

Laura Magnani Bevilacqua

**MEMORIAL DE PROJETO**

**Detalhes: coleção de estampas como ferramenta de expressão e  
identidade para a marca Renata Tenca**

Projeto de Conclusão de Curso submetido(a) ao  
Curso de Design da Universidade Federal de  
Santa Catarina como requisito parcial para a  
obtenção do Grau de Bacharel em Design  
Orientadora: Profa. Dra. Priscila Zavadil Pereira

Florianópolis

2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Bevilacqua, Laura Magnani

Detalhes: coleção de estampas como ferramenta de expressão e identidade para a marca Renata Tenca /Laura Magnani Bevilacqua ; orientadora, Priscila Zavadil Pereira, 2024.

84 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design de superfície. 3. Tendências. 4. Estamparia. I. Pereira, Priscila Zavadil. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Laura Magnani Bevilacqua

**Detalhes: coleção de estampas como ferramenta de expressão e  
identidade para a marca Renata Tenca**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de "Bacharel em Design", e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Design.

Florianópolis, 03 de dezembro de 2024.

---

Profa. Dra. Marília Matos Gonçalves  
Coordenadora do Curso

**Banca Examinadora:**

Profa. Dra. Priscila Zavadil Pereira

Prof. Dra. Josiane Wanderlinde Vieira

Prof. Dra. Marília Matos Gonçalves

---

Profa. Dra. Priscila Zavadil Pereira  
Orientador(a)

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Design têxtil decorativo de William Morris	7
Figura 2 - Metodologia - Bruno Munari	10
Figura 3 - Processo Criativo - Priscila Zavadil	13
Figura 4 - Processo Criativo - Patricia Siqueira	15
Figura 5 - Estrutura da metodologia do projeto	17
Figura 6 - Logo - Renata Tenca	18
Figura 7 - Instagram - Renata Tenca	19
Figura 8 - Identidade da marca - Kapferer	20
Figura 9 - Renata Tenca - Coletânea de imagens	20
Figura 10 - Missão, Visão e Valores da marca Renata Tenca	21
Figura 11 - Persona - Thainá	23
Figura 12 - Persona - Flávia	24
Figura 13 - Coleção Primavera-Verão 24/25 - Renata Tenca	25
Figura 14 - Coleção Primavera-Verão 22/23 - Renata Tenca	26
Figura 15 - Coleção Primavera-Verão 23/24 - Renata Tenca	26
Figura 16 - Análise de Similares - Carol Arbex	30
Figura 17 - Análise de Similares - Andrea Marques	32
Figura 18 - Análise de Similares - Cantão	33
Figura 19 - Tendências Primavera-Verão 25/26 - Optimistic Joy 1	37
Figura 20 - Tendências Primavera-Verão 25/26 - Optimistic Joy 2	37
Figura 21 - Tendência de cores - London	38
Figura 22 - Tendência de cores - Nova York	39
Figura 23 - Tendência de estampas - Tropical Stories	41
Figura 24 - Tendência de estampas - Multiplicação	41
Figura 25 - Tendência de estampas - Dries Van Noten	42
Figura 26 - Tendência de estampas - Saturation Floral	43
Figura 27 - Tendência de estampas - Saturation Floral Acervo	43
Figura 28 - Tendência de estampas - Watered Down	44
Figura 29 - Coleção Detalhes	46
Figura 30 - Coleção Detalhes - Moodboard	47
Figura 31 - Coleção Detalhes - Paleta de cor	48
Figura 32 - Coleção Detalhes - Acervo de Elementos	49
Figura 33 - Coleção Detalhes - Orquídea Zygotepalum	50
Figura 34 - Coleção Detalhes - Composição Moodboard	51
Figura 35 - Ilustração dos elementos	55
Figura 36 - Módulo e Rapport - Alternativa 1	56
Figura 37 - Módulo e Rapport - Alternativa 2	57
Figura 38 - Módulo e Rapport - Alternativa 3	58
Figura 39 - Módulo e Rapport - Variações da Alternativa 1	59
Figura 40 - Módulo e Rapport - Variações da Alternativa 2	59

Figura 41 - Módulo e Rapport - Variações da Alternativa 3	60
Figura 42 - Módulo e Rapport - Estampa Localizada	60
Figura 43 - Composição Estampa 1	62
Figura 44 - Composição Estampa 2	62
Figura 45 - Impressão em papel	63
Figura 46 - Estampas da coleção Detalhes	64
Figura 47 - Estampa Corrida 1	65
Figura 48 - Estampa Corrida 2	65
Figura 49 - Estampa Corrida 3	66
Figura 50 - Estampa Localizada	66
Figura 51 - Estampa Corrida 4	67
Figura 52 - Estampa Corrida 5	67
Figura 53 - Aplicação Digita - Estampa 1	68
Figura 54 - Aplicação Digital- Estampa 2	69
Figura 55 - Aplicação Digital- Estampa 3	69
Figura 56 - Aplicação Digital - Estampa 4	70
Figura 57 - Aplicação Digital- Estampa 5	70
Figura 58 - Aplicação Digital - Estampa Localizada	71
Figura 59 - Protótipo - Estampa localizada	72
Figura 60 - Protótipo - Estampas corridas	72
Figura 61 - Protótipo - Estampas corridas 2	73
Figura 62 - Protótipo - Estampas corridas 3	73
Figura 63 - Protótipo - Estampa 1	74
Figura 64 - Protótipo - Estampa 2	75
Figura 65 - Protótipo - Estampa 3	76
Figura 66 - Protótipo - Estampa 4	77
Figura 67 - Protótipo - Estampa 5	77
Figura 68 - Protótipo - Estampas 4 e 5	78

## SUMÁRIO

<b>1. Proposta de projeto.....</b>	<b>7</b>
1.1. Apresentação do tema.....	7
1.2. Problema do projeto.....	8
1.3. Objetivo.....	9
<b>2. Metodologia projetual.....</b>	<b>9</b>
2.1. Bruno Munari.....	9
2.2. Priscila Zavadil.....	12
2.3. Patrícia Siqueira.....	15
2.4. Adaptação da metodologia.....	16
<b>3. Etapa 1: Identificação.....</b>	<b>17</b>
3.1. A marca.....	18
3.2. Identidade da marca.....	19
3.2.1. Público-alvo e persona.....	22
3.3. Processo Criativo e Coleções Anteriores.....	25
3.4. Diretrizes iniciais.....	27
<b>4. Etapa 2: Investigação.....</b>	<b>28</b>
4.1. Mercado e Tendências.....	28
4.1.1. Análise de similares.....	29
4.1.2. Tendências de comportamento de consumo.....	35
4.1.3. Nas passarelas: Primavera-Verão 25/26.....	36
<b>5. Etapa 3: Definição.....</b>	<b>45</b>
5.1. A Coleção “Detalhes”.....	45
5.2. Paleta de cor.....	48
5.3. Elementos.....	49
5.4. Composição.....	51
5.5. Impressão e tecidos.....	52
<b>6. Etapa 4: Construção.....</b>	<b>53</b>
6.1. Ilustração dos elementos.....	54
6.2. Módulo e Rapport.....	55
6.3. Verificação e avaliação.....	61
<b>7. Etapa 5 - Aplicação.....</b>	<b>65</b>
7.1. Mockups Digitais.....	68
7.2. Protótipos físicos.....	71
<b>8. Considerações Finais.....</b>	<b>78</b>
<b>9. Referências.....</b>	<b>78</b>
<b>10. Apêndices/anexos.....</b>	<b>82</b>

## 1. Proposta de projeto

### 1.1. Apresentação do tema

A estamparia é uma ferramenta essencial para marcas que desejam se diferenciar e se posicionar de maneira autêntica no mercado competitivo. No contexto do design de superfície, a aplicação de cores, texturas, formas e padrões em cada peça é uma maneira poderosa de traduzir a identidade da marca, comunicar suas histórias e criar conexões emocionais com os consumidores. Mais do que uma escolha meramente estética, a estamparia torna-se um meio estratégico para transmitir valores e propósito, reforçando a identidade da marca a cada coleção lançada.

Figura 1 - Design têxtil decorativo de William Morris



Fonte: William Morris

Historicamente, a humanidade sempre encontrou formas de se expressar por meio das superfícies ao seu redor. Na pré-história, foram as pinturas rupestres; no Egito antigo, as paredes dos templos; no século XIX, figuras como William Morris levaram essa expressão ao papel de parede, e, mais recentemente, marcas como Swatch fizeram o mesmo em relógios (Rubim, 2023). A estamparia, portanto, vai além de uma técnica; ela se estabelece como um território criativo no qual a marca se posiciona e se reinventa. Revisitar elementos já utilizados, mas com uma nova perspectiva, é uma maneira eficaz de reforçar a identidade da marca, mantendo-a relevante e conectada ao seu público.

O processo de criação de estampas envolve decisões sobre coloração, composição, temas inspiradores e a incorporação de tendências atuais. No entanto, para que uma marca realmente se destaque, é fundamental que os temas escolhidos sejam pertinentes ao seu público-alvo, sendo necessário um profundo entendimento dos desejos e necessidades dos consumidores. Com esse

foco, a busca pela autenticidade torna-se o principal diferencial. Isso implica ser criterioso na escolha das tendências a serem seguidas, criando uma identidade própria que se manifesta na cartela de cores, nos estilos gráficos, nas composições e nos elementos visuais.

Manter a consistência ao longo das coleções contribui para que a marca se transforme em uma narrativa contínua, que evolui, mas mantém seus atributos essenciais, fortalecendo o vínculo com seu público. Um exemplo disso é a marca Farm, que construiu sua identidade com estampas vibrantes e temáticas tropicais, criando uma linguagem visual que atravessa coleções e temporadas, sempre reconhecível por seus consumidores. A moda, assim, torna-se uma ferramenta de expressão e reconexão, permitindo que quem a utiliza sintam-se inclinados a se interessar e explorar mais. (WGSN, 2023).

No setor têxtil, o vestuário feminino desempenha um papel crucial na promoção do bem-estar emocional, especialmente para mulheres que procuram aliviar as pressões do dia a dia. As roupas, além de sua função prática, são ferramentas de autocuidado e expressão pessoal. Marcas que conseguem integrar identidade e estética com funcionalidades práticas, como é o caso da marca Renata Tenca, destacam-se ao oferecer uma experiência completa, que vai além da moda e se conecta emocionalmente com suas consumidoras. A moda, portanto, tem recursos suficientes para se transformar em um espaço de refúgio, onde qualquer indivíduo pode encontrar um meio de expressão e equilíbrio em meio às múltiplas responsabilidades do dia a dia (Mendes, 2023).

Pensar estrategicamente na criação de estampas significa vincular cada elemento a um comprometimento emocional e, muitas vezes, espiritual, buscando elevar a energia das consumidoras. Dessa forma, o ato de se vestir transforma-se em um ritual de autocuidado e uma maneira de reconectar-se consigo mesma, além de expressar a própria identidade no mundo. Essa abordagem não apenas comunica a essência da marca, mas também estabelece uma conexão emocional genuína com as consumidoras, posicionando a estamparia como um componente central na construção e expressão da identidade da marca.

## **1.2. Problema do projeto**

Desenvolver uma coleção de estampas expressivas, alinhadas à identidade da marca Renata Tenca.

### **1.3. Objetivo**

Criar uma coleção de estampas para Primavera-Verão 25/26, que se alinhe à identidade da marca Renata Tenca.

## **2. Metodologia projetual**

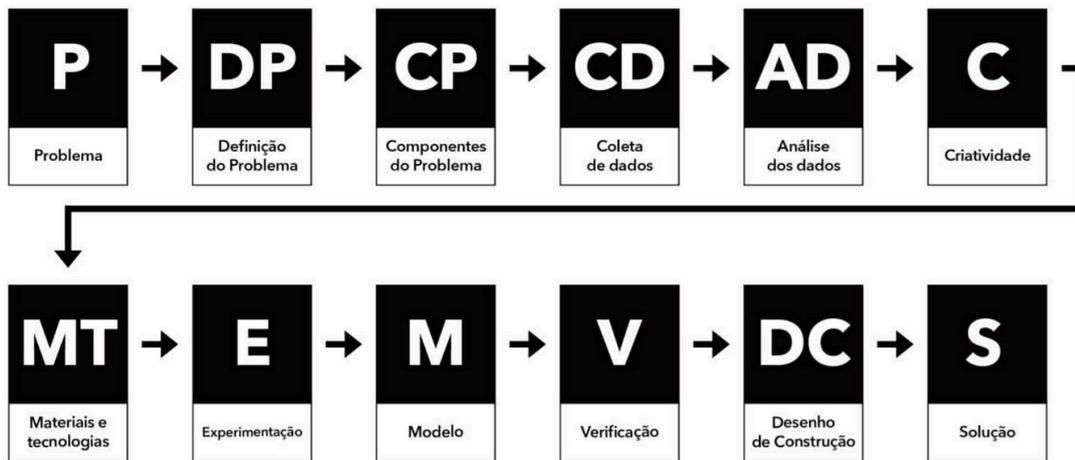
Adotar uma metodologia organizada proporciona maior controle sobre as ações e recursos de um projeto, resultando em melhorias de qualidade, redução de riscos e maior eficiência (Heldmann, 2005). Neste projeto, escolheu-se o modelo proposto por Bruno Munari, conhecido por sua abordagem estruturada e flexível, que guia o designer por meio de etapas claras de pesquisa, experimentação e prototipagem. A metodologia de Munari oferece uma base sólida para o processo criativo, assegurando que as decisões de design sejam fundamentadas logicamente e voltadas para a solução de problemas. No entanto, para melhor adequação ao design de superfícies, especialmente na criação de estampas para o meio têxtil, foram adotados processos de criação como complemento, fazendo as adaptações necessárias ao modelo original, para garantir que ele atenda plenamente às necessidades deste projeto.

### **2.1. Bruno Munari**

A metodologia projetual desenvolvida por Bruno Munari (1981) apresenta um modelo estruturado e flexível para o desenvolvimento de projetos de design, sendo utilizada como base neste projeto. Munari acredita que o processo de design se torna simples quando há um caminho claro a seguir, e sua abordagem propõe um conjunto de 12 etapas que guiam o designer desde a definição do problema até a implementação da solução final. Segundo Munari, o design não é apenas intuitivo, mas uma prática orientada pela solução de problemas através de um processo metodológico.

“O método projetual não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas por ordem lógica, ditada pela experiência.” (Munari, 1981: 20)

Figura 2 - Metodologia - Bruno Munari



Fonte: Munari (1981)

As principais etapas da metodologia de Munari são organizadas para garantir um processo projetual claro e eficaz. Elas são:

**Identificação e definição do Problema:** A metodologia começa pela identificação clara do problema a ser resolvido, seguida por uma definição detalhada. A clareza nessa fase inicial é fundamental para evitar soluções inadequadas e garantir que o caminho do design siga uma direção precisa.

**Definição do Componente do Problema:** Compreender profundamente o problema antes de partir para soluções é essencial. O designer deve investigar o componente do problema a fundo, definindo claramente seus limites e parâmetros para assegurar uma base sólida para o desenvolvimento do projeto.

**Coleta e Análise de Dados:** Na fase de coleta e análise de dados, o designer reúne informações cruciais para embasar o projeto. Essas informações incluem referências visuais, materiais, técnicas de produção e necessidades específicas do cliente. A análise desses dados garante uma visão abrangente e bem fundamentada, permitindo decisões com base em aspectos relevantes do problema.

**Criatividade e Desenvolvimento de Alternativas:** Na etapa de criatividade e desenvolvimento de alternativas, o designer é incentivado a explorar diversas abordagens criativas. A partir dos dados coletados, são geradas diferentes alternativas, que são acompanhadas pela experimentação para promover inovação e explorar soluções únicas.

**Verificação e Avaliação:** Na etapa de verificação e avaliação, cada solução proposta é testada para assegurar sua viabilidade. Cada alternativa é avaliada com base em critérios técnicos, estéticos e

funcionais definidos no início do projeto, garantindo que atendam às expectativas do cliente e aos requisitos do design.

**Implementação e Ajustes Finais:** Por fim, na etapa de implementação e ajustes finais, a solução selecionada é implementada e refinada com base no feedback obtido durante a verificação. Essa fase final garante que todos os detalhes sejam aprimorados, cumprindo as expectativas do cliente antes da entrega final do projeto.

A metodologia de Bruno Munari fornece uma base sólida para um processo de design que equilibra criatividade e estrutura lógica. Ao seguir essas etapas de forma rigorosa, o projeto busca garantir soluções inovadoras que sejam viáveis, esteticamente agradáveis e alinhadas com as expectativas dos clientes.

#### 2.1.1. Cardoso e Picoli

A adaptação da metodologia de Bruno Munari ao design de superfície de moda, proposta por Cardoso e Picoli (2013), foi desenvolvida para atender às particularidades desse campo, mantendo a estrutura sistemática de Munari, mas ajustando-a às exigências específicas do desenvolvimento de padrões e estampas têxteis. Essa adaptação preserva os princípios centrais da metodologia original, enquanto incorpora elementos que atendem às demandas visuais, técnicas e funcionais do design de superfícies no contexto da moda.

Segundo Cardoso e Picoli (2013), a adaptação enfatiza a combinação de expressão criativa com rigor técnico. A etapa de **Coleta de Dados** inclui uma análise aprofundada de tendências visuais, culturais e históricas, fornecendo ao designer uma base firme para a criação de padrões e texturas que atendam às expectativas estéticas do público e às necessidades do mercado. Dessa forma, o designer pode explorar novas possibilidades visuais com base em dados concretos. A fase de **Experimentação** é expandida para permitir a exploração prática de cores, formas e texturas, aspectos essenciais na criação de estampas. A criação de **Rapport** – a repetição harmônica de padrões – é um ponto central nessa fase, e ajustes constantes são necessários para garantir uma fluidez visual consistente.

Por fim, a etapa de **Verificação e Avaliação** é reforçada, destacando a importância de testar as estampas tanto em termos estéticos quanto técnicos. As soluções de design são avaliadas quanto à sua viabilidade em superfícies têxteis, considerando a integridade das cores e padrões na produção em larga escala.

Assim, a adaptação da metodologia de Munari para o design de superfícies na moda permite que o processo de design equilibre criatividade e funcionalidade de maneira eficiente. Ao seguir uma abordagem estruturada e flexível, o projeto garante resultados estéticos inovadores e tecnicamente consistentes, alinhados com as demandas do setor têxtil.

## **2.2. Priscila Zavadil**

Para o desenvolvimento deste projeto, será adotado, além da metodologia de Bruno Munari, o processo criativo proposto pela Prof. Dra. Priscila Zavadil, utilizado no projeto de Design de Superfícies da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Esse processo é estruturado em oito etapas, orientando a criação de estampas de forma sistemática, combinando pesquisa teórica, experimentação prática e análise de tendências de mercado, garantindo uma abordagem integrada ao design de superfícies têxteis.

Figura 3 - Processo Criativo - Priscila Zavadil



Fonte: Priscila Zavadil (2024)

**Etapa 1 - Briefing, Pesquisa de Tendências e Pesquisa Visual:** A primeira etapa envolve a definição do público-alvo, a finalidade da estampa, o tipo de produto e a temática. Além disso, realiza-se uma pesquisa de tendências internacionais e nacionais, focando nas preferências brasileiras e analisando paletas de cores, tecidos e referências de estilo. O coolhunting também é aplicado para observar comportamentos cotidianos e captar influências emergentes.

**Etapa 2 - Conceito:** Na segunda etapa, são definidas palavras-chave e atributos que direcionam a criação das estampas, garantindo alinhamento com a identidade da marca. A construção de moodboards auxilia na visualização da atmosfera da coleção, ajudando a extrair as principais diretrizes de design que guiarão o projeto.

**Etapa 3 - Pesquisa Visual:** Nesta etapa, ocorre a coleta de referências concretas, como imagens, objetos e texturas, explorando o mundo físico com um olhar atento. Esses elementos são fundamentais para influenciar diretamente a criação dos motivos visuais que irão compor as estampas, garantindo uma base rica para o desenvolvimento criativo.

**Etapa 4 - Planejamento e Sketch:** O planejamento e o sketch envolvem a organização dos motivos e padrões, determinando a escala da estampa, os tipos de repetição (rapport), as cores e as formas. Essa fase é essencial para visualizar como os elementos irão se combinar na estampa final e garantir um design equilibrado e coeso.

**Etapa 5 - Ilustração dos Motivos:** A ilustração dos motivos é realizada de forma detalhada no ambiente digital, permitindo um tratamento cuidadoso de cada elemento. Essa etapa é crucial para assegurar que todos os detalhes sejam reproduzidos com precisão, contribuindo para a qualidade e originalidade das estampas.

**Etapa 6 - Tratamento Digital:** O tratamento digital consiste no ajuste dos elementos visuais em termos de cor, forma e textura para garantir sua aplicação técnica em superfícies têxteis. Essa etapa visa assegurar que as estampas estejam prontas para a produção, atendendo às especificações técnicas necessárias.

**Etapa 7 - Construção do Módulo e Rapport:** Nesta etapa, os motivos são organizados para que a estampa possa ser repetida de forma contínua e harmônica, sem interrupções visuais. A criação do módulo e do rapport é essencial para garantir a aplicabilidade da estampa em diferentes superfícies e dimensões, mantendo a qualidade visual.

