

# ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

## **LOUNGEWEAR: VESTUÁRIO PRÁTICO, CONFORTÁVEL E CONFORME AS TENDÊNCIAS**

Mandelli, Camila Dal Pont; Mestranda; UDESC, camila.dpm@hotmail.com<sup>1</sup>

Maciel, Dulce Maria Holanda; Doutora; UDESC, dulceholanda@gmail.com<sup>2</sup>

### **RESUMO**

A pandemia alavancou a tendência identificada há alguns anos, de que as pessoas se manteriam mais tempo em casa, trabalhando com o método de Home Office<sup>3</sup> e realizando suas reuniões por intermédio de videoconferências. Com isso, as pessoas começaram a buscar roupas que pudessem deixá-las confortáveis para trabalhar e desenvolver as demais tarefas de casa, além de estarem bem vestidas para o caso de precisarem participar de uma videoconferência ou uma saída rápida. Assim, buscando atender a essa demanda, objetiva-se identificar, por meio deste artigo, o desenvolvimento de vestuário feminino do segmento *Loungewear*, que seja prático, confortável e tenha sido desenvolvido de acordo com as tendências de mercado. Esse estudo classifica-se como pesquisa básica, qualitativa e descritiva. Dentre os procedimentos metodológicos, foi realizada a pesquisa bibliográfica sobre a relação do conforto com os tecidos, a modelagem e o design, buscam proporcionar desenvolvimento de peças de vestuário que atendam as tendências de mercado apontadas por plataforma de tendência (WGSN), utilizando-se de referências como Vasconcelos (2016), Treptow (2013), Silveira (2008) e Gasi (2008). Por meio dessa pesquisa, foi realizado um estudo de caso com criação de um produto que atenda às necessidades identificadas ao longo deste estudo, sendo possível observar que o item mais relevante aos consumidores desse tipo de produto é o conforto, e dessa forma, buscou-se

---

<sup>1</sup> Mestranda em Design de Vestuário e Moda pela UDESC, especialista em Modelagem do Vestuário pela UDESC/SENAI e graduada em Tecnologia em Moda e Estilo UDESC/SENAI. É professora do Curso Tecnológico em Design de Moda UDESC/SENAI e possui mais de 12 anos de atuação em empresas com ênfase em modelagem.

<sup>2</sup> Doutora em Engenharia de Produção, mestra em Engenharia de Produção e graduada em Engenharia Elétrica pela UFSC. Pós-Graduada em Design de Moda pela Universidade Estácio de Sá SC e graduada em Moda na UDESC. Possui mais de 15 anos de atuação em empresas com ênfase em estratégias de gestão. É professora na UDESC.

<sup>3</sup> Home Office, em tradução livre, escritório em casa. Método de trabalho realizado de forma remota, podendo ser desenvolvido diretamente da casa do colaborador.

# ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

criar uma peça que estivesse alinhada aos quesitos observados, como praticidade e seguir as tendências de mercado. Dessa forma, caso o consumidor, vestido com a peça criada, precise participar de uma videoconferência, por exemplo, como a parte superior da peça aparenta ser uma camisa, no vídeo dará a impressão de estar trajado socialmente, mas não deixará de lado o conforto com a modelagem planejada para permitir movimentação. Além disso, a escolha do tecido preza pelo conforto ao utilizar tecido de malha com toque agradável e elasticidade, proporcionando satisfação ao mesmo, por meio de uso de fibras de Liocel que tem propriedade como regular a temperatura, somada à poliamida e ao elastano, especialmente pensadas para proporcionar conforto. Por meio desse estudo, observou-se que o *loungewear* e o ato de ficar em casa, mas estar pronto para sair ou participar de uma videoconferência, impulsionados com a pandemia, já estavam entre as tendências de mercado identificadas há algum tempo, sendo que o consumidor busca por peças multifuncionais. Devido ao fato de a pesquisa ter acontecido em um período de pandemia e isolamento, houve dificuldade de montagem da peça de forma física. Todavia, sugere-se aprofundar essa pesquisa com a execução da peça criada, atestando se a mesma proporciona o conforto desejado/planejado e satisfaz as necessidades de praticidade e multifuncionalidade exigidas pelos consumidores.

**Palavras-chave:** Conforto. *Loungewear*. Tendência.