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda**. Disponível em: <<https://www.periodicos.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7256/5018>> Acesso em 20 ago. 2021.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda e sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

GIL. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

LIMA. **Guia completo: personal stylist e consultoria de imagem**. Disponível em: <<https://comomevestir.com.br/guia-da-profissao-personal-stylist-e-consultora-de-imagem/>>, acesso: 14/10/21

MARCONI; LAKATOS. **Metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

MYA. **7 Estilos Universais: quais são eles? Descubra qual combina mais com você**. São Paulo, 2022. Disponível em: <<https://blog.myahaas.com.br/moda/sete-estilos-universais/>>. Acesso em 01 jun. 2022.

SILVEIRA; LAZZARIN. **Consultoria de moda: um estudo de caso sobre autoconhecimento e autoestima**. Disponível em: <<https://repositorio.ifsc.edu.br/handle/123456789/2312>>. Acesso em 20 ago. 2021.

SIMÃO. **TIPO FÍSICO**. São Paulo, 2022. Disponível em: <<https://mysps.com.br/post>> Acesso em 10 jun. 2022.

TEMPONE. O que é e para que é usado o círculo cromático. São Paulo, 2020.

Disponível em:

<<https://www.domestika.org/pt/blog/6040-o-que-e-e-para-que-e-usado-o-circulo-cromatico#:~:text=O%20primeiro%20c%C3%ADrculo%20crom%C3%A1tico%20foi,em%20uma%20s%C3%A9rie%20de%20cores.>> Acesso em 18 jun. 2022.

YOSHIMOTO. **7 ESTILOS? QUAL É O MEU**. São Paulo, 2019. Disponível em:

<<https://paconcept.com.br/espaco-interativo/7-estilos-qual-e-o-meu>> Acesso em 01 jun. 2022.

APÊNDICE A - MODELO DE QUESTIONÁRIO UTILIZADO NA COLETA DE DADOS

Aplicativo de consultoria de moda

A presente pesquisa foi elaborada por Letícia Cambuzzi Rocha para o seu TCC, cujo tema é o desenvolvimento de um aplicativo voltado à consultoria de moda. Sua resposta é de grande valor para esta pesquisa, obrigada por contribuir.

Sexo

- Feminino
- Masculino
- _____

Idade

- 17 anos ou menos
- 18 a 25 anos
- 26 a 35 anos
- 36 a 45 anos
- 46 a 55 anos
- 56 a 65 anos
- acima de 66 anos

Cidade em que reside

Quando se trata de escolher o que vestir, você se considera uma pessoa indecisa?

- Não
- Um pouco
- Razoavelmente
- Bastante

Totalmente

Quanto tempo você demora (em média) para escolher suas roupas no dia a dia?

Menos de 5 minutos

5 a 10 minutos

10 a 15 minutos

15 a 20 minutos

20 a 30 minutos

30 minutos ou mais

Quais as suas maiores dificuldades na hora de se vestir?

Misturar as cores

Combinar as peças

Não conseguir achar as peças no guarda-roupas

Usar sempre as mesmas peças da mesma forma

Numa escala de 1 a 10, qual porcentagem do seu guarda-roupas você acredita que usa?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

até 10%

100%

Numa escala de 1 a 5, o quanto você se importa com o que as pessoas pensam da sua forma de vestir?

1 2 3 4 5

Nada

Muito

Você sabe o que é (ou já ouviu falar sobre) a consultoria de imagem?

Sim

Mais ou menos

Não

A consultoria de imagem é um processo de autoconhecimento durante o qual a consultoria irá te auxiliar na sua forma de vestir, ensinando as cores e estilos que melhor combinam com você, a fazer compras assertivas e a usar de novas formas o que você já possui. Você já fez (ou gostaria de fazer) uma consultoria de imagem?

Sim, já fiz

Nunca fiz, mas tenho interesse

Nunca fiz e não tenho interesse

Caso tenha respondido "nunca fiz, mas tenho interesse", qual foi o motivo?

Falta de profissionais na região

Não ser acessível financeiramente

Não conhecia a prática

Achar que a consultoria não é necessária

Respondi "sim, já fiz" na questão anterior

Respondi "nunca fiz e não tenho interesse" na questão anterior

Você já conhece a Teoria dos Sete Estilos Universais?

Conheço

Já ouvi falar sobre, mas não conheço detalhes

Não conheço

Caso conheça, você já sabe quais são os seus estilos universais?

Não conheço

Conheço, mas não sei os meus estilos

Estou no processo para descobrir

Já sei quais os meus estilos

A coloração pessoal é uma das etapas iniciais da consultoria de imagem, na qual a consultora testa as dimensões das cores próximo ao seu rosto para saber quais

combinam com sua pele. Você sabe quais cores mais te favorecem?

- () Sim, já fiz teste de coloração pessoal
- () Nunca fiz o teste de coloração pessoal, mas acredito saber quais cores me favorecem
- () Não sei quais cores me favorecem, mas tenho interesse em saber
- () Não sei quais cores me favorecem e não tenho interesse em saber

Você acredita que, conhecendo as cores que te favorecem e sabendo como combinar cores, você mudaria a forma de compor seus looks?

- () Não, iria continuar usando somente neutros, como preto
- () Não, iria continuar usando as cores da mesma forma que uso hoje
- () Talvez
- () Sim, me sentiria mais segura para usar cores
- () _____

O que te motiva a comprar roupas novas?

- [] Necessidade
- [] Preço
- [] Qualidade
- [] Estética
- [] Marca
- [] Impulso
- [] Tendências

Com que frequência você compra suas roupas?

- () Sempre que vejo algo que gosto
- () Toda semana
- () Uma a duas vezes ao mês
- () A cada dois meses
- () A cada três meses
- () A cada estação

Uma vez por ano

Em quais tipos de lojas você costuma comprar?

Fast Fashion populares no Brasil (C&A, Renner, Riachuelo, Marisa)

Fast fashion internacional (Shein e semelhantes)

Lojas da minha cidade

Lojas online variadas

Marcas sustentáveis (com propostas veganas, biodegradáveis, de descarte correto de materiais)

Você gostaria de ter práticas mais sustentáveis na hora de fazer uma compra?

Sim

Não sei como me sinto sobre o assunto

Não

Quais hábitos você gostaria de reeducar?

Comprar somente de marcas Brasileiras

Comprar de marcas da minha cidade

Comprar de marcas com propostas veganas, biodegradáveis, entre outros

Diminuir o volume e/ou frequência de compras

Usar mais as peças que já tem

Não desejo reeducar meus hábitos

Você utiliza algum aplicativo de moda no dia a dia?

Sim

Não

Se sim, qual(is) a(s) função(ões) dele?

Conferir cores da minha cartela (coloração pessoal)

Combinação de cores/círculo cromático

Consultoria de imagem online

Arquivo de peças para conseguir visualizar melhor o guarda-roupas

Montagem de mala

Comente aqui qual aplicativo você usa, caso tenha respondido "sim".

Você gostaria de usar um aplicativo para te ajudar na hora de se vestir?

Sim

Talvez

Não

Considerando que um dos objetivos do aplicativo é tornar os hábitos de consumo e vestir mais sustentáveis, você gostaria de receber informações a respeito de marcas sustentáveis dentro dele?

Sim

Talvez

Não