**Etapa 8 - Finalização dos Arquivos:** Por fim, a etapa de finalização dos arquivos envolve a preparação dos arquivos digitais para a produção, garantindo que estejam tecnicamente adequados para impressão e aplicação. Além disso, as estampas são aplicadas em mockups para visualizar o resultado final em produtos reais e fazer os últimos ajustes necessários.

A proposta de processo de criação de estampas por Priscila Zavadil, com suas etapas detalhadas, oferece um processo completo e sistemático para a criação de estampas têxteis. Cada etapa contribui para garantir que o produto final seja visualmente coerente e tecnicamente viável, proporcionando uma experiência significativa e conectada com o público-alvo da marca.

### 2.3. Patrícia Siqueira

A metodologia proposta por Patrícia Siqueira (2020) tem como objetivo fortalecer a identidade da marca e aumentar o valor percebido dos produtos de moda, por meio de um processo estruturado e replicável. Essa metodologia visa estabelecer um diferencial competitivo para as marcas, garantindo que cada coleção reflita de forma autêntica os valores e a essência da marca. Para atingir esse objetivo, a metodologia é composta por cinco etapas principais, que são interdependentes e formam uma base sólida para o desenvolvimento de estampas exclusivas e consistentes:

Figura 4 - Processo Criativo - Patricia Siqueira

Etapas	Objetivo	Meios
<b>1. Identificação</b>	Identidade da marca	Brand book ou pesquisa e entrevista
	Definição do tema	Briefing da coleção
<b>2. Preparação</b>	Conceito criativo	Pesquisa e painel semântico
<b>3. Geração</b>	Ideias de estampas	Esboços
<b>4. Verificação</b>	Avaliação do conjunto	Reunião de apresentação dos esboços.
<b>5. Finalização</b>	Fechamento dos arquivos	Rapports e <i>mock up</i>

Fonte: Patrícia Siqueira (2020)

**1. Identificação:** Compreender a identidade da marca e definir os elementos essenciais que orientarão o desenvolvimento do projeto, utilizando brandbooks, pesquisas e entrevistas. Nessa fase, é fundamental captar a essência da marca e traduzir seus valores em elementos visuais que guiarão a criação das estampas. Esse processo inicial é a base para garantir que todo o desenvolvimento seja coerente com a proposta da marca.

**2. Preparação:** Criar um briefing detalhado da coleção, definindo o tema e alinhando todos os envolvidos em relação aos conceitos e objetivos da coleção. O briefing funciona como um guia estratégico que detalha o conceito criativo, a proposta estética e os elementos a serem explorados, assegurando que todos os envolvidos estejam em sintonia com o propósito do projeto.

**3. Geração:** Desenvolver esboços que representam as ideias de estampas, explorando diferentes conceitos e formas de expressar a identidade da marca visualmente. Essa etapa permite explorar a criatividade, experimentando combinações de cores, texturas e formas que dialoguem com o tema da

coleção. O foco está em gerar múltiplas alternativas que expressam a essência da marca de maneira visualmente atraente e inovadora.

**4. Verificação:** Apresentar e discutir os esboços em reuniões de equipe, avaliando a coerência visual e a adequação das estampas à identidade da marca. Essa etapa é crucial para garantir que os esboços estejam em consonância com os valores da marca e atendam às expectativas do público-alvo. O processo de revisão e discussão é colaborativo, permitindo ajustes e refinamentos que asseguram a qualidade do resultado final.

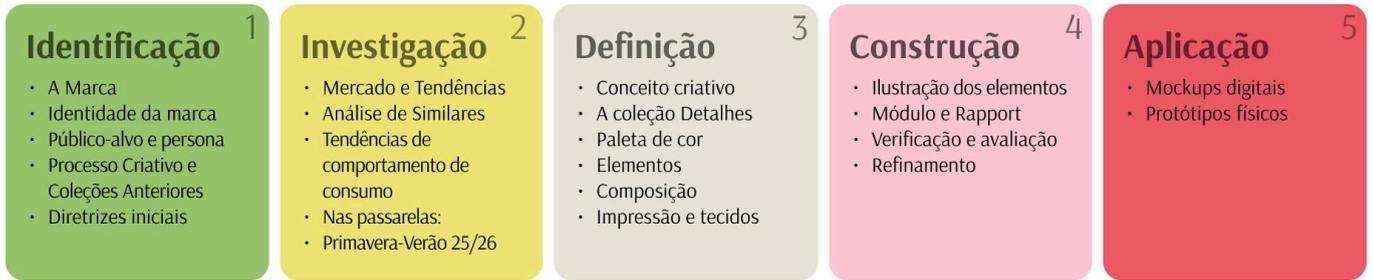
**5. Finalização:** Criar o rapport das estampas, aplicar em mockups e preparar os arquivos para produção, assegurando que todos os aspectos técnicos estejam prontos para impressão e execução. A finalização envolve a criação do padrão de repetição (rapport) e a aplicação das estampas em mockups para visualizar como elas se comportam em produtos reais, garantindo que as estampas estejam prontas para serem produzidas de forma consistente e eficiente.

Essas etapas formam um conjunto de ferramentas que permite replicar o processo em diferentes contextos, possibilitando a expansão do modelo e a disseminação do conhecimento. A estrutura metodológica proposta por Patrícia Siqueira não apenas organiza o desenvolvimento das estampas, mas também potencializa a criação de coleções que comunicam de forma autêntica e impactante a identidade da marca, agregando valor e promovendo um diferencial competitivo no mercado de moda.

#### **2.4. Adaptação da metodologia**

Todas as metodologias, processos criativos e ferramentas mencionados anteriormente serão utilizados de maneira integrada no desenvolvimento deste trabalho. O objetivo é combinar a abordagem estruturada de Bruno Munari, a flexibilidade criativa de Priscila Zavadil e as ferramentas práticas propostas por Patrícia Siqueira para criar um processo sólido e inovador de design de superfícies para a marca Renata Tenca. Cada metodologia oferece contribuições únicas que, ao serem adaptadas e utilizadas em conjunto, garantem um desenvolvimento equilibrado entre inovação estética, eficiência técnica e consistência com a identidade da marca.

Figura 5 - Estrutura da metodologia do projeto



Fonte: Autor (2024)

A metodologia será dividida em 5 etapas, cada uma dessas fases será subdividida em tarefas que visam assegurar um processo estruturado, desde a definição do problema até a finalização da estampa, com verificações contínuas para garantir que as soluções atendam às necessidades do mercado e da marca.

### 3. Etapa 1: Identificação

Esta etapa visa aprofundar a compreensão sobre a marca Renata Tenca, seus valores fundamentais e a identidade do público-alvo. Compreender esses elementos é essencial para definir as diretrizes que orientarão o desenvolvimento do projeto. Esse estudo envolve a análise da essência e dos princípios da marca, bem como a investigação das características e comportamentos do público que a Renata Tenca busca atender.

Será realizada entrevista com stakeholders e pesquisas para compreender profundamente a identidade da marca, seus valores, o público-alvo e as diretrizes criativas. Seu brandbook e redes sociais são base de dados que serão analisados para melhor compreensão da marca. Esse entendimento estabelece um pilar importante para as etapas subsequentes do processo criativo, garantindo que cada decisão esteja alinhada aos ideais da marca e às expectativas das consumidoras. Assim, o projeto refletirá a proposta de valor da Renata Tenca com autenticidade, favorecendo a coerência e a integridade em cada ação.

### 3.1. A marca

Figura 6 - Logo - Renata Tenca



Fonte: Renata Tenca

Renata Tenca é uma marca que atua no segmento têxtil de vestuário feminino desde 2005, com o propósito de atender mulheres que valorizam a moda como uma forma de expressão pessoal e artística. Inspirada na mulher urbana, descomplicada e empoderada, a marca prioriza a praticidade e a exclusividade de suas peças, indo além das tendências sazonais e do consumo massificado do fast fashion.

Renata Tenca, formada em Direito, iniciou sua trajetória no universo da moda após realizar cursos na área, incluindo no Senac e uma imersão em Paris. Motivada por sua paixão pessoal, Renata criou uma marca homônima que reflete suas vivências e influências culturais, expressando sua visão e criatividade em cada peça desenvolvida.

Alinhada ao conceito de slow fashion, Renata Tenca produz suas coleções em edições limitadas, feitas uma a uma, priorizando a alta qualidade dos materiais e da mão de obra, promovendo o consumo consciente e sustentável. A marca utiliza tecidos com alta maleabilidade, permitindo que as peças sejam confeccionadas com uma modelagem confortável, adaptando-se a diferentes tipos de corpo e proporcionando bem-estar.

Sua sede localizada em Campinas, São Paulo, não foi uma estratégia planejada, porém a localização permitiu que Renata Tenca construísse uma presença sólida na região, beneficiando-se do acesso a fornecedores de qualidade e de um público interessado em produtos exclusivos e diferenciados. Além disso, a marca se destaca pela sua forte presença online, essencial para ampliar o alcance para outras regiões do estado e até mesmo para mercados além das fronteiras paulistas. A identidade visual da marca nas mídias sociais é personificada pela própria dona, que também atua como modelo, gerando

um vínculo pessoal e autêntico com suas consumidoras, humanizando a marca e tornando a comunicação mais íntima e confiável.

Figura 7 - Instagram - Renata Tenca



Fonte: Renata Tenca

Renata Tenca busca ser mais do que uma marca de roupas; ela se posiciona como uma aliada das mulheres modernas, oferecendo não apenas moda, mas também uma filosofia de consumo consciente e valorização do estilo pessoal. Cada coleção lançada é uma nova oportunidade de explorar a essência das consumidoras, respeitando suas individualidades e desejos.

### 3.2. Identidade da marca

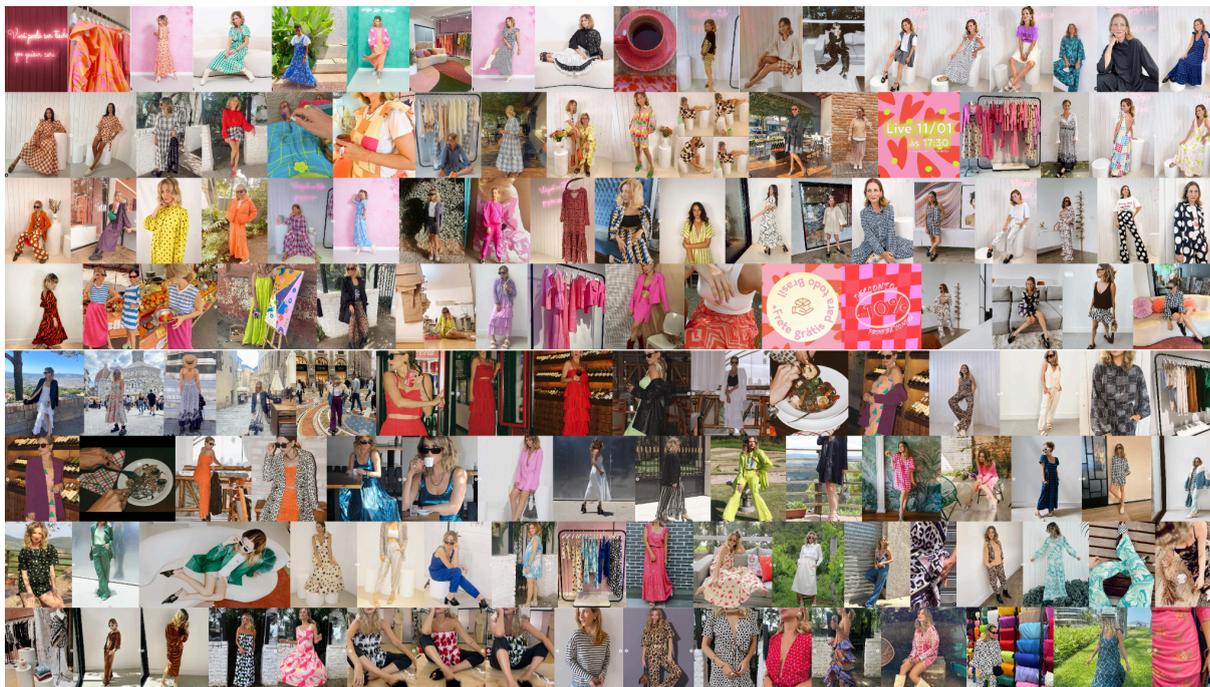
A identidade da marca Renata Tenca é composta por diferentes aspectos que contribuem para uma conexão sólida com o público-alvo. Esta análise é baseada em Kapferer (2003), através do uso da ferramenta “prisma de marca”, a partir de seis aspectos principais para definir a identidade de uma marca.

Figura 8 - Identidade da marca - Kapferer



Fonte: Autor (2024)

Figura 9 - Renata Tenca - Coletânea de imagens



Fonte: Autor (2024)

A marca Renata Tenca caracteriza-se pela qualidade dos produtos, conforto e elegância. As coleções são desenvolvidas com tecidos como rendas, veludo e malhas de viscose, proporcionando um toque sofisticado e versátil. Produções limitadas reforçam a exclusividade da marca. A escolha de materiais de alta qualidade assegura peças duráveis e confortáveis, refletindo o compromisso da marca com o

bem-estar das consumidoras. Cada coleção transmite sofisticação e conforto, empoderando quem veste.

A marca é descomplicada, autêntica e empoderada. Se fosse uma pessoa, seria uma mulher confiante que busca conforto sem abrir mão de estilo. A comunicação é amigável e acessível, garantindo que as consumidoras se sintam compreendidas. A linguagem usada nas campanhas e redes sociais é acolhedora, fortalecendo o vínculo emocional com as consumidoras.

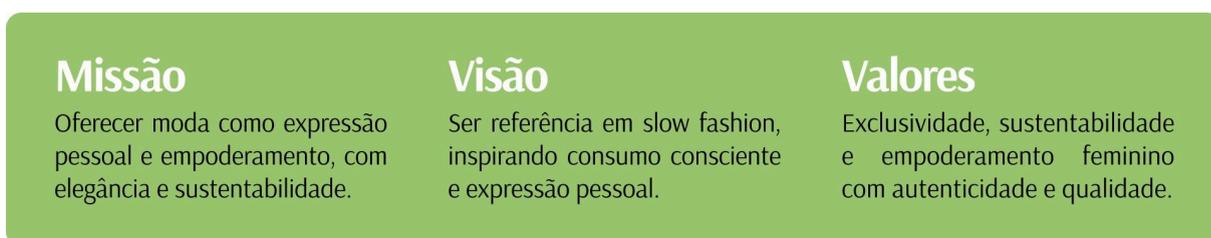
Alinhada ao conceito de slow fashion, a marca valoriza a produção ética, o consumo consciente e a durabilidade das peças. Promove um estilo de vida que equilibra elegância e funcionalidade. A cultura da Renata Tenca valoriza o trabalho artesanal e o respeito ao meio ambiente, buscando minimizar o impacto ambiental por meio de materiais e práticas responsáveis.

A relação da marca com as consumidoras é próxima e transparente. A dona da marca é o rosto da Renata Tenca nas redes sociais, humanizando as interações e criando uma conexão emocional. A marca promove experiências que incentivam as consumidoras a fazerem parte da história da marca, gerando um sentimento de pertencimento e fidelidade.

Ao vestir Renata Tenca, a consumidora reflete um estilo de vida autêntico, confortável e elegante. As cores neutras e vibrantes, combinadas com modelagens fluidas e tecidos sofisticados, permitem que a consumidora se destaque de forma natural. Cada peça é uma extensão da personalidade de quem a veste, transmitindo confiança e autenticidade.

A marca busca empoderar suas consumidoras e conectá-las consigo mesmas ao usar suas peças. Cada peça é projetada para ser uma extensão da individualidade, promovendo autoconfiança. Renata Tenca oferece moda como uma experiência de autoconhecimento e expressão pessoal, incentivando o amor-próprio e a autoestima.

Figura 10 - Missão, Visão e Valores da marca Renata Tenca



Fonte: Autor (2024)

Esses seis aspectos fornecem uma visão detalhada sobre como criar e fortalecer uma identidade de marca de forma coesa e significativa. No contexto da criação de estampas, esses elementos são

utilizados para garantir que as estampas estejam alinhadas com a identidade da marca e que cada escolha criativa — como cores, padrões e estilos — comunique de forma eficaz os valores e a personalidade desejados. Isso é fundamental para a criação de uma coleção que não só representa a marca, mas que também conecte emocionalmente com seu público-alvo, promovendo uma experiência que transcende o uso da peça.

### **3.2.1. Público-alvo e persona**

O público-alvo da marca Renata Tenca é composto por mulheres entre 35 e 55 anos, pertencentes às classes média e alta, que se encontram em uma fase de amadurecimento pessoal e profissional. Essas consumidoras valorizam o conforto e a praticidade, mas não abrem mão de peças elegantes que transmitem personalidade e estilo. A marca dialoga com mulheres que, por desfrutarem do dinamismo da cidade, buscam versatilidade em suas roupas, permitindo que transitem facilmente entre diferentes atividades diárias, como levar os filhos à escola, participar de reuniões de trabalho e aproveitar momentos de lazer. Dessa forma, unificam a qualidade de viver de forma prática e leve, priorizando o bem-estar, soluções eficientes e relações saudáveis, com foco na autenticidade e simplicidade.

As consumidoras da marca Renata Tenca são sofisticadas, posicionando-se com a segurança de ter consciência de seu valor, direitos e capacidades, e entendem a moda como uma ferramenta de empoderamento e expressão pessoal. Elas apreciam tanto peças em cores neutras quanto vibrantes e se permitem experimentar tecidos diferentes, como rendas, veludo e lesle. A busca por peças atemporais e exclusivas faz com que essas consumidoras valorizem a durabilidade e a qualidade dos materiais utilizados, além de priorizarem a originalidade no design. Essas mulheres não seguem apenas as tendências, mas constroem um estilo próprio que reflete sua força interior, sua fluidez e sua capacidade de viver plenamente a vida que levam.

Dois personas foram desenvolvidas para traduzir o público-alvo da marca, auxiliando a alinhar o desenvolvimento do projeto ao estilo de vida e aos valores reais das consumidoras. Essa ferramenta é aplicada para guiar as decisões estratégicas do projeto, garantindo coesão com as informações coletadas sobre a identidade da marca.

Thainá e Flávia capturam diferentes perfis de consumidoras, com suas nuances de estilo, expectativas e comportamentos de compra. Essas diferenças oferecem uma visão detalhada, permitindo atender às demandas específicas de cada grupo distinto dentro do público-alvo. Assim, é possível criar

estampas que dialoguem não apenas com um nicho, mas com uma gama mais ampla de consumidoras, garantindo que a coleção seja atrativa de maneira diversificada, sempre mantendo a essência da marca Renata Tenca.

Figura 11 - Persona - Thainá



“Acredito que a moda deve refletir quem somos, de forma simples. Prefiro peças que me deixem à vontade, mas que também me façam sentir sofisticada no ambiente de trabalho e em confraternizações.”

## THAINÁ TEXEIRA

35 anos  
Gênero feminino  
Mora em Campinas, SP

Thaina Teixeira, ou simplesmente Thai, é uma advogada renomada na cidade, muito conhecida e admirada por equilibrar sua rotina intensa entre o trabalho, seus hobbies e momentos de lazer. Além de sua carreira jurídica, ela também é bailarina e sempre esteve envolvida no mundo das artes, algo que relata ter contribuído para a construção de sua identidade e ajudado em seu amadurecimento pessoal.

### COMPORTAMENTO DE COMPRA

Se considera uma cliente exigente, característica que a leva a tomar decisões conscientes no momento da compra. Para garantir que vale a pena investir em uma peça, Thai opta por fazer suas compras em lojas físicas, principalmente visitando marcas que já estabeleceram uma proximidade com ela.

### GOSTOS E PREFERÊNCIAS

Ela valoriza peças versáteis que acompanham seu dia a dia, transitando entre o ambiente de trabalho, happy hour ou um jantar a dois. Além disso, exclusividade, qualidade e personalidade nas peças são fatores importantes no seu checklist de compra.

### FRUSTAÇÕES

Roupas sem um bom caimento ou de baixa qualidade podem ser uma surpresa desagradável, algo que ela tenta ao máximo evitar em seu guarda-roupa. Além disso, se frustra quando suas marcas favoritas lançam roupas que limitam suas opções de uso, como as inspiradas por tendências de fast fashion.

### RELAÇÃO COM A MARCA

Após a pandemia, uma nova colega de trabalho apresentou a marca Renata Tenca a ela, usando um conjunto em uma das audiências em que trabalharam juntas. Hoje, Thai é uma cliente fiel da marca, e acompanha tudo pelo Instagram.

Fonte: Autor (2024)

Figura 12 - Persona - Flávia

"Para mim, vestir vai além de escolher uma roupa; é um ritual que conecta corpo, mente e espírito com os valores que acredito e quero transmitir ao mundo."

## FLÁVIA COLIN

50 anos

Gênero feminino

Mora em Ribeirão Preto, SP



Flávia Colin é dentista, terapeuta holística e mãe de dois filhos. Após anos dedicados à odontologia, ela expandiu sua prática para incluir terapias alternativas, passando a enxergar seus pacientes de maneira integral. Divorciada e com os filhos já adultos, Flávia vive uma fase mais tranquila, buscando sempre alinhar suas escolhas e ações diárias com a oportunidade de expressar equilíbrio, harmonia e celebrar a mulher poderosa que se torna a cada dia.

### COMPORTEAMENTO DE COMPRA

Flávia valoriza uma experiência de compra tranquila e personalizada, com opção online. Ela prefere marcas que compartilham seus valores de sustentabilidade, ética e uso de tecidos naturais, além de apreciar conhecer a história por trás das peças que adquire.

### GOSTOS E PREFERÊNCIAS

Procura peças confortáveis e práticas, adequadas tanto para o consultório quanto para eventos sociais ou atividades ao ar livre. Valoriza tecidos leves e respiráveis que promovam bem-estar. Flávia espera encontrar roupas que equilibrem elegância e simplicidade, proporcionando uma conexão emocional além da estética.

### FRUSTAÇÕES

Roupas que não oferecem conforto ao longo do dia são evitadas, assim como peças que demandam muita manutenção ou perdem qualidade rapidamente. Ela também se decepciona com a falta de criatividade e coerência em uma coleção de roupas.

### RELAÇÃO COM A MARCA

Quando morava em Campinas, Flávia era cliente assídua da loja da mãe de Renata Tenca, onde começou a se interessar pela marca. Desde então, tornou-se uma grande compradora e valoriza a relação próxima, considerando a marca de bom gosto e diferenciada no mercado.

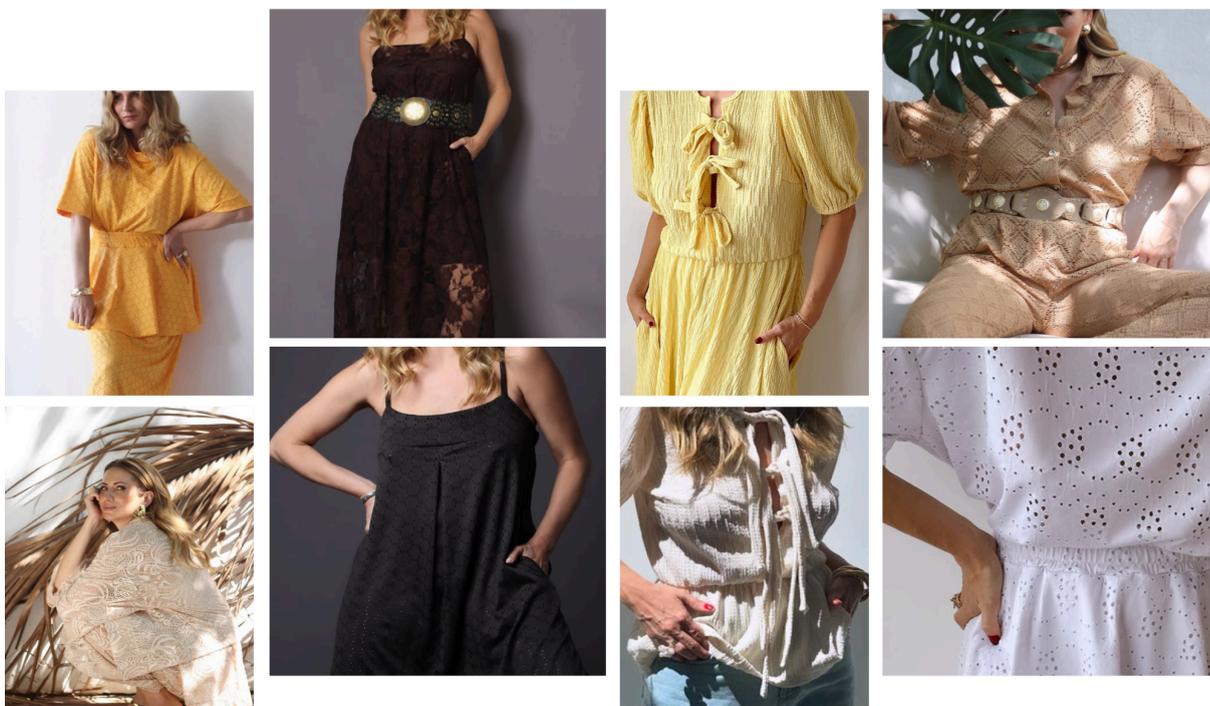
Fonte: Autor (2024)

### 3.3. Processo Criativo e Coleções Anteriores

Renata encontra inspiração para suas coleções em diversas fontes, como plataformas de tendências (WGSN), Vogue, aplicativos de passarela, Pinterest e quadros de referências visuais. Ela também mantém um caderno de anotações para registrar ideias sempre que surgem.

Para Renata, a marca Renata Tenca não é apenas sobre roupas, mas também sobre o estilo de vida e as vivências de suas consumidoras. O processo criativo visa desenvolver peças que acompanhem as mudanças na vida e no corpo das mulheres, refletindo o momento em que elas estão na melhor fase de suas vidas. A identidade visual da marca nas mídias sociais é humanizada pela própria Renata, que também atua como modelo, criando um vínculo próximo e autêntico com as consumidoras.

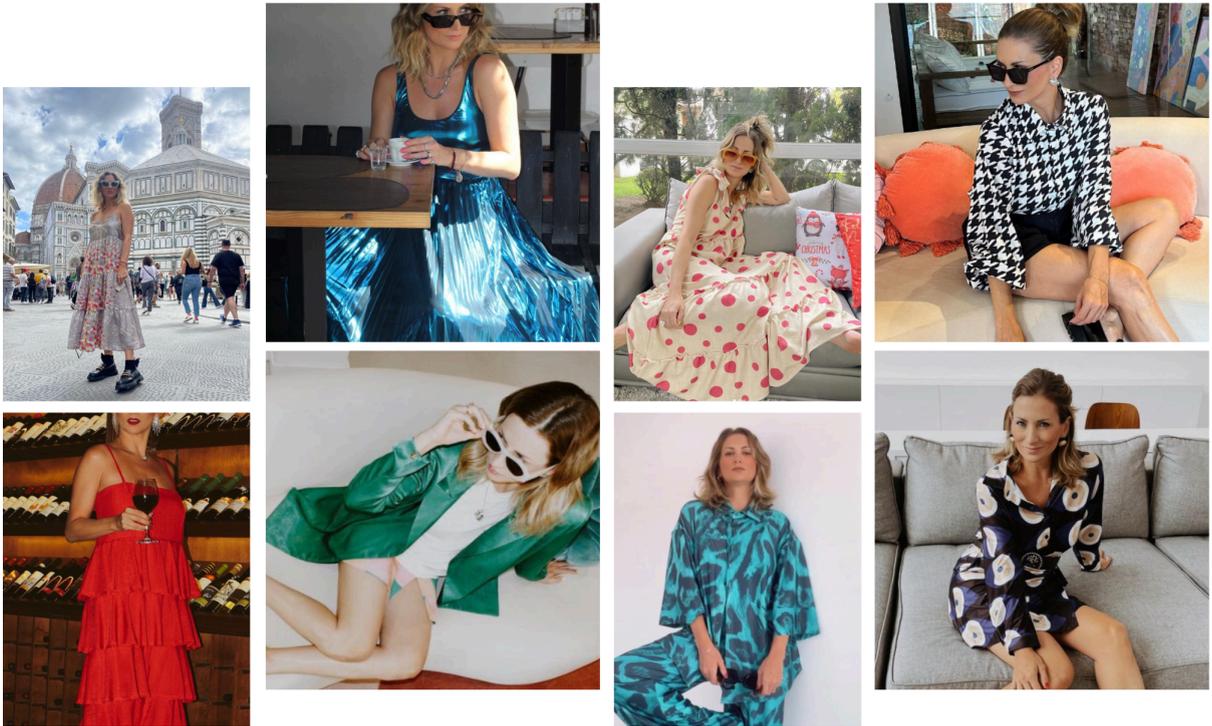
Figura 13 - Coleção Primavera-Verão 24/25 - Renata Tenca



Fonte: Autor (2024)

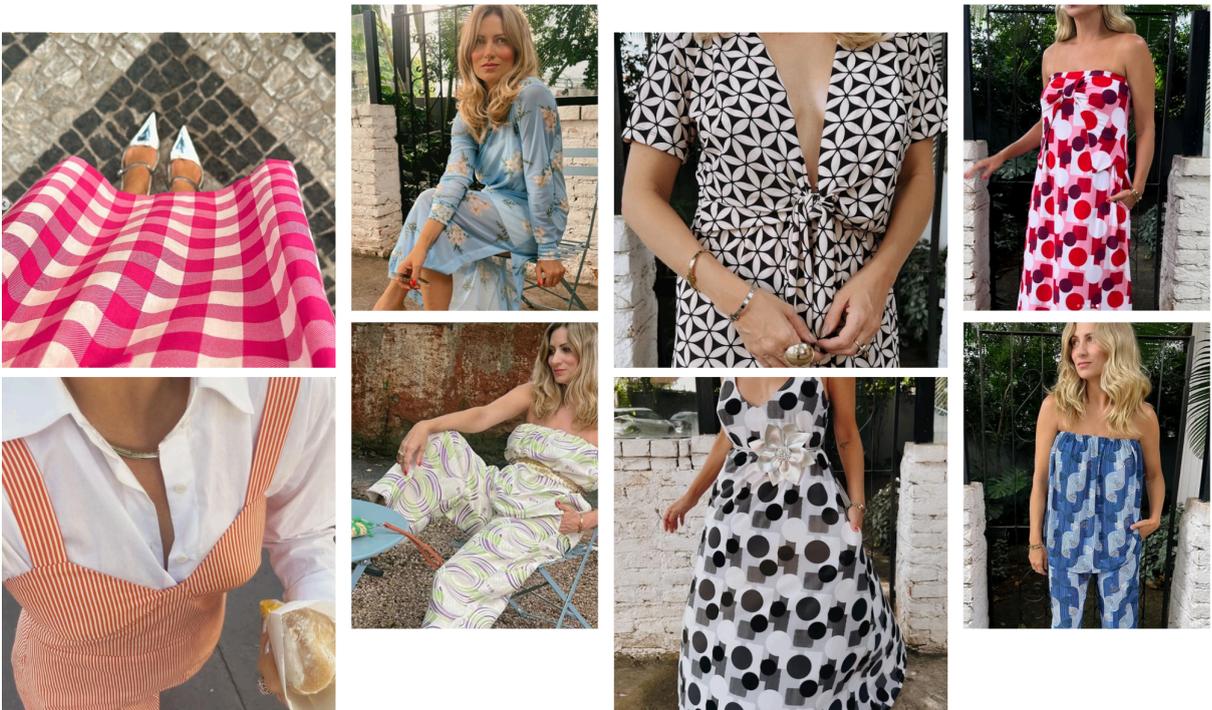
Embora a marca tenha optado por reduzir o uso de estampas nas coleções de primavera/verão 2025, focando em tecidos com texturas sofisticadas, variações de cores e texturas são recorrentes em outras temporadas. Materiais como rendas, veludo e tweed já foram utilizados para trazer exclusividade e sofisticação. As cores variam entre tons neutros e vibrantes, proporcionando um guarda-roupa dinâmico e sofisticado, que convida as consumidoras a explorarem novas experiências criativas e expressarem sua autenticidade de forma única.

Figura 14 - Coleção Primavera-Verão 22/23 - Renata Tenca



Fonte: Autor (2024)

Figura 15 - Coleção Primavera-Verão 23/24 - Renata Tenca



Fonte: Autor (2024)

Cada coleção da Renata Tenca é desenvolvida com o objetivo de proporcionar novas formas de expressão pessoal, sem comprometer a essência da marca. A abordagem de reduzir o uso de

estampas foi cuidadosamente planejada para destacar a textura dos tecidos e dar um foco maior à qualidade e à construção das peças. Essa escolha estratégica possibilita que a marca mantenha uma imagem sofisticada e versátil, garantindo que as peças sejam atemporais e se adaptem a diversas ocasiões.

### **3.4. Diretrizes iniciais**

Devido à produção em menor escala e às edições limitadas, o processo de impressão de estampas pode se tornar oneroso e, por vezes, inviável economicamente. Assim, o objetivo deste projeto é desenvolver uma coleção de estampas que considere essas restrições, propondo soluções viáveis para a produção, alinhadas à demanda e à identidade da marca. A criação de estampas que possam ser aplicadas de diferentes formas e em variadas peças é uma estratégia para otimizar os custos e ainda assim proporcionar exclusividade às consumidoras.

Outro aspecto fundamental é a adaptação das estampas ao modelo de produção baseado em lançamentos semanais "new in" ou coleções cápsula, evitando as limitações sazonais. Dessa forma, garante-se um fluxo constante de novidades sem rotular as roupas para uso em uma estação específica, mantendo a coesão visual e estética. Essa abordagem cria uma experiência dinâmica para as consumidoras, que podem encontrar novidades com frequência, fortalecendo o vínculo com a marca e mantendo o interesse constante em seus produtos.

O projeto surge da necessidade da marca em desenvolver estampas exclusivas que comuniquem sua mensagem e sejam um diferencial no mercado. A proprietária da marca deseja apoiar profissionais emergentes no segmento de design e moda, promovendo liberdade criativa e trazendo novos olhares para a empresa. Esse posicionamento possibilitou diretrizes flexíveis, mas é importante destacar que existem requisitos cruciais, obtidos por meio da análise da identidade da marca, que devem ser considerados no desenvolvimento do projeto.

A implementação de estampas deve valorizar não só a durabilidade material, mas também a estética das peças, refletindo os valores centrais da marca, como o slow fashion. O desafio é manter as estampas alinhadas às expectativas das consumidoras, que buscam novidades e originalidade, equilibrando esses elementos sem comprometer a identidade da marca. As estampas devem ser projetadas de modo a permitir combinações que agreguem valor visual às peças e que também possam ser utilizadas em uma variedade de tecidos e modelagens, mantendo a coerência com a identidade da marca e oferecendo versatilidade.

Assim, o projeto busca atender às expectativas estéticas da marca e de suas consumidoras, alinhando-se à identidade e aos valores de consumo consciente. Cada estampa deve causar impacto visual e emocional, preservando a integridade dos princípios essenciais da marca. A criação das estampas levará em consideração não apenas a exclusividade, mas também a forma como as consumidoras se sentem ao vestir uma peça Renata Tenca, garantindo que cada roupa seja uma expressão de empoderamento e individualidade.

#### **4. Etapa 2: Investigação**

A segunda etapa do projeto compreende a Investigação, uma fase que busca coletar e analisar dados para criar uma fundamentação das próximas decisões. Nesse processo, são reunidas informações detalhadas sobre o mercado e o comportamento do público-alvo, além de tendências de moda e consumo previstas para 2025 e adiante, que impactam diretamente a atuação da marca no mercado. Segundo Caldas (2004), a coleta de dados em projetos de design não se restringe à observação de modismos, mas se estende ao entendimento profundo dos movimentos culturais e comportamentais que moldam o mercado contemporâneo. Dessa forma, objetiva-se reunir insumos que proporcionem um conhecimento amplo e detalhado sobre o contexto, de modo a fundamentar as escolhas de design com consistência e relevância.

##### **4.1. Mercado e Tendências**

O estudo do mercado e das tendências permite capturar as sensibilidades que influenciam a sociedade, a cultura e o consumo (CALDAS, 2004). Compreender as dinâmicas que impactam o comportamento de compra e as preferências estéticas atuais da sociedade como um todo ajuda a estabelecer essas preferências. A análise foca em identificar como marcas similares à Renata Tenca se posicionam no mercado com suas peças e estampas, além de explorar as tendências para Primavera-Verão 25/26, que podem orientar o desenvolvimento de um conceito alinhado não apenas à identidade da marca, mas também ao que sustenta seu lucro: o consumo.

Esse processo é realizado por meio da análise de marcas similares, recortes de relatórios e palestras elaborados por bureaus de tendências, e também pela exploração dos temas abordados nas fashion weeks de Primavera-Verão 25/26, que ocorreram em Milão, Paris, Londres e Roma. Além disso, é essencial buscar informações além dos campos específicos do design, ampliando a observação para o

cotidiano e outras áreas, pois, como afirma Caldas (2004), “Quanto mais se olha apenas para o próprio meio profissional, ou para a esfera de interesse imediato, mais limitado o olhar”. Nesse sentido, busca-se direções que contribuam para a criação do conceito da coleção de estampas, garantindo atender às diretrizes da marca, sua originalidade e identidade.

#### **4.1.1. Análise de similares**

Os similares da marca Renata Tenca foram definidos a partir da análise de seu conceito de autenticidade, elegância e versatilidade no vestir, características centrais que a marca propõe para suas consumidoras. Apesar de a própria fundadora afirmar que há concorrentes diretos na região em que a marca atua, aqui torna-se relevante considerar referências nacionais que compartilhem de valores semelhantes. Portanto, a seguir será feita uma análise descritiva de marcas similares que servem de referência e posicionamento para a Renata Tenca, visando o mercado têxtil brasileiro e o público feminino com quem dialoga.

É interessante observar que a maioria das marcas consideradas similares à Renata Tenca compartilham uma característica em comum: a cultura carioca como ponto central de suas inspirações. Elas conseguem traduzir em suas coleções um senso de brasilidade leve e descontraído cada uma com sua linguagem. Com comunicação acolhedora elas facilitam a transição das consumidoras entre diferentes ocasiões, de um passeio casual, um dia de trabalho, a um evento mais sofisticado. Essa combinação de adaptabilidade e praticidade encontra ecos na proposta da Renata Tenca, que também busca oferecer uma moda que equilibre elegância, conforto e autenticidade em um guarda-roupa funcional e sofisticado.

#### **Carol Arbex**

Carol Arbex é uma marca de moda feminina paulista que se posiciona como urbana, autêntica e atemporal. Com uma abordagem voltada para o consumo consciente e a valorização de produtos artesanais e exclusivos, busca atender a mulher moderna em diferentes momentos de sua vida, através de coleções que se adaptam tanto a ocasiões casuais quanto profissionais e especiais. Atuando exclusivamente em multimarcas e sob pedido, a marca mantém sua exclusividade ao evitar a produção em massa e estoques prontos para entrega imediata, assim como Renata Tenca.

Figura 16 - Análise de Similares - Carol Arbex



Fonte: Autor (2024)

A marca realiza dois grandes lançamentos anuais (verão/alto verão e outono/inverno), com cada coleção sendo orientada por um tema central, que define desde a escolha dos tecidos até o design das peças. Temas geralmente inspirados na natureza influenciam suas cores, estampas e materiais mantendo a autenticidade e funcionalidade das suas criações. Todas suas coleções são divididas em três linhas principais no processo criativo: *Poesia Urbana*, com peças voltadas para o dia a dia, como encontros casuais e almoços, focando em malharia com toques diferenciados; *Cosmopolita*, composta por peças elegantes e práticas, adequadas tanto para o trabalho quanto para eventos sociais; e *Universo Particular*, com foco em eventos especiais e materiais mais sofisticados, sem restrições de preço de matéria-prima, priorizando exclusivamente a qualidade. Essas visões dentro de um mesmo tema leva a uma exploração de diferentes possibilidades para vestir a mulher em todos os momentos da vida dela.

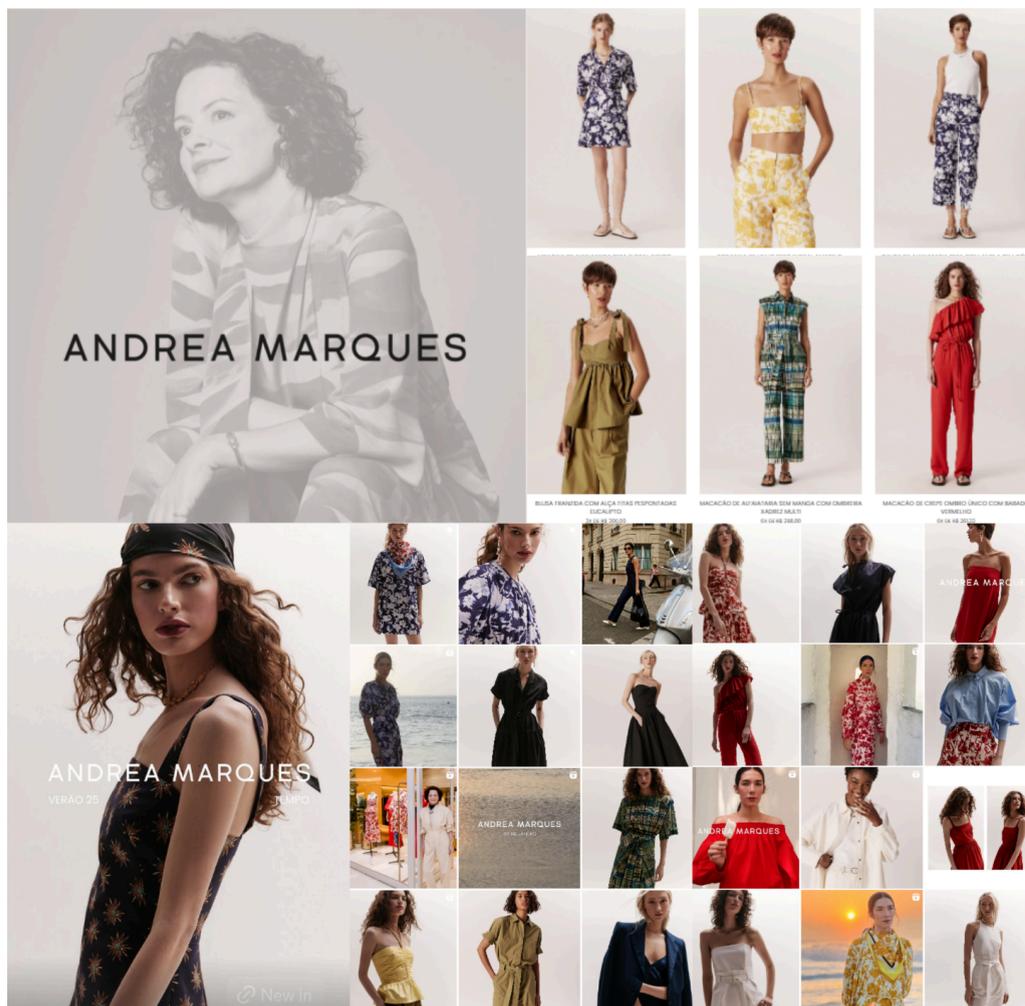
Ela revela que, em suas pesquisas de mercado e tendências, evita seguir as modas passageiras, preferindo um caminho que valoriza a autenticidade e uma estética própria. Além disso, conta com um time diverso de estilistas para enriquecer cada processo criativo com novas perspectivas. Ela valoriza a colaboração entre mulheres empreendedoras, incentivando a criação de redes de apoio por meio de iniciativas que promovem parcerias e sinergias no setor.

### **Andrea Marques**

A Andrea Marques, marca carioca, foi fundada em 2007 com o objetivo de criar roupas que traduzem a paixão por estampas, cores e alfaiataria impecáveis em formas contemporâneas e femininas. A marca busca potencializar a força, a beleza e a autoestima das mulheres, com peças que mesclam delicadeza, frescor e ousadia. Andrea se inspira na elegância tropical do Rio de Janeiro, onde a estilista encontra suas principais influências. A marca reflete um desejo por um luxo íntimo, com roupas que expressam a liberdade e a autenticidade das mulheres. Embora Andrea Marques tenha iniciado sua marca de forma modesta, ela rapidamente cresceu e consolidou algumas lojas físicas onde suas criações podem ser encontradas, além de multimarcas e também possui uma forte presença no e-commerce, o que facilita a distribuição para um público mais amplo.

A estilista é reconhecida por suas estampas exclusivas e autorais, que muitas vezes são influenciadas por elementos da natureza ou por figuras icônicas. Em termos de parcerias, a marca já colaborou com grandes nomes e eventos, como a criação de coleções cápsulas para a C&A (2012 e 2014) e o desenvolvimento de uniformes para os Jogos Olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro. Além disso, participou de eventos internacionais como o Le Brésil Rive Gauche no Le Bon Marché, em Paris, e o projeto MASP Renner, onde colaborou com a artista Beatriz Milhazes para criar uma peça exclusiva para o acervo do museu. Essa comunidade colaborativa dentro dos segmentos da moda agregam no acervo de conhecimento que cada pessoa tem a compartilhar e receber.

Figura 17 - Análise de Similares - Andrea Marques



Fonte: Autor (2024)

Andrea Marques lança duas coleções anuais, de verão e inverno, classificadas como "New in", uma prática comum também na marca Renata Tenca. A coleção Verão 24 - Poesia Tropical exemplifica sua inspiração vinda da natureza, explorando a fusão entre o imaginário e o real, celebrando a capacidade feminina de transformar sonhos em realidade. As estampas de Andrea Marques são únicas e repletas de criatividade, frequentemente apresentando a repetição de um único elemento ou explorando formas geométricas e abstratas, que trazem equilíbrio entre ousadia e sofisticação. Na sequência, a coleção Inverno 24, inspirada na beleza das borboletas, mensageiras de transformação e liberdade, apresenta silhuetas femininas com acabamentos delicados e românticos, que refletem a leveza e a força da alma feminina. Por fim, a coleção Verão 25 - Tempo foca na necessidade de desacelerar e valorizar os momentos fugazes, capturando a essência das manhãs e promovendo uma conexão com a criatividade.

### Cantão

Fundado em 1967 no Rio de Janeiro, o Cantão foi criado para refletir o estilo de vida jovem e livre da mulher brasileira. As coleções transmitem uma feminilidade natural, combinando conforto e leveza com uma estética que captura o espírito carioca. O conceito central, Viver Bem, guia todas as criações da grife, que sempre se inspira na natureza e na energia do clima tropical, oferecendo peças cheias de cor. A marca mantém mais de 40 lojas próprias no Brasil e está presente em mais de 1.000 multimarcas e atua em mercados Internacionais, além de uma forte presença no e-commerce, consolidando seu papel de referência em moda casual e estampas vibrantes.

Figura 18 - Análise de Similares - Cantão



Fonte: Autor (2024)

Sob a liderança de Lanza Mazza, a direção criativa do Cantão, a grife continua a explorar temas profundamente conectados ao universo feminino. Lanza, que estudou no Fashion Institute of Technology (FIT) de Nova York, trouxe uma visão contemporânea à marca, mantendo o foco em estampas, texturas naturais e conforto. As coleções mais recentes, como Primavera 24 - Tramas Femininas, destacam-se pela conexão e liberdade expressas através das roupas. Com uma identidade

forte baseada no uso de cores vivas e estampas exclusivas, a marca fala diretamente à mulher que valoriza autenticidade e originalidade em suas escolhas de moda.

Além das coleções, o Cantão reafirma sua identidade dentro do mercado ao estabelecer parcerias criativas e envolvimento em projetos sociais diversos que incluam o protagonismo feminino. Desde uma coleção fixa de T-shirts solidárias, cuja renda é revertida para diversas instituições, até colaboração com a Feel Lube, marca de cuidado íntimo feminino, a marca mantém seu compromisso com o bem-estar e a autoestima feminina, promovendo produtos que incentivam o cuidado pessoal.

As marcas analisadas possuem uma trajetória consolidada no mercado, com um branding bem definido, o que lhes permite alcançar coesão em cada ação e se destacarem facilmente por meio de suas estampas, cores ou cortes. No caso de Renata Tenca, que vem se consolidando ano após ano, ao utilizar estratégias que criam harmonia entre suas ações, a introdução de uma estampa exclusiva e alinhada à sua identidade torna-se um passo importante para seu posicionamento. A representação estética de uma marca dentro da estampa faz com que outras pessoas possam se comunicar com ela, isso não apenas distingue a marca, mas também reforça a conexão emocional que estabelece com o consumidor.

Um elemento comum entre as marcas citadas foi a versatilidade, que acontece além da qualidade material ou estrutural das peças, é um requisito presente desde a escolha das cores, dos elementos e da composição das estampas ou dos tecidos combinados. Essa versatilidade se revela não apenas na adequação da peça para ser vestida ao longo do dia, mas na capacidade de ressoar com as consumidoras, proporcionando-lhes a oportunidade de se expressar e de criar um vínculo emocional com o que vestem. A verdadeira relevância de uma peça se encontra na sua capacidade de gerar essa conexão e manter sua atratividade, independentemente do tempo, sempre preservando a modernidade e o frescor.

É nesse cenário que o design de superfície ganha protagonismo, pois ele é o elemento que transforma uma peça em uma extensão da identidade da consumidora. Ao combinar a individualidade com as tendências de moda, o design de superfície assegura que cada peça tenha harmonia entre exclusividade, autenticidade e a temporalidade das tendências, garantindo a longevidade e relevância das criações, o que está diretamente alinhado com a filosofia da marca Renata Tenca.

#### 4.1.2. Tendências de comportamento de consumo

O cotidiano tem ganhado novos significados com as transformações recentes nas formas de viver, como apontado no relatório *Global Consumer Trends* da Mintel (2023). Com a pandemia e o avanço tecnológico, o conceito de vida adulta foi redefinido, valorizando-se mais os pequenos momentos diários do que os marcos tradicionais. Junto a isso, o 'Renascimento do Relacionamento' da Tendência Global de Consumo 2024 da Mintel revelou que, ao sair da pandemia, os consumidores também expressaram uma ânsia de buscar conexão com propósito, o que impulsionou um ressurgimento de hobbies e atividades de paixão que, em última análise, fornecem às pessoas identidades que trazem profundidade às suas interações. Essas mudanças refletem em uma tendência de consumo de marcas e serviços que optam por personalização e experiências que trazem um vínculo emocional mais intenso. As marcas são vistas como um apoio para equilibrar conexões físicas e digitais, ajudando os consumidores a otimizar seu tempo e bem-estar.

"O tom de uma marca pode promover um sentimento de pertencimento e empoderamento em seu público, moldando um espaço onde os indivíduos podem prosperar e se envolver positivamente uns com os outros." - Mintel (2024)

Outra tendência apontada pela Mintel nesse mesmo relatório, é a *The globe: tradition in transition* que aborda o curso global de enfrentamentos de mudanças demográficas, tecnológicas e ambientais que provocam e virão a provocar grandes conflitos futuros. Esses motivos afetam a evolução do sentimento dos consumidores, que oscilam entre valores morais e necessidades funcionais e atualmente, eles priorizam produtos que melhorem suas vidas de maneira prática, em vez de promessas vagas de responsabilidade social. Transparência, segurança e eficácia são requisitos básicos para as marcas.

Para este projeto, é necessário que o conceito de estampas seja compatível com as necessidades do mercado de consumo, de modo a incentivar um momento de conexão com a marca Renata Tenca e promover um sentimento de pertencimento. Em contrapartida, a marca oferece uma conexão genuína e incentiva o empoderamento do consumidor. Assim, a coesão entre o conceito da estampa e a mensagem que a marca deseja transmitir são ferramentas importantes para o ponto de partida do caminho a escolher para a criação do conceito proposto para uma coleção que lançará.

### **4.1.3. Nas passarelas: Primavera-Verão 25/26**

Esta pesquisa aborda as principais tendências relacionadas ao design de moda e estamparia previstas para a temporada de Primavera-Verão 25/26, que já foram destacadas em escritórios de tendências e até mesmo nas passarelas das fashion weeks mais recentes em cidades como Milão, Paris, Nova York e Londres. Com base em recortes cuidadosamente selecionados a partir de pesquisas e referências de grandes fontes influentes do setor, como Vogue Runway, Première Vision, Patternbank, Fashion Snoops e Pantone, esta análise explora temas e destaques que tenham coesão com a marca Renata Tenca. A proposta é fornecer uma visão ampla para servir como inspiração e referência para o desenvolvimento do conceito da coleção de estampas, e pré definir cores, elementos e composições presentes na mesma.

#### **Tendência Optimistic Joy**

Na análise de comportamento de consumo, foi observado que, em meio aos drásticos acontecimentos mundiais, as pessoas têm buscado maior conexão e propósito em suas escolhas. Esse movimento também se refletiu nas passarelas das fashion weeks em cidades icônicas da moda, o que fez com que diversos designers, de forma direta ou indireta, direcionaram suas coleções com o propósito acolher esse consumidor e instigar nele sentimentos bons de alegria e esperança em tempos difíceis.

Um exemplo claro dessa abordagem é o conceito Optimistic Joy (Fashion Snoops, 2024), apresentado em diversos desfiles, que busca evocar fortes emoções e conectar o consumidor a uma sensação de alegria genuína. Em contraste com a saturação da moda repetitiva e globalizada, impulsionada pelas redes sociais, essa tendência valoriza a liberdade criativa dos designers, promovendo um estilo individual e autêntico, celebrando a moda como diversão e expressão pessoal. Estampas e estruturas maximalistas, florais exagerados, pinceladas artísticas e uma paleta ousada de cores primárias transformam os tecidos em verdadeiras obras de arte, proporcionando momentos de otimismo e felicidade.

Figura 19 - Tendências Primavera-Verão 25/26 - Optimistic Joy 1



Fonte: Autor (2024)

A liberdade criativa culminou em peças cheias de vida e expressivas, que rompem com a monotonia habitual. Essa tendência promete seguir em alta, oferecendo uma abordagem leve e divertida, mas igualmente poderosa, ao modo como as pessoas se vestem. Tecidos sensoriais, projetados para gerar uma experiência tátil, e a combinação de cores primárias fortes com neutros intensos reforçam a ideia de que a moda vai além do visual, proporcionando uma experiência completa e significativa.

Figura 20 - Tendências Primavera-Verão 25/26 - Optimistic Joy 2



Fonte: Autor (2024)

### Cores

As apostas de cores para a temporada de Primavera-Verão 25/26 exploram esse potencial de expressividade pessoal e autenticidade. De acordo com o Pantone Color Institute, na London Fashion Week, as cores foram associadas ao conforto com criatividade, que trouxeram uma vibração otimista, repleta de energia e contrastes. Tons de inspiração ecológica foram combinados a monocromáticos

confiantes e intensos, estimulando uma sensação de liberdade de expressão que mistura sensibilidades modernas e clássicas em uma proposta multifacetada e não convencional. Leatrice Eiseman, Diretora Executiva do Pantone Color Institute, destacou que essa paleta é “emblemática do nosso desejo de exercer a liberdade pessoal, encorajando-nos a experimentar, expressar e desbloquear o nosso próprio estilo original”.

Figura 21 - Tendência de cores - London

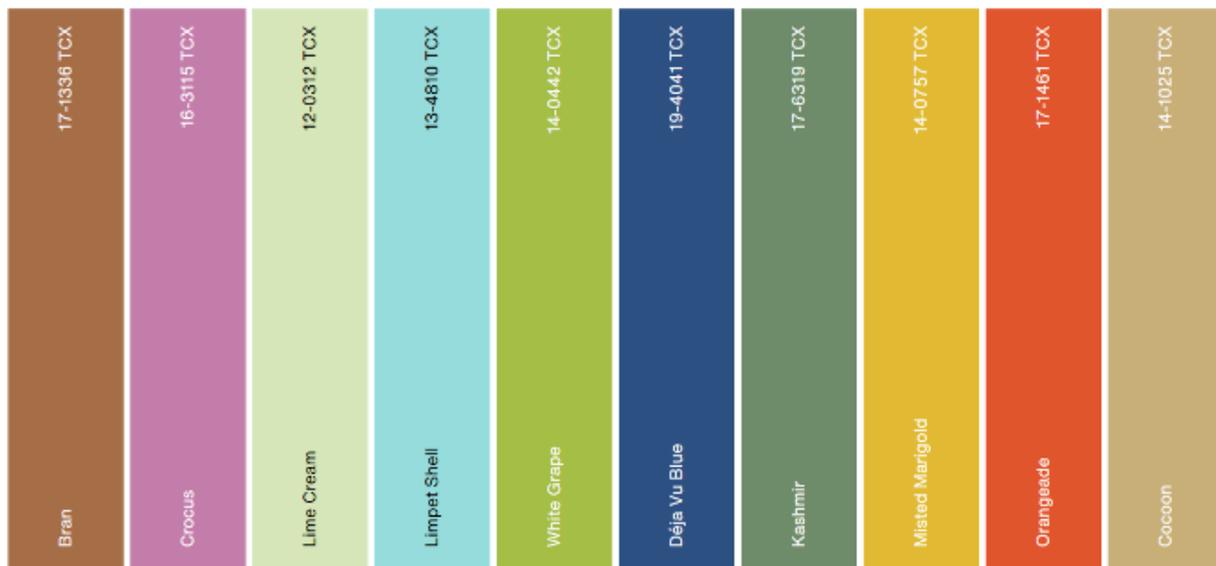


Fonte: Pantone (2024)

A New York Fashion Week apresentou uma abordagem similar, com tons que dialogam com o desejo de autenticidade e um espírito de individualidade alegre e otimista. Conforme comenta Eiseman, diretora do Pantone Color Institute, essas cores combinam conforto e glamour, oferecendo

praticidade e profundidade, elevando os tons tradicionais a uma expressão mais moderna e vibrante. A paleta destaca brilhos exóticos, tons terrosos médios, neutros atemporais e expansivos azuis e verdes, ideais para capturar o espírito da estação com frescor e originalidade.

Figura 22 - Tendência de cores - Nova York



Fonte: Pantone (2024)

A Fashion Snoops, uma plataforma global de tendências e pesquisa de moda, por sua vez, enfatiza a ascensão do verde-limão e a consolidação do marrom como a "cor do momento" — um tom sofisticado, enraizado na natureza e quase atemporal. Essa temporada, além de revelar uma inovação no uso de cores, brinca com a luz e explora variações tonais.

A Primavera-Verão 25/26 se destaca inovação no uso de cores e texturas, reflete uma tendência de experimentação com luz e tons naturais. A variedade de paletas, que abrange desde os tons mais claros até os escuros profundos, oferece múltiplas possibilidades para o design têxtil. As marcas que se aproximarem dessas tendências poderão alcançar uma estética que une modernidade e sofisticação, transmitindo profundidade e impacto visual em peças leves e refrescantes. Assim, a temporada promete surpreender com combinações inesperadas e efeitos visuais cativantes.

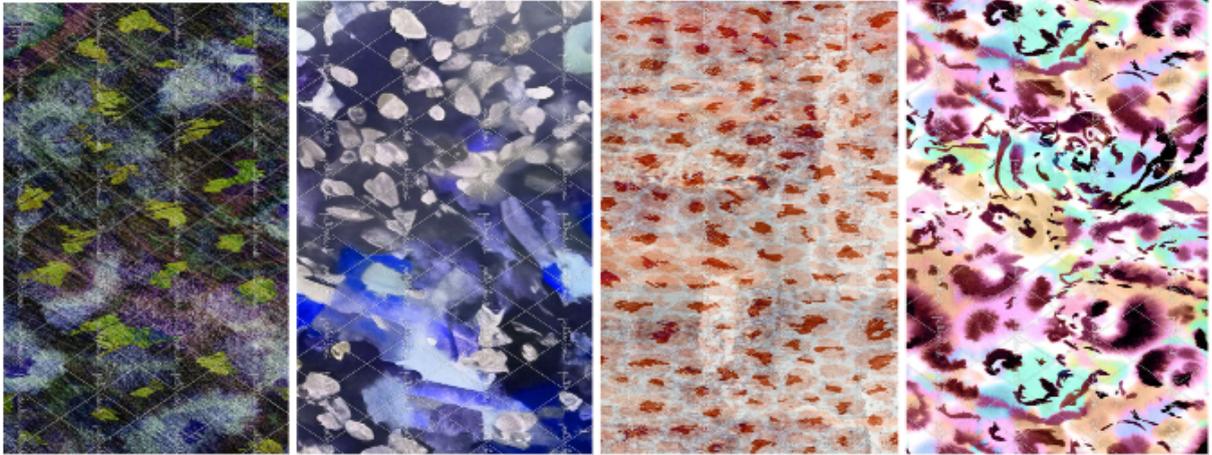
Ao analisar a marca Renata Tenca, observa-se o uso de algumas das cores citadas, em peças da marca, como o verde-limão. Embora voltada para um público mais maduro, a marca se destaca pela busca por cores intensas e vibrantes, que agradam suas consumidoras. Da mesma forma, o rosa pink aparece frequentemente em seus lançamentos, como um ponto de cor que ressoa a vivacidade da marca. Apostar em cores energéticas e versáteis é um caminho promissor, mas também se busca conferir versatilidade a essas cores para que permaneçam assertivas em diferentes ocasiões de uso e composições.

### **Elementos e composição de estampas**

A cartela de tendências de estampas previstas e já vistas na temporada de Primavera-Verão 25/26 é ampla, e neste projeto será feito um recorte específico daquelas que têm potencial de estabelecer uma relação coerente com a marca Renata Tenca e suas coleções anteriores. A pesquisa foi realizada em duas plataformas de destaque: Patternbank e Première Vision. O Patternbank, um dos mais renomados bancos de estampas do mundo, reúne empresas e criativos de diversas regiões e publica relatórios das últimas e futuras tendências em estamparia. A Première Vision, por sua vez, é mundialmente conhecida por suas feiras que atraem líderes do setor têxtil, servindo como um centro de reunião, inspiração e laboratório de tendências.

Entre as tendências destacadas, Tropical Stories ressoa de forma especial com a marca Renata Tenca, apresentando uma abordagem vibrante e lúdica ao reinterpretar flora exótica e elementos naturais com um estilo artístico e alegre (Patternbank, 2024). Caracterizada por ilustrações que exploram a natureza com traços soltos e técnicas de pintura aguada, essa tendência transmite leveza e frescor, elementos essenciais para o verão. Especificamente, uma vertente dessa tendência traz variações de animal print em texturas que remetem à flora, o que se alinha com a assinatura da Renata Tenca, que frequentemente incorpora animal print em seus lançamentos. No entanto, aqui, a proposta se expande para uma estética mais colorida e descontraída, equilibrando autenticidade e exuberância visual. A paleta de cores, que vai desde monocromáticos até combinações complexas, reforça essa vivacidade e dinamismo.

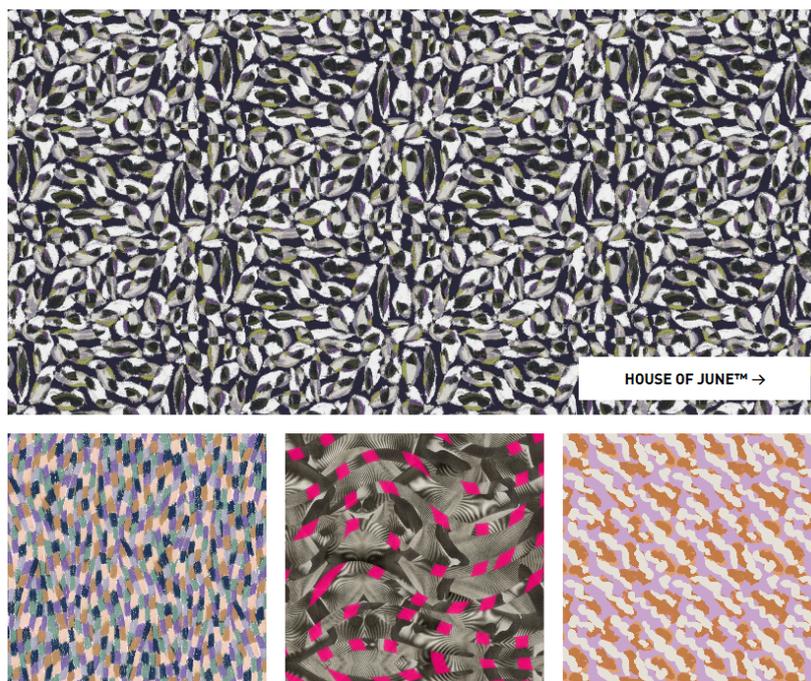
Figura 23 - Tendência de estampas - *Tropical Stories*



Fonte: Patternbank (2024)

Outra tendência identificada é a Multiplicação, que presta homenagem à resiliência da natureza e à multiplicidade da vida em suas variadas formas. Esta tendência gráfica se traduz em padrões geométricos e sobreposições que exploram escalas microscópicas, revelando a beleza nos detalhes menos visíveis. A cartela de cores inclui tons quentes, frios e neutros, que juntos criam ilusões ópticas e efeitos cinéticos, trazendo dinamismo às peças. Com essa abordagem, estabelece-se uma estética que une o natural ao refinado, integrando a complexidade da natureza em várias escalas e proporcionando uma imersão em uma visão tropical e contemporânea.

Figura 24 - Tendência de estampas - Multiplicação



Fonte: Premiere Vision (2024)

Figura 25 - Tendência de estampas - Dries Van Noten



Fonte: Vogue Runaway (2024)

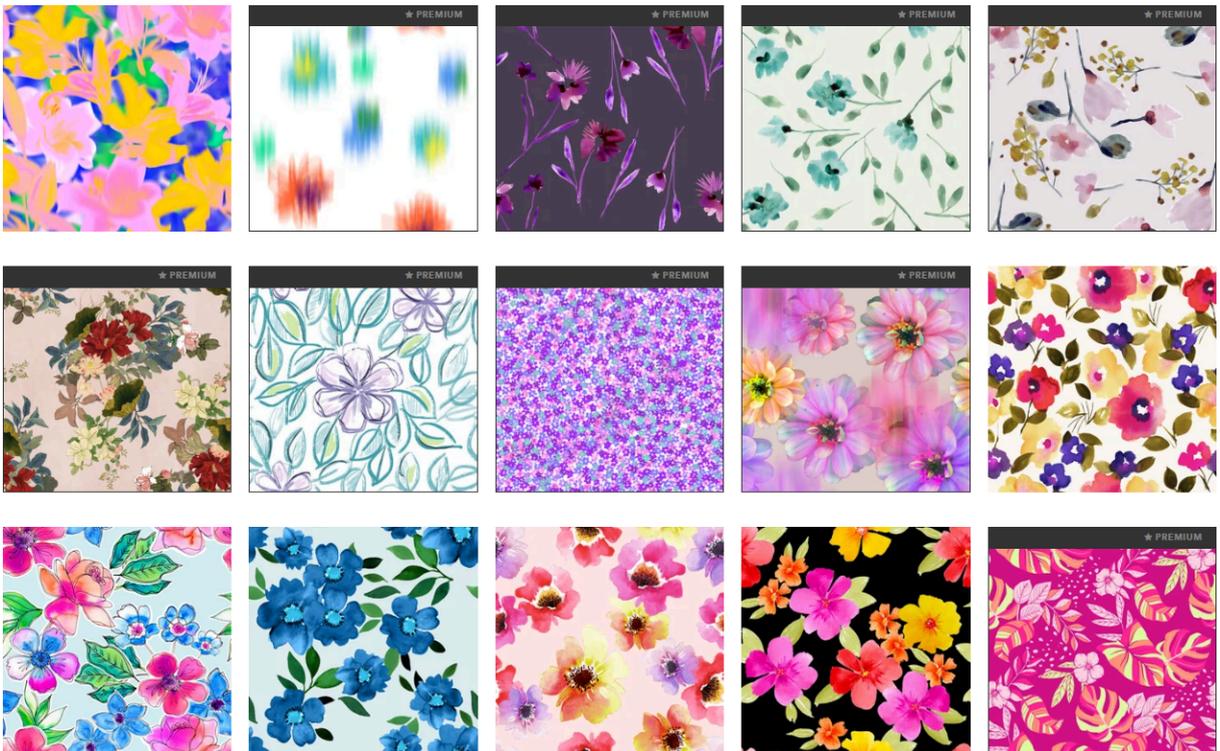
Natureza é um tema muito explorado para essa temporada, e destaca-se um novo olhar sobre estampas florais. A *Saturation Floral*, mais uma tendência em evidência, traz uma abordagem densa e expressiva, com uma interação intensa de cores e efeitos visuais impactantes. Inspirada em técnicas aquosas e no movimento das tintas, esta tendência de florais expandidos e contornos borrados cria uma estética que evoca leveza e frescor, como se as cores estivessem se espalhando pelo tecido. Com uma paleta vibrante e uso de tons pastel em florais diluídos, essas estampas promovem uma estética fluida e orgânica, com técnicas que utilizam menos pigmento e, portanto, são mais sustentáveis. Em contrapartida, elementos minimalistas como florais lineares em duas cores conferem um toque poético e contemporâneo, promovendo equilíbrio e sofisticação (Patternbank, 2024).

Figura 26 - Tendência de estampas - *Saturation Floral*



Fonte: Patternbank (2024)

Figura 27 - Tendência de estampas - *Saturation Floral Acervo*

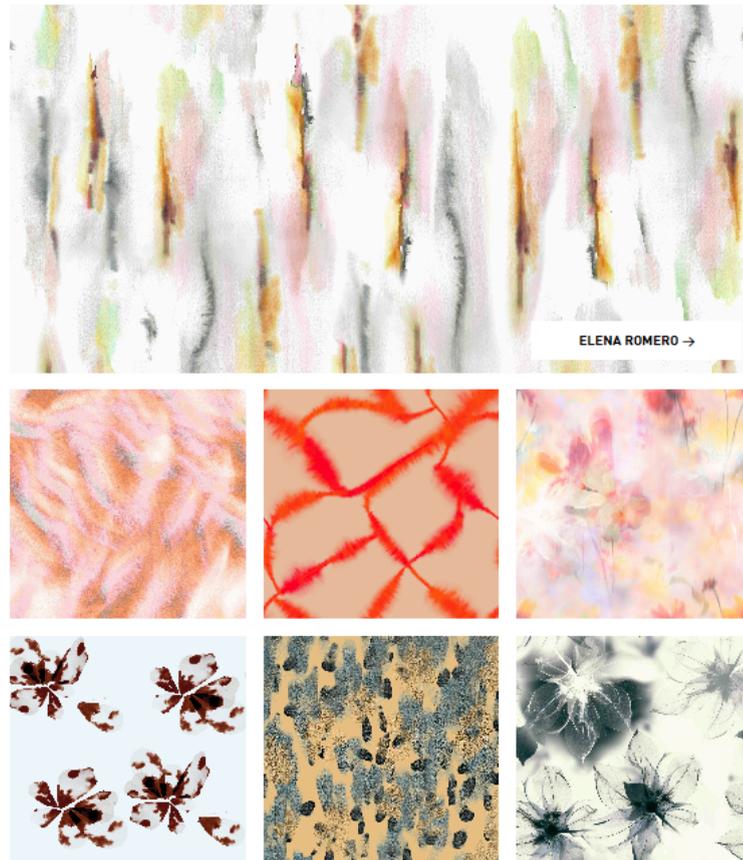


Fonte: Patternbank (2024)

Uma paleta vibrante está sendo utilizada para intensificar emoções e criar um visual com influências impressionistas, onde a mistura de sombras e sobreposições coloridas traz uma profundidade única às estampas. Esse impacto visual chama atenção de forma delicada e sofisticada. Em contraponto à saturação, elementos minimalistas aparecem dentro dessa tendência, como florais lineares que

oferecem um toque poético e delicado, aplicados em tons neutros ou em combinações de duas cores contrastantes. Essas interpretações mais simples e abstratas lembram desenhos feitos à mão, trazendo um ar contemporâneo e natural, especialmente quando aplicados em tamanhos maiores, ideais para looks que buscam equilibrar intensidade e leveza.

Figura 28 - Tendência de estampas - *Watered Down*



Fonte: Premiere Vision (2024)

Além disso, a técnica ou efeito de aquarela — nomeada de *Watered Down* (diluída) — destaca-se em várias interpretações, geralmente com florais diluídos em tons aquarelados e com efeito borrado, proporcionando uma sensação de espontaneidade e simplicidade. Estes designs harmonizam tons pastéis e, em alguns casos, utilizam cores mais escuras para contraste, oferecendo uma estética fluida e orgânica. Além da beleza visual, essas abordagens na estamparia também promovem sustentabilidade, uma vez que utilizam menos pigmento e mantêm um impacto visual expressivo, valorizando a simplicidade como forma de comunicação poderosa (Première Vision, 2024).

Esse processo evidencia que o verdadeiro desafio não está apenas em criar estampas atraentes, mas também em entender os significados mais profundos que as sustentam. Mais do que seguir tendências, é preciso interpretar a mensagem que as peças comunicam, reconhecendo que essas

tendências refletem comportamentos, culturas e necessidades sociais em evolução. Dessa forma, o designer atua como um intérprete da sociedade, alinhando estética com propósito.

No caso da marca Renata Tenca, sua repetição de estampas clássicas como poá, xadrez e animal print mostra um equilíbrio entre o atemporal e o inovador. Elementos florais e geométricos, usados em coleções passadas, ainda ressoam com o público, mas é relevante considerar a introdução de estampas mais elaboradas que possam coexistir com esses elementos. Assim, ao desenvolver um conceito alinhado com as tendências globais e os valores da marca, Renata Tenca tem a oportunidade de fortalecer sua identidade exclusiva e expressar-se de maneira coerente.

## **5. Etapa 3: Definição**

Nesta etapa, o conceito criativo será definido com base em tendências atuais, análise detalhada da identidade da marca e exploração de elementos visuais que se conectem à filosofia da marca. A pesquisa visual envolve a construção de um repertório de imagens e a criação de moodboards digitais e físicos, que sintetizam ideias, inspirações e sensações. A partir desses elementos, são definidas diretrizes específicas para as estampas, como uma paleta de cores consistente e elementos visuais coerentes. O objetivo é garantir que as etapas subsequentes se desenvolvam de forma coesa e estejam alinhadas ao tema central que a marca deseja comunicar com essa coleção.

### **5.1. A Coleção “Detalhes”**

A marca Renata Tenca, atualmente focada em trabalhar tecidos com texturas, busca explorar um conceito que amplie essa abordagem, indo além de cores e formas, criando experiências sensoriais que evocam uma sensação quase tátil. A proposta de um olhar microscópico sobre a natureza, identificada nas pesquisas de tendências como uma forte direção, possibilita a integração de elementos já característicos da marca, como o animal print, mas com uma abordagem mais conceitual e criativa. Este foco permite uma fusão entre o familiar e o desconhecido, utilizando detalhes naturais de maneira exclusiva e moderna.

Figura 29 - Coleção Detalhes



Fonte: Autor (2024)

A coleção "Detalhes" nasce da ideia de que o diferencial de cada pessoa está nos pequenos elementos que a compõem, sejam eles visíveis ou ocultos, evidentes ou sutis. Cada pessoa é formada por uma composição de detalhes internos e externos que a definem, assim como é na natureza, e é essa complexidade que a coleção celebra. Ela revela uma história única, uma expressão de grandeza que se torna visível ao olhar atento, mostrando que a verdadeira beleza está na sutileza da atenção – na combinação de cores, texturas e formas que, em harmonia, formam a singularidade de cada ser. São esses elementos que destacam a beleza e oferecem uma profundidade única na percepção.

A coleção não apenas reflete a filosofia da marca Renata Tenca de autenticidade e exclusividade, mas também convida as consumidoras a se conectarem emocionalmente com as peças, descobrindo as nuances e detalhes que tornam cada uma delas especial. Esse conceito reforça a conexão emocional entre roupa e consumidora, fazendo com que a moda seja mais do que uma questão estética, mas uma forma de expressão pessoal. Com essa coleção, Renata Tenca reafirma seu compromisso com o slow fashion e com a criação de peças que valorizam a individualidade e a expressão única de cada mulher, se posicionando como um diferencial no mercado.



## 5.2. Paleta de cor

Ao definir as cores da coleção, foram consideradas as cores da identidade visual da marca, presente em seu documento Guideline (Anexo A), as cores das peças mais vendidas por ela e as cores que as tendências apontam como apostas fortes. A paleta de cores foi planejada para transmitir o equilíbrio entre suavidade e força, presentes no conceito da coleção. Tons terrosos e neutros, como marrom, bege e verde musgo, foram combinados com toques vibrantes de verde, rosa e vermelho. Essas cores reforçam a ideia de conexão com a natureza, ao mesmo tempo em que acrescentam sofisticação e um toque inesperado às peças. O objetivo é criar um impacto visual que equilibre conforto e ousadia, permitindo que cada mulher se sinta conectada à natureza de maneira sofisticada, moderna e divertida.

Figura 31 - Coleção Detalhes - Paleta de cor



Fonte: Autor (2024)

Os tons de verde, como verde musgo e verde oliva, remetem ao aspecto natural e orgânico, simbolizando a conexão com a natureza e trazendo uma sensação de frescor e vitalidade. Esses verdes, mais terrosos e escuros, são fundamentais para criar uma base sólida e acolhedora, que transmite segurança e remete à resiliência. Estudos sobre psicologia das cores indicam que tons de verde evocam sentimentos de estabilidade e harmonia.

As nuances de amarelo, desde o mais vibrante até o amarelo claro e próximo ao creme, agregam leveza e otimismo à paleta. Essa escolha traz uma sensação de energia suave, mas alegre, alinhando-se com a ideia de celebração dos pequenos detalhes. Estudos sobre tendências de cores sugerem que tons de amarelo estão frequentemente associados a positividade e criatividade, valores que se conectam ao desejo de proporcionar uma experiência sensorial única à consumidora.

Os tons rosados e avermelhados adicionam uma profundidade emocional à paleta. São essenciais para criar um equilíbrio entre a suavidade do rosa, que remete ao cuidado e delicadeza, e a força do vermelho, que transmite paixão e determinação. A escolha desses tons dialoga diretamente com a identidade da marca, que representa tanto a força quanto a delicadeza. De acordo com artigos especializados, tons de vermelho e rosa são capazes de criar uma conexão emocional forte, evocando sentimentos de carinho e autoconfiança — aspectos fundamentais para o empoderamento feminino almejado pela marca.

### 5.3. Elementos

Para selecionar os elementos a serem ilustrados, realizou-se uma pesquisa sobre flores exóticas e raras do Brasil, buscando aquelas que expressassem a ousadia das peças da marca e a resiliência necessária para sobreviver e prosperar. Dentre várias opções, a orquídea "Zygopetalum" foi escolhida por simbolizar a combinação de força e delicadeza, alinhada aos valores da marca.

Figura 32 - Coleção Detalhes - Acervo de Elementos



Fonte: Autor (2024)

Figura 33 - Coleção Detalhes - Orquídea Zygotetulum



Fonte: *Orchids By Hausermann* (2022)

A Zygotetulum é uma orquídea reconhecida por suas flores exuberantes e aparência marcante. Suas pétalas apresentam manchas em tons de marrom ou vinho, conferindo um visual único e sofisticado. Além disso, a flor possui um labelo branco com manchas arroxeadas, que serve como uma "pista de pouso" para os insetos polinizadores, demonstrando sua funcionalidade e beleza. As folhas coriáceas e os pseudobulbos reforçam sua resistência e capacidade de adaptação, destacando a força da planta. Com um perfume suave e agradável, a Zygotetulum combina a delicadeza de sua aparência com uma característica de força e resiliência, valores que se conectam à filosofia da marca Renata Tenca. Para melhor adaptação do elemento no contexto da paleta de cores, foi tratada digitalmente a imagem da referência para substituir os tons de roxo por rosa. A inclusão dessa orquídea nas estampas adiciona um toque de sofisticação e simbolismo, reforçando a conexão da marca com a natureza e a valorização de elementos significativos.

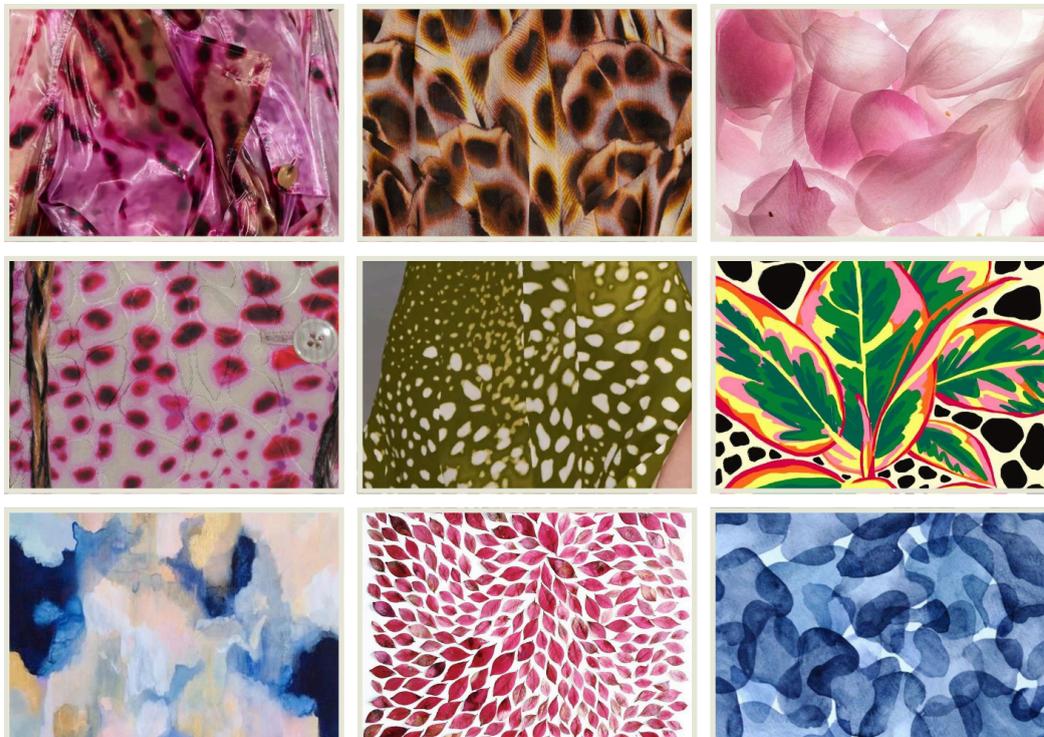
Como elemento de design, a Zygotetulum se destaca pela riqueza de suas formas orgânicas e pelos detalhes marcantes que proporcionam uma base visual interessante para a criação de estampas dinâmicas. A estrutura das pétalas, com suas linhas marcantes e curvas suaves, oferece um movimento visual que pode ser explorado em padrões complexos, agregando dinamismo e elegância às peças. A variação de cores presente nas pétalas, combinando verde, marrom e vinho, possibilita criar estampas que capturam a essência da natureza de forma sofisticada, enquanto o labelo branco e

arroxado traz um ponto de contraste visual que pode ser utilizado como elemento focal. Essa riqueza de detalhes possibilita tanto uma abordagem mais literal quanto uma exploração abstrata dos elementos, permitindo criar uma série de estampas coesas, mas distintas, que refletem a complexidade e a beleza da natureza.

#### 5.4. Composição

Partindo para a composição, inspirando-se nas sutilezas da natureza, a coleção busca refletir elementos despercebidos, trazendo para as estampas os micro detalhes da flora exótica. A composição se baseia em formas geométricas e orgânicas, como fractais, padrões de simetria e repetições que ocorrem naturalmente em estruturas microscópicas. Esses fragmentos são abstraídos e ampliados, criando texturas únicas, semelhantes ao animal print. As imagens de referência selecionadas nos quadros de inspiração fornecem uma base rica para a criação de composições que misturam fluidez e estrutura, cores vibrantes e sutis, formas botânicas e padrões abstratos. A ideia foi combinar elementos mais literais da flora com padrões mais livres e expressivos, que pudessem representar tanto a precisão quanto a espontaneidade da natureza.

Figura 34 - Coleção Detalhes - Composição Moodboard



Fonte: Autor (2024)

A variação dos elementos — desde estampas com linhas delicadas e orgânicas até manchas mais expressivas e marcadas — ajuda a criar um diálogo visual que traduz a fusão do familiar e do inesperado. As formas foram pensadas para remeter à microestrutura das flores e folhas, mas de forma a serem abstraídas, proporcionando um movimento contínuo e fluido, explorando a justaposição de formas densas e espaços vazios. Essa abordagem não só destaca a beleza da natureza em suas formas mais intrincadas, como também dá a cada peça uma narrativa visual única.

As cores presentes nas imagens de referência, que exploram desde tons terrosos a nuances de rosa e roxo, foram incorporadas para manter a harmonia com a paleta da coleção. Cada estampa foi pensada para ter variações que permitam a aplicação em diferentes tipos de tecido e em diferentes proporções, mantendo a coesão com o conceito geral da coleção e a identidade da marca.

### 5.5. Impressão e tecidos

Após a apresentação do conceito criativo da estampa para a marca, decidiu-se desenvolver uma estampa localizada e duas estampas corridas, com variações de cor para serem aplicadas em diferentes peças da coleção.

A **estampa localizada** é aquela aplicada em uma área específica da peça, como um detalhe central em uma t-shirt, destacando um elemento gráfico particular. Esse tipo de estampa é estrategicamente posicionado para criar um ponto focal claro na peça de roupa. As **estampas corridas**, por outro lado, são padrões que se repetem ao longo de todo o tecido, proporcionando uma continuidade visual harmoniosa e fluida. Elas são ideais para peças maiores, como vestidos, saias ou blusas, garantindo que o design esteja presente de forma unificada e envolvente por toda a extensão do tecido (ANDRADE; MONTEIRO; SUDSILOWSKY, 2015).

Para a impressão das estampas, a marca está considerando as técnicas de **Sublimação e Impressão Digital**:

- **Sublimação:** Conforme Lacasse e Baumann (2004), a sublimação consiste em transferir um desenho impresso em papel específico para o tecido usando alta temperatura, fazendo com que o corante penetre nas fibras do material. Esse método é ideal para tecidos sintéticos, como poliéster, devido à sua durabilidade e cores vibrantes. Contudo, sua aplicação em fibras naturais é mais limitada e requer cuidados específicos.
- **Impressão Digital:** Segundo Briggs-Goode e Russell (2011), a impressão digital é um processo em que o corante é aplicado diretamente no tecido, com cabeças de impressão que garantem excelente reprodução de cores e detalhes. Essa técnica é versátil, adequada para uma ampla

gama de fibras, tanto naturais quanto sintéticas. Além disso, é considerada mais sustentável do que a sublimação, pois consome menos água e gera menos resíduos, embora o custo seja geralmente mais alto, especialmente para pequenas produções.

A decisão final sobre a técnica de impressão será feita com base nas características de cada tecido e nas necessidades da marca, levando em consideração a estética desejada e a viabilidade técnica de cada método.

### **Tecidos Utilizados**

- **Viscose:** Tecido leve, macio e de excelente caimento, ideal para peças de verão devido à sua respirabilidade e capacidade de proporcionar frescor. A viscose é amplamente utilizada em coleções que valorizam a fluidez e o conforto, permitindo movimentos livres e oferecendo um toque suave, perfeito para climas quentes.
- **Malha Fluity:** Tecido leve, fino e fluido, composto por 87% poliamida e 13% elastano. Conhecido por seu toque extremamente macio e sedoso, o Fluity é uma opção sustentável, pois é biodegradável. Sua elasticidade garante conforto e liberdade de movimento, sendo perfeito para dias quentes. O tecido também pode incluir proteção UV, tornando-o uma escolha versátil para o verão, embora não seja recomendado para dias frios, especialmente para uso noturno por pessoas da terceira idade.
- **Outras Malhas:** A coleção também contará com outras malhas que atendem às demandas do verão, como leveza, frescor e conforto. Essas malhas são ideais para criar peças que equilibrem estilo e praticidade, atendendo às expectativas de um público que valoriza conforto sem abrir mão da elegância.

Dessa forma, a escolha dos tecidos busca atender às exigências da estação, garantindo fluidez e frescor para uma coleção de verão sofisticada e alinhada com a essência natural e única da marca Renata Tenca.

## **6. Etapa 4: Construção**

Durante o desenvolvimento criativo, foram produzidos esboços iniciais das estampas e sua ilustração de maneira digital, utilizando softwares como o Photoshop. Essa etapa permitiu explorar o conceito da coleção de estampas de forma criativa e livre, possibilitando testes de diferentes efeitos e

composições. A liberdade durante essa fase foi essencial para experimentar combinações de cores, padrões e formas, garantindo que as melhores ideias pudessem emergir. Além disso, houve um esforço colaborativo contínuo, em que a marca participou ativamente das decisões criativas, oferecendo feedback valioso a cada etapa.

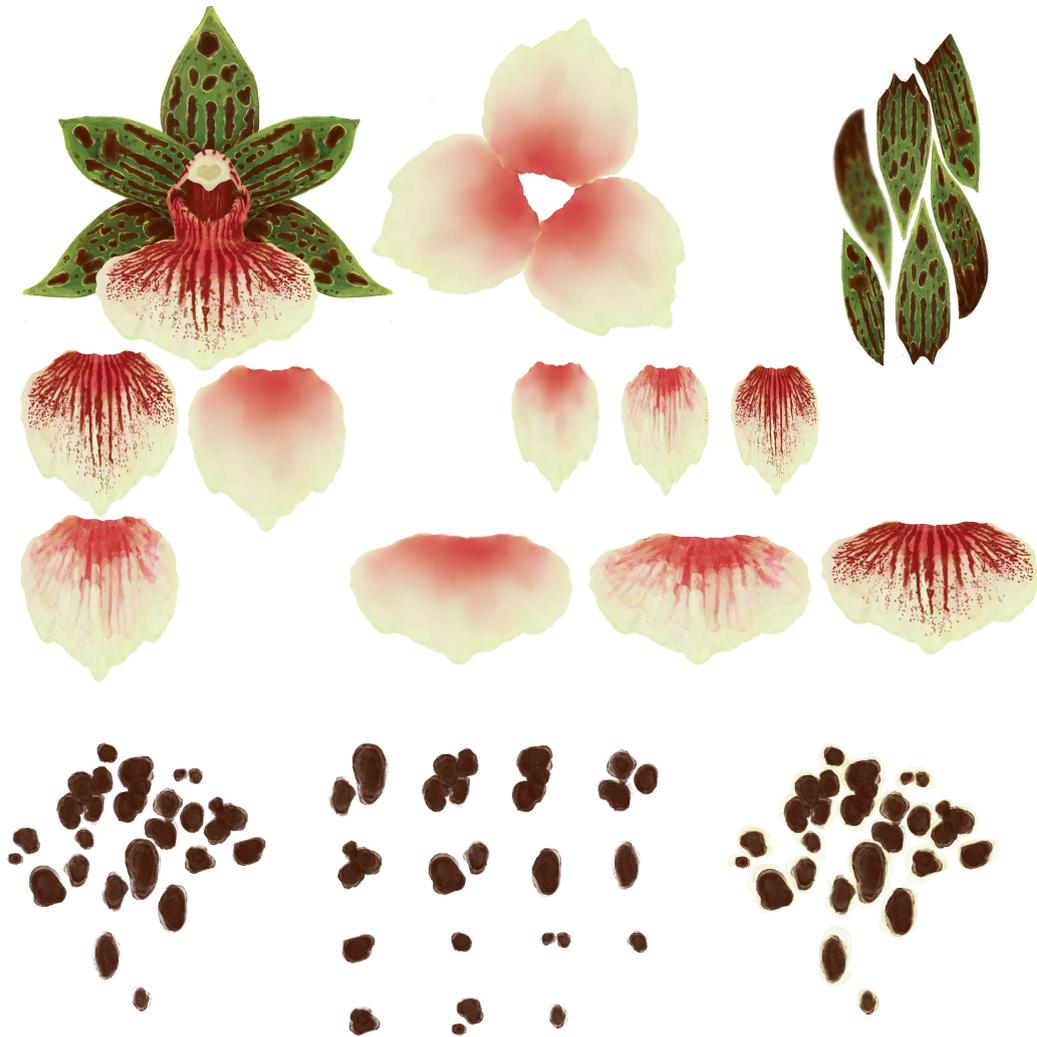
Ao final desse processo criativo, foi realizada uma verificação e avaliação das alternativas criadas, sempre em colaboração com a marca, garantindo que o resultado estivesse plenamente alinhado com a identidade visual e os valores essenciais da Renata Tenca.

### **6.1. Ilustração dos elementos**

Foi elaborada uma ilustração digital da orquídea, escolhida como elemento principal da coleção, utilizando o Photoshop e pincéis de aquarela digitais. A escolha da orquídea foi estratégica, pois sua estrutura complexa e delicada oferece diversas possibilidades de criação e composição. Com o intuito de trazer textura, profundidade e um certo realismo, a flor foi ilustrada a partir de várias camadas e pinceladas mais marcadas. Essa abordagem permitiu criar uma estética rica, em que o realismo é percebido de longe, enquanto, ao olhar mais atentamente, é possível observar a composição detalhada, com suas camadas sobrepostas e texturas suaves.

Após a criação da imagem que guiaria o desenvolvimento da coleção, os elementos que compõem a orquídea foram desmembrados, destacando especialmente sua maior pétala, que possui um formato marcante e visualmente interessante. Cada parte da flor foi trabalhada com uma textura mais diluída da aquarela, conforme identificado na pesquisa de tendências do mercado. As manchas presentes nas pétalas verdes foram extraídas, e algumas manchas adicionais foram criadas, formando uma coletânea de elementos distintos, que serviram para a construção dos módulos. Essas manchas não apenas enriquecem a composição como também possibilitam maior versatilidade durante a fase de criação dos padrões.

Figura 35 - Ilustração dos elementos



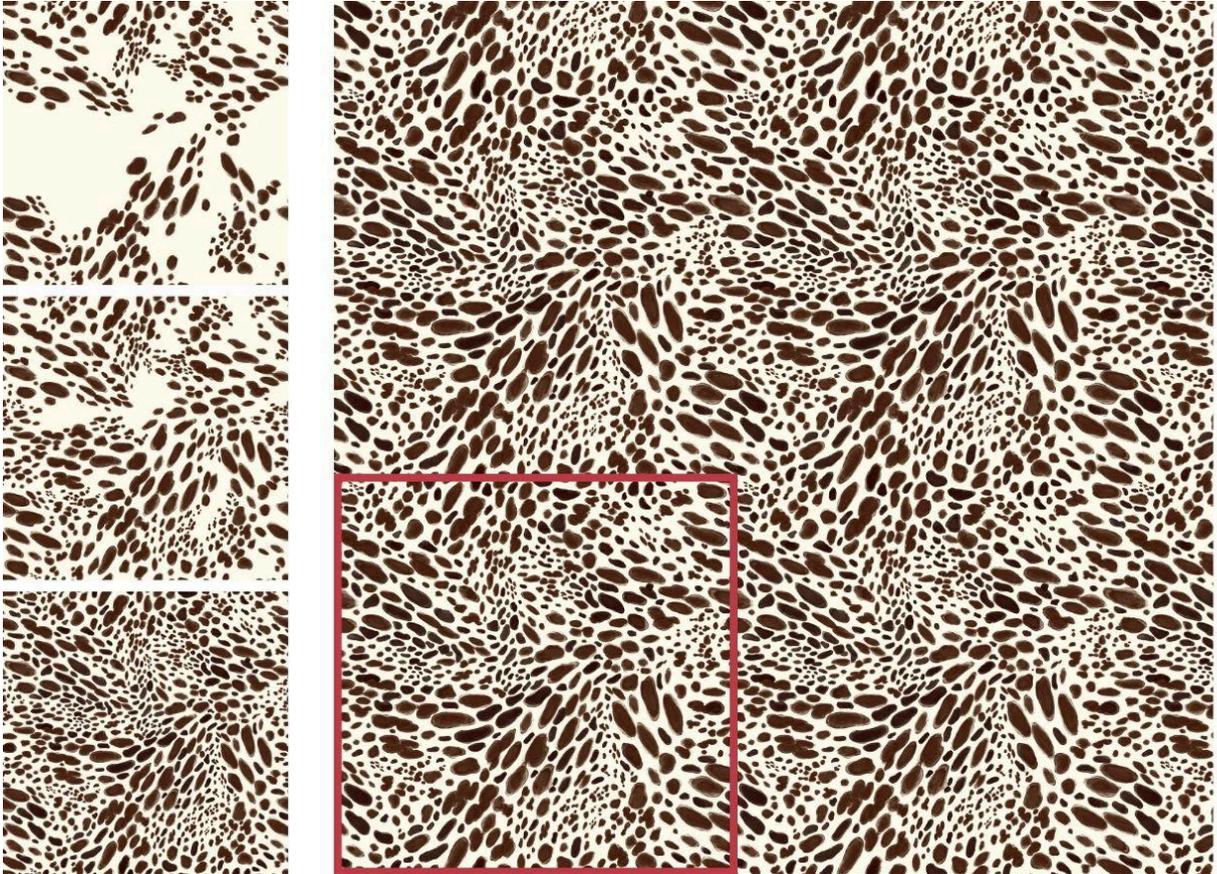
Fonte: Autor (2024)

## 6.2. Módulo e Rapport

As estampas corridas foram organizadas em módulos, consistindo em conjuntos de elementos ilustrativos agrupados para desenvolver o rapport — a repetição harmônica dos elementos ao longo da superfície. No contexto deste projeto, a construção dos módulos e do rapport ocorreu de forma simultânea, já que as estampas tinham como objetivo principal criar texturas envolventes, ao invés de simplesmente agrupar elementos distintos. Esse processo foi cuidadosamente planejado para garantir que o padrão funcionasse de maneira contínua e harmoniosa, sem interrupções visuais indesejadas.

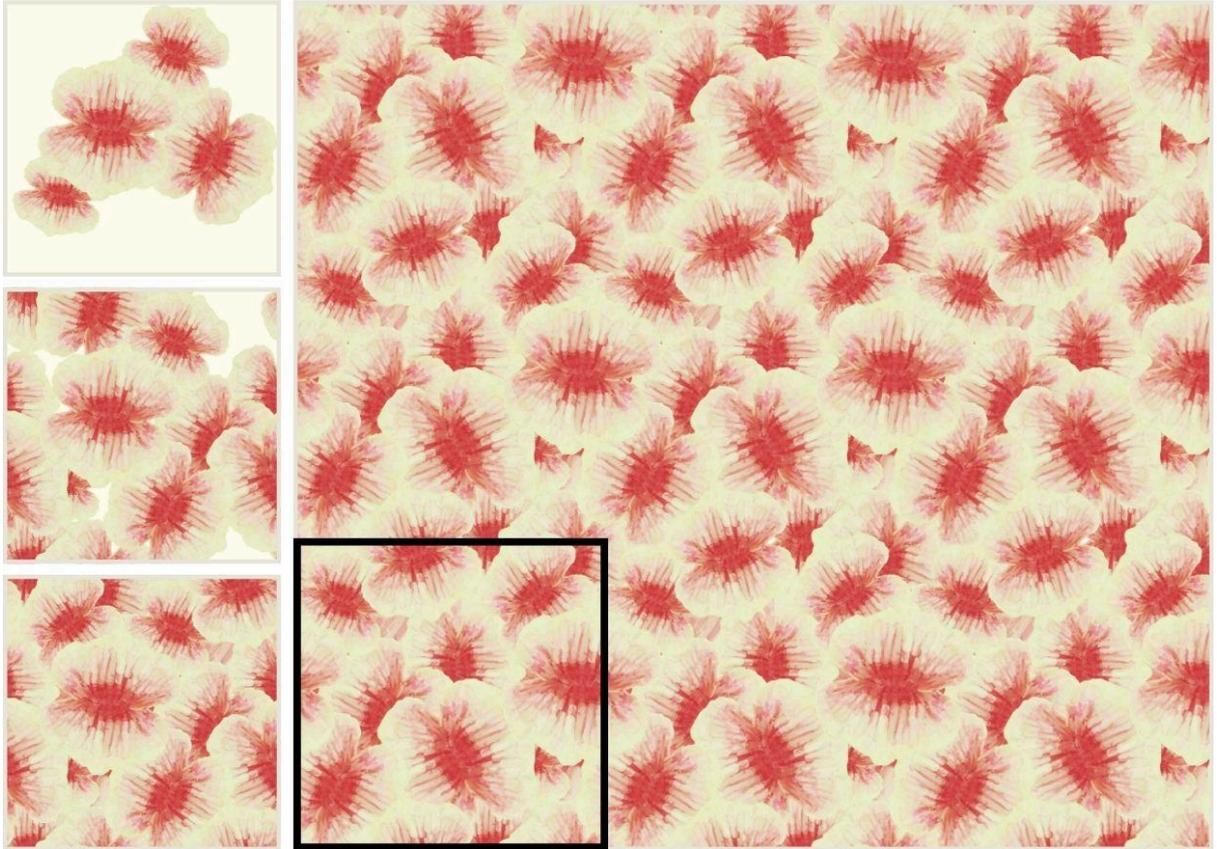
Inicialmente, foram geradas três alternativas de rapport, as quais serviram como base para o desenvolvimento das estampas.

Figura 36 - Módulo e Rapport - Alternativa 1



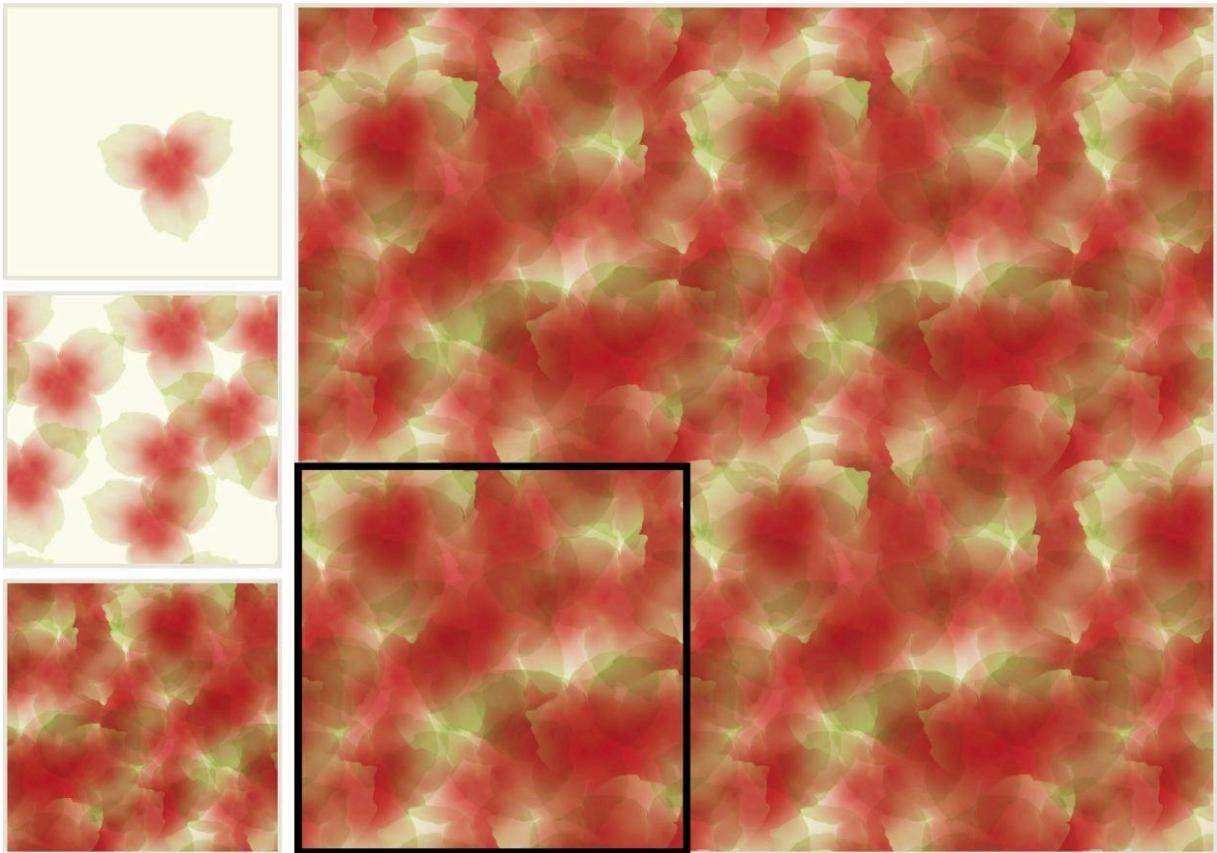
Fonte: Autor (2024)

Figura 37 - Módulo e Rapport - Alternativa 2



Fonte: Autor (2024)

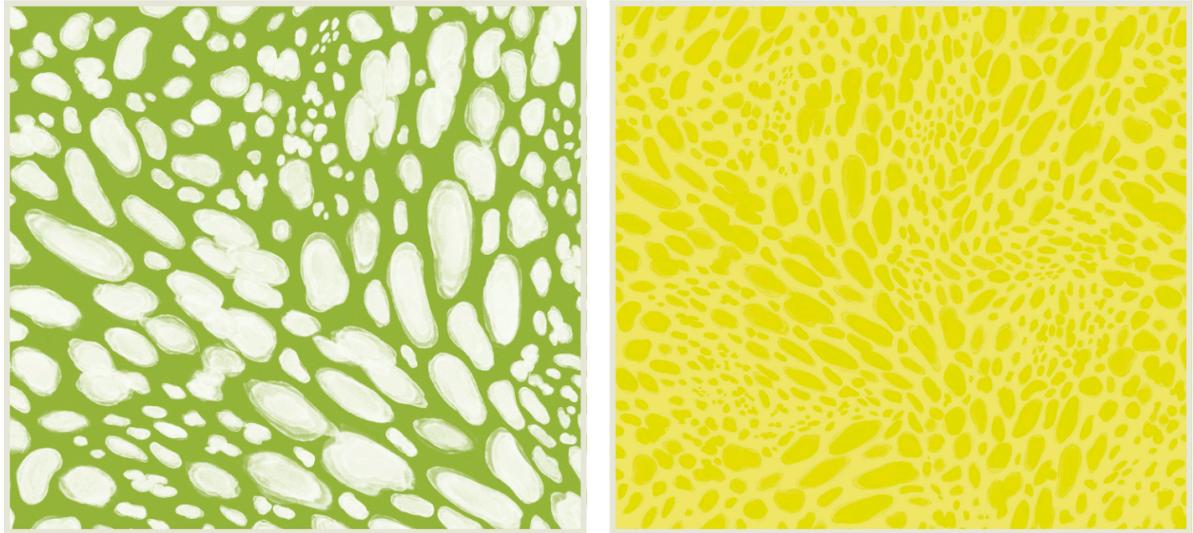
Figura 38 - Módulo e Rapport - Alternativa 3



Fonte: Autor (2024)

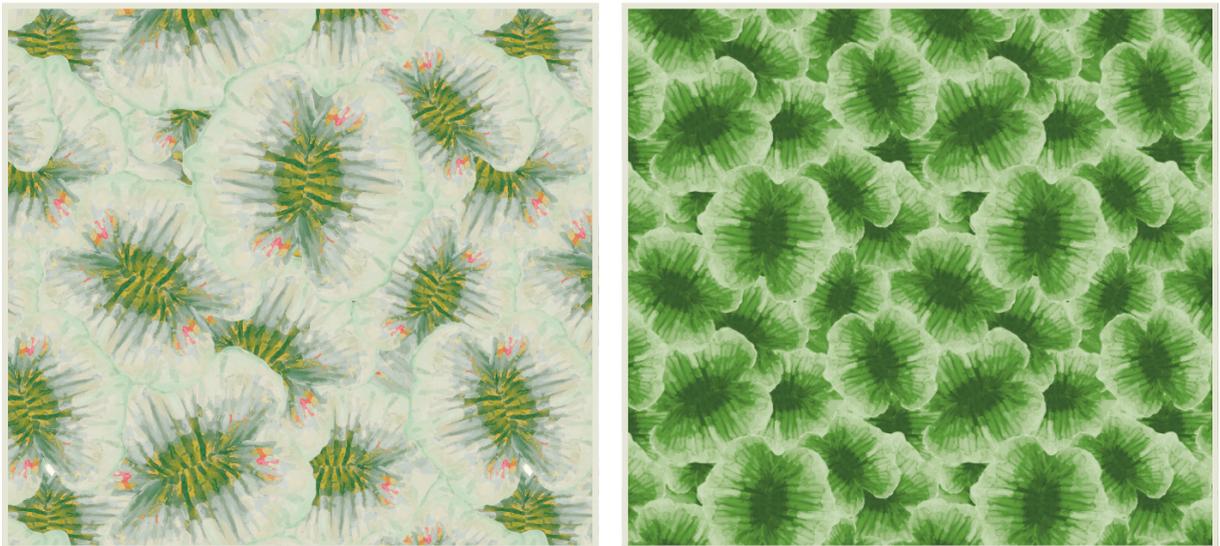
A partir dessas três alternativas de padrões, foram geradas seis variações de estampas. Durante o processo de geração de alternativas, cada variação passou por estágios iniciais de desenvolvimento, explorando diferentes abordagens criativas. Algumas estampas focaram na aplicação literal das pétalas da orquídea, enquanto outras buscaram abstrair suas formas em composições geométricas ou fluidas.

Figura 39 - Módulo e Rapport - Variações da Alternativa 1



Fonte: Autor (2024)

Figura 40 - Módulo e Rapport - Variações da Alternativa 2



Fonte: Autor (2024)

Figura 41 - Módulo e Rapport - Variações da Alternativa 3



Fonte: Autor (2024)

Figura 42 - Módulo e Rapport - Estampa Localizada



Fonte: Autor (2024)

### **6.3. Verificação e avaliação**

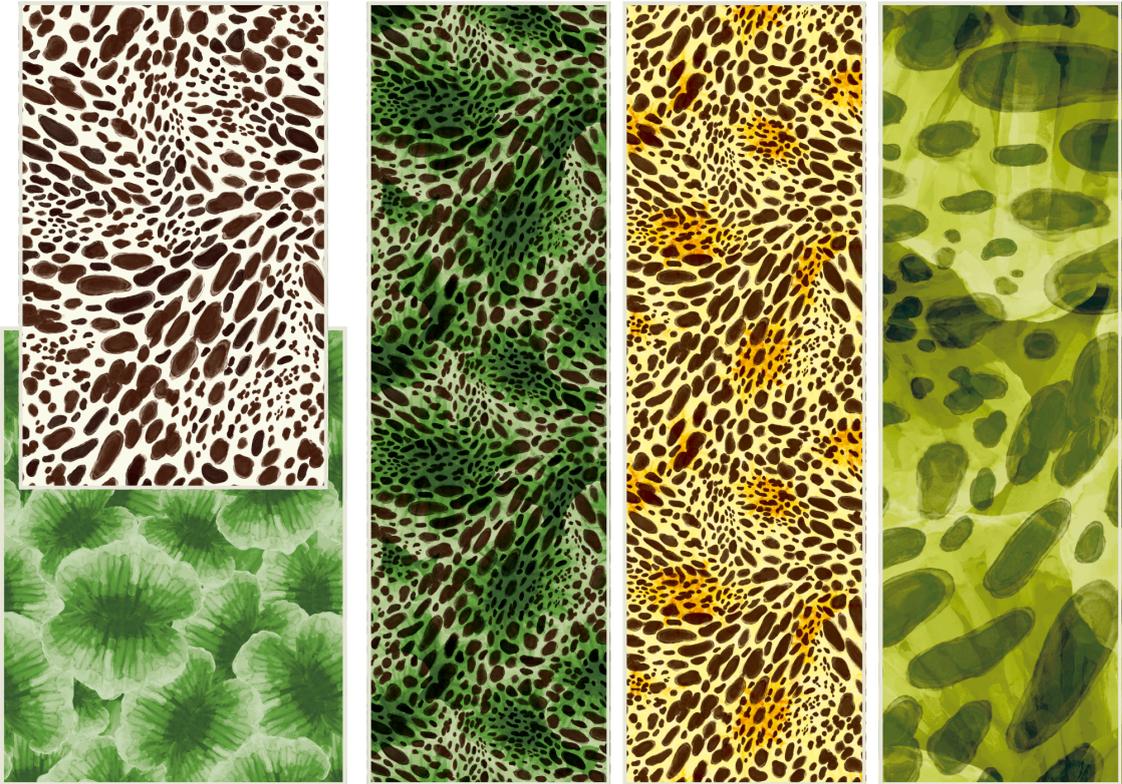
Após a construção do módulo e do rapport, foi realizada, por meio de uma reunião online, uma verificação minuciosa em colaboração com a marca para análise da mesma sobre as alternativas desenvolvidas. O objetivo desta etapa foi garantir que as estampas atendessem tanto aos requisitos estéticos quanto aos técnicos, e que estivessem em plena conformidade com os valores e a identidade visual da marca Renata Tenca. Cada detalhe das alternativas foram examinados — desde a intensidade das cores até a repetição dos padrões — para garantir que o resultado final fosse harmonioso e que não houvesse elementos comprometendo a coesão visual.

As alternativas foram submetidas à análise conjunta com a marca, o que possibilitou um refinamento e seleção das estampas para compor a coleção final. Dentre as opções apresentadas, a estampa localizada foi aprovada e para as estampas corridas foi sugerido que a coleção seguisse a linha das Alternativas 1 e 2, que traziam manchas irregulares. Dessa maneira, seguindo somente uma composição visual, seria possível para a marca criar harmonia entre as peças, comunicando uma mensagem coesa com a coleção e facilitando a produção e a divulgação de uma única estampa em diferentes variações. Essa abordagem é algo que a marca já utiliza com sucesso, pois suas clientes costumam adquirir peças com a mesma estampa ou tecido em cores ou versões distintas. Essa avaliação foi essencial para garantir que cada detalhe fosse refinado e que o resultado final proporcionasse uma experiência visual marcante e coerente com a proposta da coleção.

### **6.4. Refinamento**

Na etapa de refinamento, foram realizados ajustes finais nas composições das estampas, seguindo a orientação estabelecida pela marca anteriormente. Os elementos visuais, como cores, formas e texturas, foram refinados a partir da combinação das alternativas iniciais propostas. Dessa forma, as estampas adquiriram uma composição mais elaborada, trabalhada com detalhes e camadas, o que foi uma decisão crucial para alinhar-se à mensagem principal do conceito criativo da coleção, criar uma composição de detalhes.

Figura 43 - Composição Estampa 1



Fonte: Autor (2024)

Figura 44 - Composição Estampa 2



Fonte: Autor (2024)

O refinamento incluiu a correção de pequenos detalhes que poderiam comprometer a qualidade da impressão, como bordas excessivamente marcadas ou áreas de cor que precisavam de maior suavidade. Além disso, cada alternativa passou por ajustes de cores e proporções, com o objetivo de atender às especificações técnicas e às necessidades da coleção primavera-verão. A criação de variações cromáticas foi essencial para garantir que as estampas pudessem ser aplicadas em diferentes peças, mantendo apelo estético em diversos contextos. Os ajustes de cores foram realizados considerando o perfil de cores CMYK, utilizado na impressão têxtil, para assegurar que as tonalidades das estampas fossem reproduzidas de forma precisa no tecido. A consistência do design também foi verificada em diferentes tipos de tecido, como algodão, viscose e poliéster, garantindo que o padrão se adaptasse bem e mantivesse sua integridade visual em variados materiais.

Além disso, foram realizados testes de impressão em papel para avaliar como as cores e as texturas se comportam na versão final, assegurando que a produção não comprometesse a qualidade visual do design.

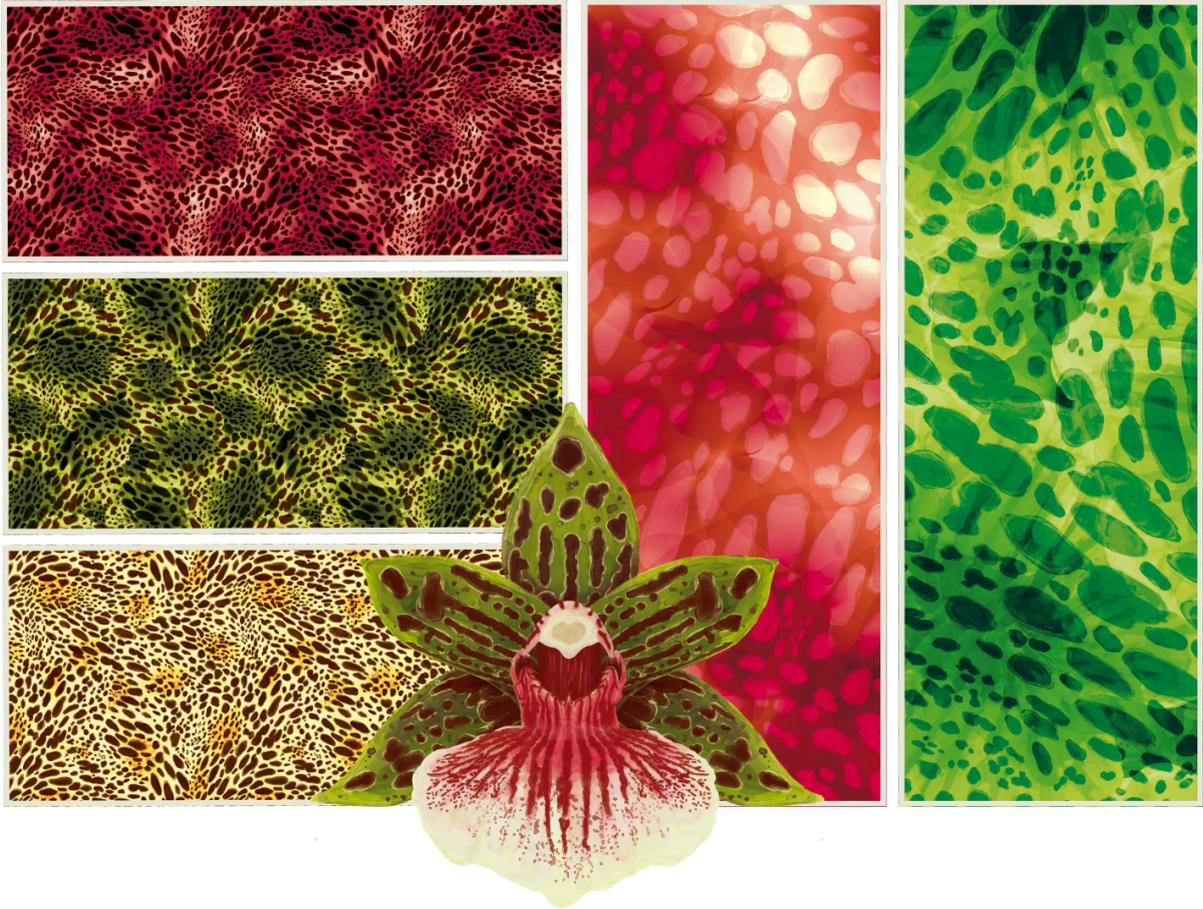
Figura 45 - Impressão em papel



Fonte: Autor (2024)

Como resultado, obteve-se uma coleção com cinco estampas, geradas a partir de variações cromáticas, de composição e de escala.

Figura 46 - Estampas da coleção Detalhes



Fonte: Autor (2024)

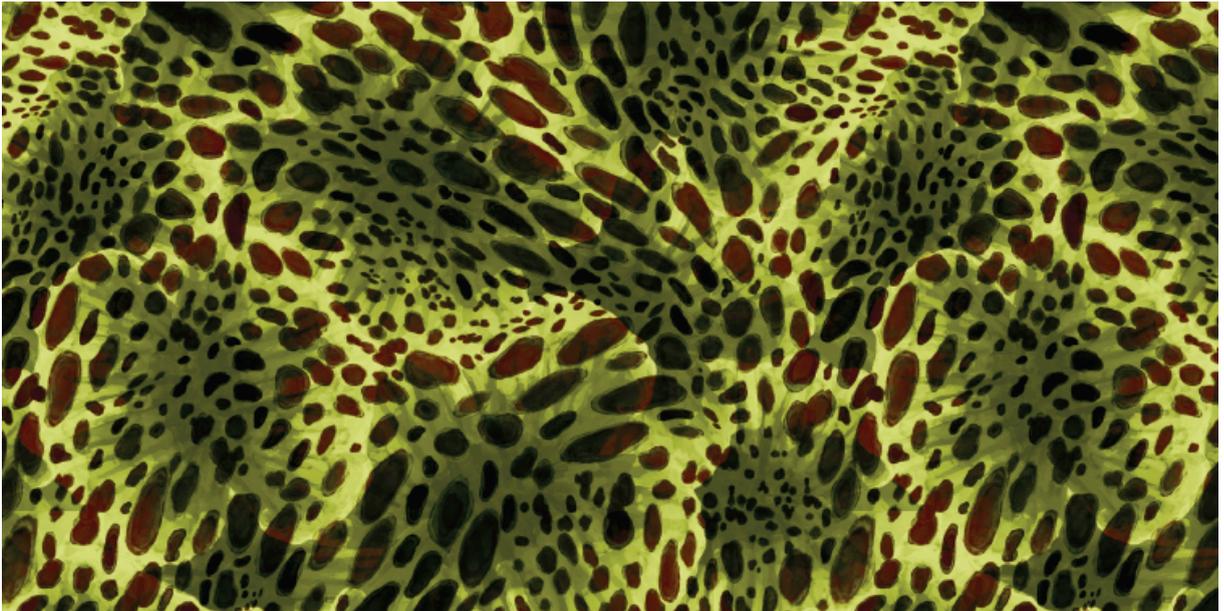
Essa fase foi fundamental para garantir a qualidade e a consistência do design, permitindo que ele fosse executado com excelência durante a produção em larga escala. Cada ajuste realizado durante o refinamento visava não apenas assegurar a qualidade visual, mas também a funcionalidade da estampa, garantindo a melhor experiência possível para as consumidoras da marca.

Por fim, o refinamento digital também possibilitou a criação de arquivos finais prontos para a impressão, incluindo a definição de escalas, repetições e margens, assegurando que todas as etapas de produção pudessem ser conduzidas de forma eficiente e sem imprevistos.

## 7. Etapa 5 - Aplicação

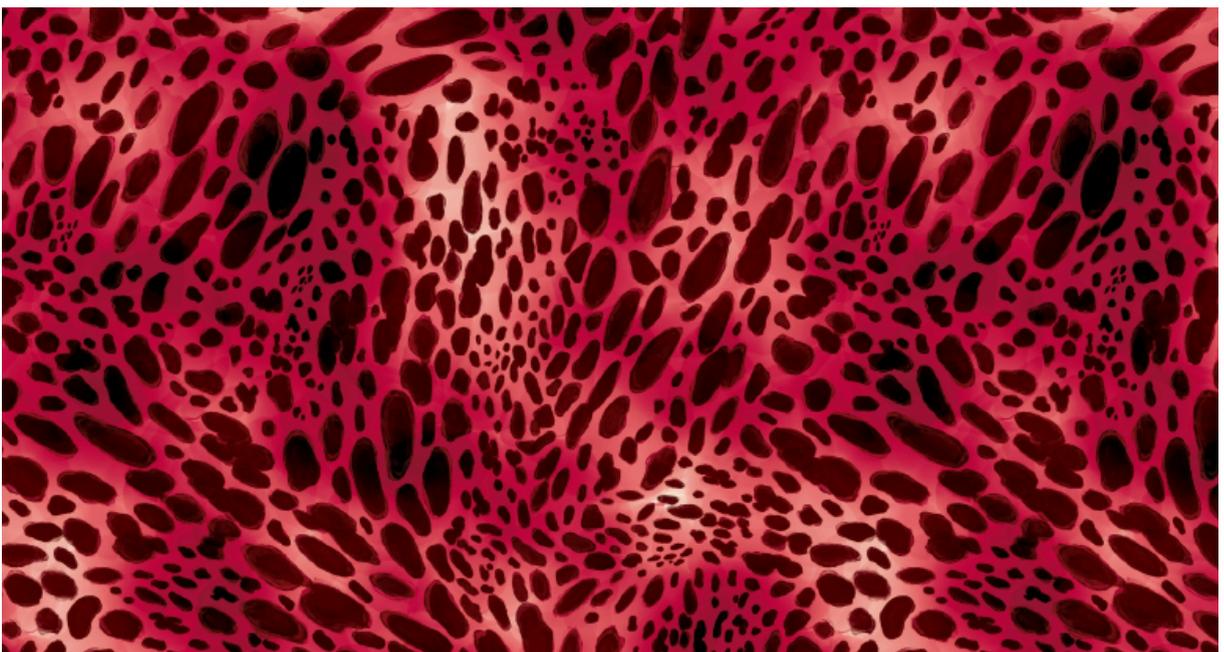
Os resultados finais das estampas criadas capturam exatamente a essência da proposta inicial. A riqueza de detalhes visuais encontrados na orquídea *Zygopetalum* foi incorporada nas estampas de forma a gerar uma textura visual rica e dinâmica.

Figura 47 - Estampa Corrida 1



Fonte: Autor (2024)

Figura 48- Estampa Corrida 2



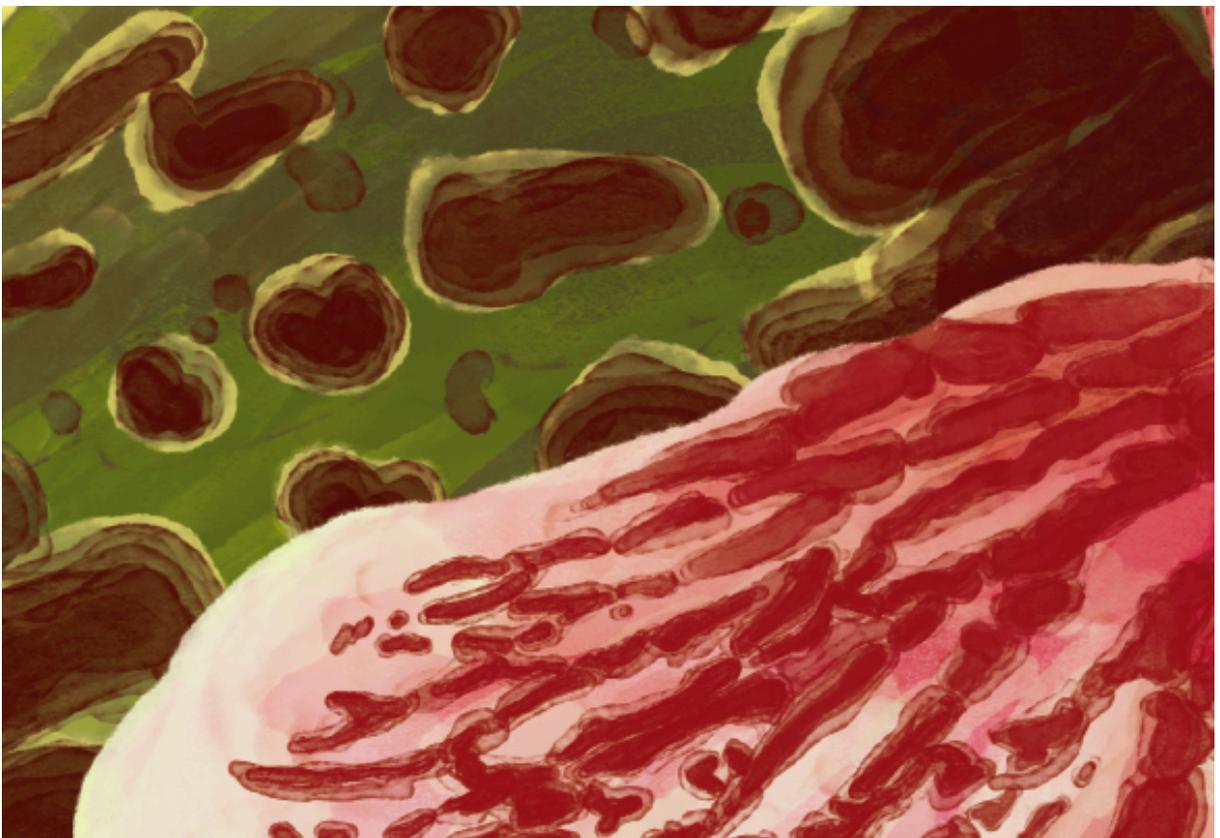
Fonte: Autor (2024)

Figura 49 - Estampa Corrida 3



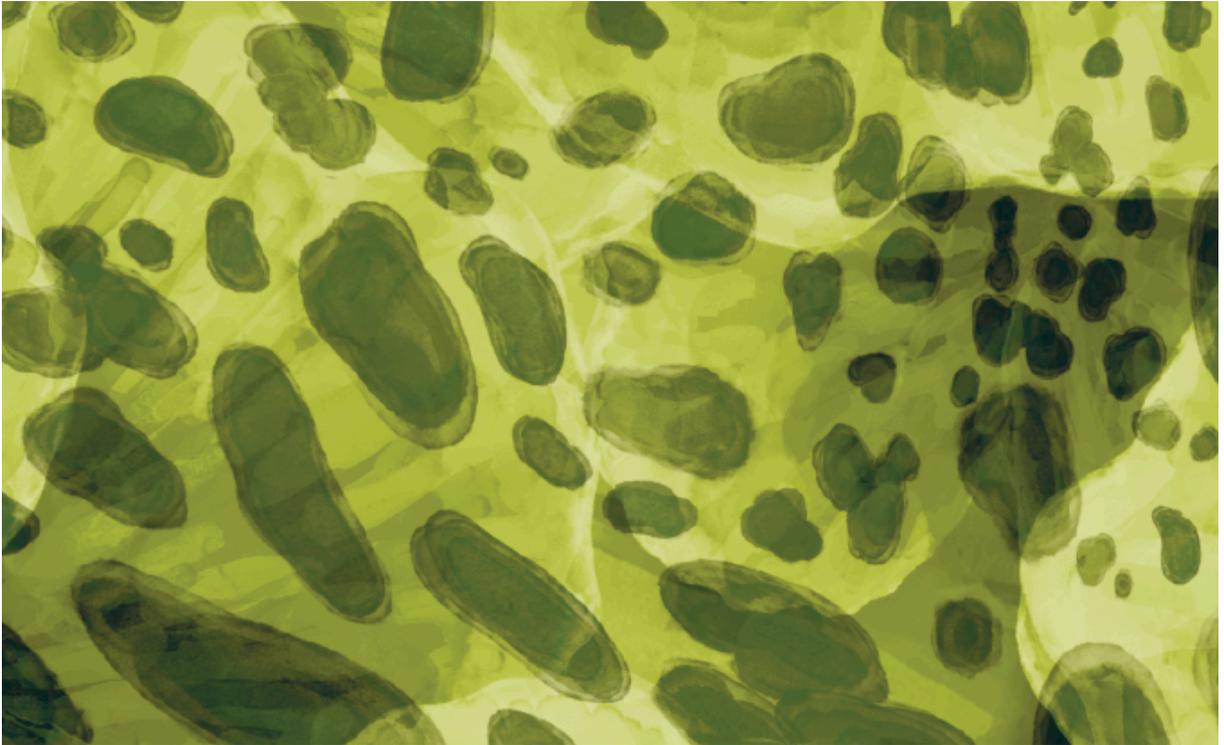
Fonte: Autor (2024)

Figura 50 - Estampa Localizada



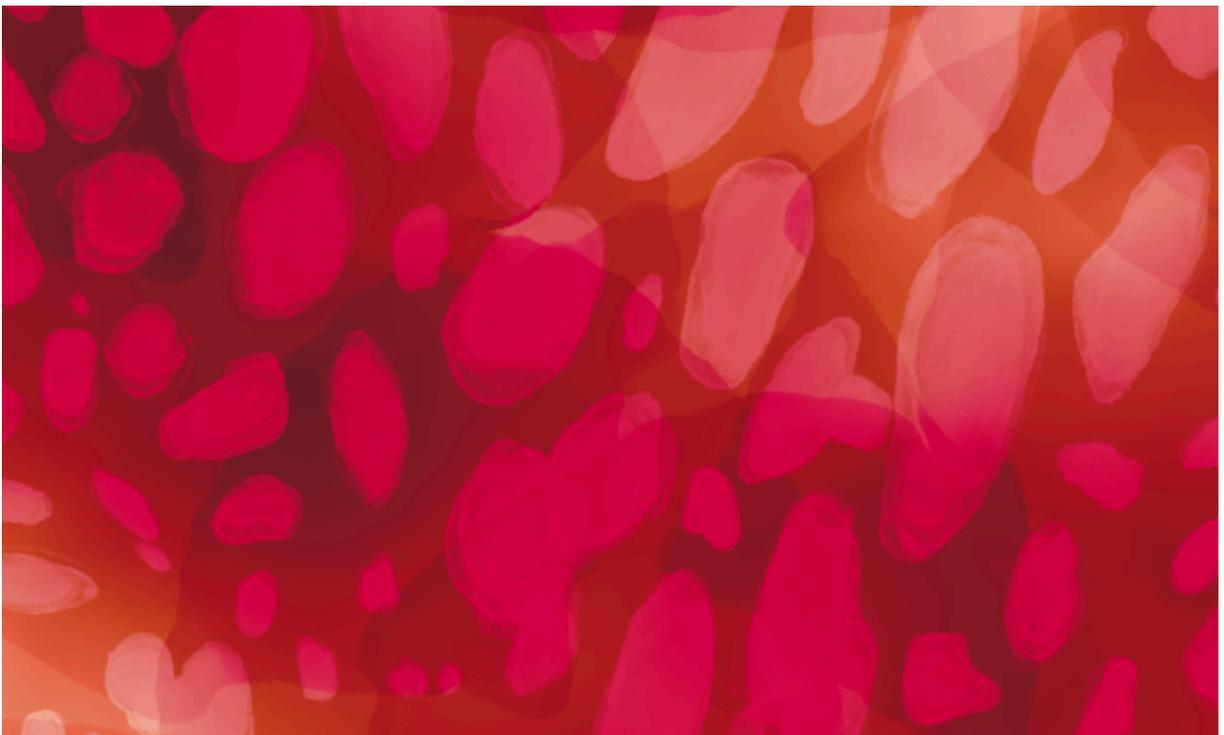
Fonte: Autor (2024)

Figura 51 - Estampa Corrida 4



Fonte: Autor (2024)

Figura 52 - Estampa Corrida 5



Fonte: Autor (2024)

Cada estampa resultante é uma celebração dos detalhes ocultos e das complexidades da flora, elevando a experiência visual e emocional das peças. Desde o princípio, a ideia foi transformar o ato de vestir em um ritual de descoberta e auto expressão, e as estampas resultantes reforçam exatamente essa proposta — permitindo que cada mulher se conecte com a natureza de forma sofisticada, ao mesmo tempo em que expressa sua própria singularidade por meio de peças exclusivas e significativas. Cada peça da coleção tenha uma identidade própria, sem perder a coesão com o tema geral.

### 7.1. Mockups Digitais

Figura 53 - Aplicação Digital - Estampa 1



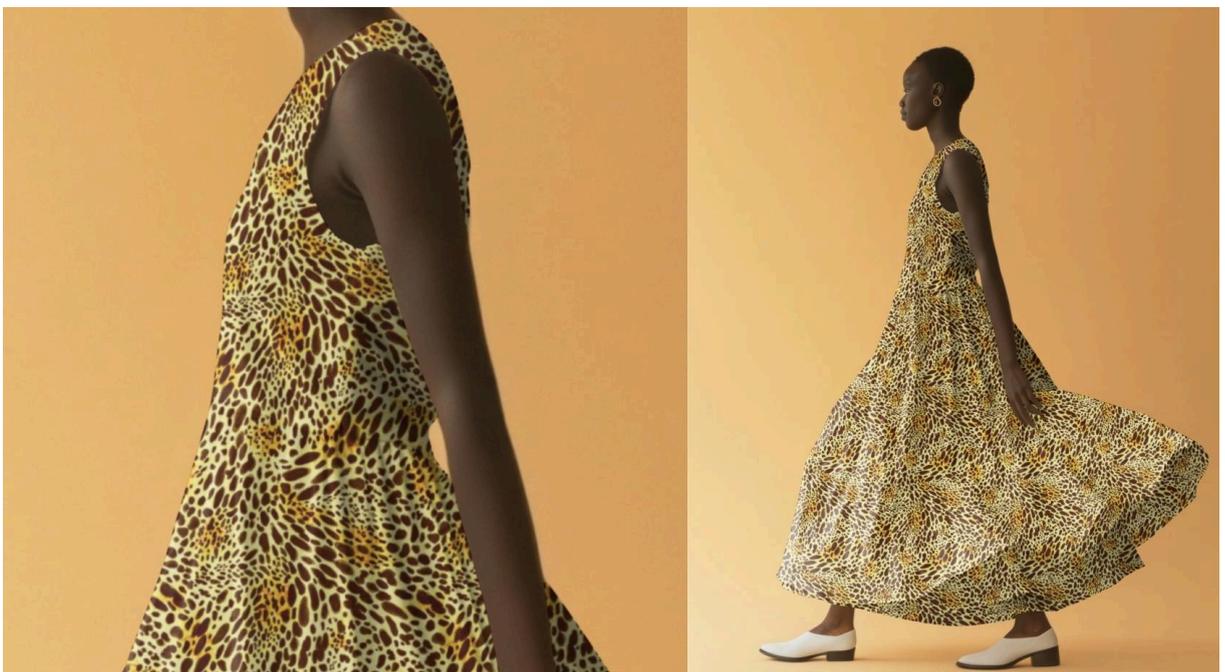
Fonte: Autor (2024)

Figura 54 - Aplicação Digital- Estampa 2



Fonte: Autor (2024)

Figura 55 - Aplicação Digital- Estampa 3



Fonte: Autor (2024)

Figura 56 - Aplicação Digital - Estampa 4



Fonte: Autor (2024)

Figura 57 - Aplicação Digital- Estampa 5



Fonte: Autor (2024)

Figura 58 - Aplicação Digital - Estampa Localizada



Fonte: Autor (2024)

## 7.2. Protótipos físicos

Foi realizado o processo de impressão por sublimação em protótipos físicos utilizando o tecido Fluity. Esse tecido foi escolhido devido à sua adequação para testar e visualizar as estampas de maneira fiel ao produto final.

Foram impressos protótipos das estampas rotativas e da estampa localizada, com o objetivo de observar a interação das cores, a definição dos desenhos e o comportamento do material durante o processo de impressão. A impressão por sublimação foi fundamental para garantir que as características das estampas, como a nitidez das imagens e a fixação das cores, fossem testadas de forma realista, em um ambiente físico, permitindo ajustes necessários antes da produção em escala.

Esses protótipos físicos proporcionaram uma visão clara do resultado final, assegurando que os designs atendem às expectativas de qualidade e funcionalidade.

Figura 59 - Protótipo - Estampa localizada



Fonte: Autor (2024)

Figura 60 - Protótipo - Estampas corridas



Fonte: Autor (2024)

Figura 61 - Protótipo - Estampas corridas 2



Fonte: Autor (2024)

Figura 62 - Protótipo - Estampas corridas 3



Fonte: Autor (2024)

Figura 63 - Protótipo - Estampa 1



Fonte: Autor (2024)

Figura 64 - Protótipo - Estampa 2



Fonte: Autor (2024)

Figura 65 - Protótipo - Estampa 3



Fonte: Autor (2024)

Figura 66 - Protótipo - Estampa 4



Fonte: Autor (2024)

Figura 67 - Protótipo - Estampa 5



Fonte: Autor (2024)

Figura 68 - Protótipo - Estampas 4 e 5



Fonte: Autor (2024)

## 8. Considerações Finais

O desenvolvimento deste projeto de design de superfícies na área de estamparia têxtil para a marca Renata Tenca reflete uma jornada de integração entre a estética e a funcionalidade, com ênfase na criação de peças que não apenas atendem às necessidades do mercado, mas que também carregam um profundo significado emocional. A proposta de explorar temas como transformação, maturidade, e autocuidado, alinhados ao conceito de slow fashion, busca proporcionar às mulheres um elo mais íntimo com as peças que escolhem para o seu guarda-roupa.

Ao trabalhar com estampas abstratas e aquareladas, com foco nas cores e texturas, a coleção visa provocar emoções e sensações que são pessoais e únicas. O uso de tecidos e materiais que respeitam a sustentabilidade reforça o compromisso da marca com o consumo consciente e com a criação de peças atemporais, que não estão sujeitas às pressões da moda sazonal, mas sim à valorização da autenticidade e da durabilidade.

Através dessa coleção, o design de superfície não se limita à estética, mas se transforma em uma forma de expressão pessoal, oferecendo às consumidoras uma oportunidade de se conectarem consigo mesmas por meio do ato de vestir. O projeto não apenas reflete as necessidades do público-alvo da marca Renata Tenca, mas também contribui para o fortalecimento da identidade da marca, que preza pela exclusividade, autenticidade e empoderamento feminino.

Em síntese, este trabalho reafirma a importância do design como ferramenta de transformação, buscando não apenas inovar na forma, mas também nas relações emocionais que se estabelecem entre as mulheres e as roupas que vestem. Ao integrar essas dimensões no processo criativo, esperamos que a coleção final não seja apenas uma proposta de moda, mas uma vivência e um reflexo do amor-próprio e da maturidade das mulheres modernas.

## 9. Referências

ADAM, H.; GALINSKY, A. D. Enclothed cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 48, n. 4, p. 918-925, 2012.

ANDRADE; MONTEIRO; SUDSILOWSKY. Proposta de metodologia para o ensino sobre os principais tipos de impressão em disciplinas de Projeto nos cursos de Design, com foco em superfícies planas flexíveis. In: CONGRESO DE ENSEÑANZA DEL DISEÑO, 2015, Buenos Aires. Anais... Buenos Aires: Universidade de Palermo, 2015.

ASSOCIAÇÃO INTERNACIONAL DO CONTROLE DO ESTRESSE. Relatório global de estresse. 2023.

CALDAS, Dario. Observatório de Sinais: Teoria e prática da pesquisa de tendências. São Paulo: LeYa, 2004.

CANTÃO. Instagram Oficial do Cantão. Disponível em: <https://www.instagram.com/cantao/>. Acesso em: 13 out. 2024.

CANTÃO. Site Oficial do Cantão. Disponível em: <https://www.cantao.com.br/>. Acesso em: 13 out. 2024.

CANTÃO. Sobre a marca. Cantão. Disponível em: <https://www.cantao.com.br/institucional/sobre-a-marca>. Acesso em: 13 out. 2024.

CANTÃO. Viver Bem desde 1967. Blog Cantão, 05 maio 2014. Disponível em: <https://blog.cantao.com.br/2014/05/viver-bem-desde-1967/>. Acesso em: 13 out. 2024.

CARDOSO, Cilene Estol; PICOLI, Julia. Metodologia de projeto de Bruno Munari aplicada ao design de superfície de moda. In: 9º COLÓQUIO DE MODA, 2013, Fortaleza. Disponível em: [http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-2-EDUCACAO\\_COMUNICACAO-ORAL/Metodologia-de-projeto-de-Bruno-Munari-aplicada-a-o-design-de-superficie-de-moda.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-2-EDUCACAO_COMUNICACAO-ORAL/Metodologia-de-projeto-de-Bruno-Munari-aplicada-a-o-design-de-superficie-de-moda.pdf). Acesso em: 14 set. 2024.

CAROL ARBEX. Carol Arbex (@carolarbex) – Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/carolarbex/>. Acesso em: 13 out. 2024.

CAROL ARBEX. Site oficial de Carol Arbex. Disponível em: <https://www.carolarbex.com/>. Acesso em: 13 out. 2024.

CRESWELL, J. Fashion and Well-being: Emotional Impact of Clothing. Oxford: Oxford University Press, 2021.

DESIGN PETRÓPOLIS. Design de superfície: uma visão estendida COM Sandra Rubim. [Vídeo]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MRZkSaCqWvc>. Acesso em: 13 set. 2024.

ESCOLA DE BOTÂNICA. A beleza das orquídeas Zygotetum. Disponível em: <https://www.escoladebotanica.com.br/post/zygotetum>. Acesso em: 25 out. 2024.

FASHION NETWORK. Andrea Marques abre segunda loja, agora no Shopping Leblon. Disponível em: <https://br.fashionnetwork.com/news/Andrea-marques-abre-segunda-loja-agora-no-shopping-leblon,1129849.html>. Acesso em: 13 out. 2024.

FOLHA DE S.PAULO. Andrea Marques deixa Maria Bonita Extra para criar sua própria marca. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1804200829.htm>. Acesso em: 13 out. 2024.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). Design e sociedade: contextualização da atividade projetual e reflexões sobre o papel do designer como mediador. Porto Alegre: UFRGS, 2007. 26 p. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 14 set. 2024.

HELDMANN, P. O gerenciamento de projetos: aplicando habilidades, conhecimentos, ferramentas e técnicas aos projetos. *Gestão de Projetos*, v. 8, n. 1, p. 13-25, 2005.

HELLER, E. A psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão. Barcelona: Editora GG, 2009.

MARQUES, Andrea. Andrea Marques (@andreamarquesrj) – Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/andreamarquesrj>. Acesso em: 13 out. 2024.

MARQUES, Andrea. Andrea Marques - Site oficial. Disponível em: <http://www.andreamarques.com.br>. Acesso em: 13 out. 2024.

MCKINSEY & COMPANY. Women's Wear and the Pursuit of Emotional Comfort. Relatório de tendências de moda, 2022.

MENDES, L. Moda e autocuidado: A relação entre vestuário e bem-estar emocional nas mulheres brasileiras. *Revista Brasileira de Moda*, v. 10, n. 3, p. 25-39, 2023.

MINTEL. *2025 Global Consumer Trends*. 2024. Documento em formato PDF, disponibilizado mediante solicitação.

MUNARI, Bruno. *Das coisas nascem as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1998. Título original: *Da cosa nasce cosa*, publicado por Gius. Laterza & Figli, 1981, tradução de José Manuel de Vaconcelos.

O GLOBO. Há uma década no comando do Cantão, Lanza Mazza revigora a clássica marca carioca. O Globo, 04 dez. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/moda/ha-uma-decada-no-comando-do-cantao-landa-mazza-revigora-clássica-marca-carioca-25042698>. Acesso em: 13 out. 2024.

OLIVEIRA, A.; ROCHA, D. O impacto da pandemia na saúde mental e a mudança de comportamento do consumidor. *Estudos Contemporâneos*, v. 15, n. 2, p. 45-60, 2021.

RODRIGUES, Patrícia Siqueira. Plano para criação de coleção de estampas: método específico para design de superfície. 2020. 98 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

PECLERS PARIS. Trendbook A/W 25/26: Directions for Textile and Fashion Design. 2023. Disponível em: <https://www.peclersparis.com>. Acesso em: 14 set. 2024.

PREMIÈRE VISION. Decodings SS25: Designs. Disponível em: <https://www.premierevision.com/en/magazine/decodings-designs-ss-25/>. Acesso em: 25 out. 2024.

WGSN BRASIL. Relatório de tendências de comportamento e consumo para 2025 e 2026. 2023. Disponível em: <https://www.wgsn.com>. Acesso em: 14 set. 2024.

WGSN BRASIL. Relatório de tendências de consumo: O impacto do bem-estar emocional nas escolhas de moda. 2023.

YOUTUBE. Andrea Marques | Entrevista completa com a estilista. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0DLHxd5WThE>. Acesso em: 13 out. 2024.

ZAVADIL, P. Processo Criativo no Design de Superfícies. Curso de Design de Superfícies, Universidade Federal de Santa Catarina, 2024.

10. Apêndices/anexos

Anexo A - Guideline Marca Renata Tenca

MARCA PRINCIPAL



MARCA POSITIVA  
EM FUNDOS CLAROS



MARCA NEGATIVA  
EM FUNDOS ESCUROS



MARCA EM FUNDOS COLORIDOS



ÍCONE



ESTAMPAS  
MÓDULO



TIPOGRAFIAS

*HEATERS REGULAR*

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

**Bergen Text Semi Bold**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

PALETA DE CORES



PANTONE: 388 C  
R:215 G:225 B:90  
C:19 M:0 Y:80 K:0  
#D7E15A



PANTONE: 1767 C  
R:247 G:172 B:191  
C:0 M:40 Y:8 K:0  
#F7ACBF



PANTONE: 7416 C  
R:242 G:106 B:77  
C:0 M:73 Y:73 K:0  
#F26A4D



PANTONE: 561 C  
R:0 G:91 B:83  
C:70 M:0 Y:40 K:65  
#005B53



CLIENTE: RENATA TENCA	DATA: 26/11/2021
EXTENSÕES ENTREGUES: VETOR - AI   EPS   PDF	IMAGEM - JPG   PNG
Rua Dr. Emílio Ribas, 681 - Cambuí   Campinas - SP www.meltdesign.com.br   fale@meltdesign.com.br (19) 3295-0070 @m@meltdesignbr	