

**CENTRO PAULA SOUZA  
ETEC CAMPO LIMPO PAULISTA  
Técnico em Informática**

**Bruno Bueno Galvão  
João Pedro Fiorindo Pinto  
Marcos Vinícios da Cruz de Sá  
Henrique Czurlinovics Bueno da Silva**

**YOURMODUS: Uma Nova Visão da Moda**

**Campo Limpo Paulista**

**2022**

**Bruno Bueno Galvão**  
**João Pedro Fiorindo Pinto**  
**Marcos Vinícios da Cruz de Sá**  
**Henrique Czurlinovics Bueno da Silva**

## **YOURMODUS: Uma Nova Visão da Moda**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao

Curso Técnico em Informática da ETEC Campo  
Limpo Paulista orientado pela prof.

Thaynara Cristina Maia dos Santos como  
requisito parcial para a

Obtenção do título de técnico em Informática.

**CAMPO LIMPO PAULISTA**

**2022**

Nós vemos apenas uma pequena distância a frente, mas vemos que ainda há muito a ser  
feito.

(Alan Turing)

## **RESUMO**

Este projeto tem a intenção de, além de ser uma monografia e a documentação de um sistema de software web, ser um catalisador de boas ações. Com base nisso, buscamos nos aprofundar na importância da moda no cotidiano das pessoas.

A primeira parte desse trabalho trata das motivações para o desenvolvimento do projeto. O tema da pesquisa, a justificativa e os objetivos são definidos. Questões sociais, que tem a intenção de contextualizar o leitor da importância da moda, também são abordadas.

Já na segunda parte descreve-se o desenvolvimento do trabalho, apresentam-se as referências utilizadas para justificar o empenho em auxiliar todos os cidadãos a se vestir de uma forma em que sejam notados e interpretados através do seu estilo. As ferramentas e tecnologias utilizadas durante o desenvolvimento são apresentadas, bem como a ferramenta funcionando e os resultados obtidos.

Na parte final apresentam-se as considerações finais sobre o tema da moda e sobre o software que desenvolvemos e sobre o objetivo inicial traçado.

Palavras-chave: Moda; Projeto; Software; Web

## **ABSTRACT**

This project is intended to, in addition to being a monograph and the documentation of a web software system, be a catalyst for good deeds. Based on this, we seek to delve deeper into the importance of fashion in people's daily lives.

The first part of this work deals with the motivations for the development of the project. The research topic, rationale and objectives are defined. Social issues, which are intended to contextualize the reader on the importance of fashion, are also addressed.

In the second part, the development of the work is described, the references used to justify the effort to help all citizens to dress in a way in which they are noticed and interpreted through their style are presented. The tools and technologies used during development are presented, as well as the tool working and the results obtained.

In the final part, we present the final considerations on the theme of fashion and on the software we developed and on the initial objective outlined.

**Keywords:** Fashion; Project; Software; Web

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
1.1 Tema.....	7
1.2 Problema.....	7
1.3 Justificativa.....	8
1.4 Hipóteses.....	8
1.5 Objetivos.....	8
1.5.1 Objetivo geral.....	9
1.6 Metodologia.....	9
<b>2 DESENVOLVIMENTO.....</b>	<b>10</b>
2.1 Fundamentação Científica.....	10
2.2 Ferramentas de desenvolvimento.....	15
2.2.1 Linguagens utilizadas.....	15
2.2.2 Ferramentas Gráficas.....	16
2.2.3 Ferramentas de Apoio.....	17
2.3 Projeto.....	17
2.3.1 Modelagem do sistema.....	17
2.3.2 Resultados.....	18
2.4 Sistema Web.....	20
<b>3 CONCLUSÃO.....</b>	<b>25</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>26</b>

# **1 INTRODUÇÃO**

## **1.1 Tema**

O tema a que se propõe esse trabalho é desenvolver um sistema web que funcione como um consultor de moda. Nesse sistema os usuários farão seu cadastro, e ficarão disponíveis para utilizar o site. Com isso os usufruidores, poderão encontrar looks completos e especificados utilizando o que tem em seu guarda-roupas.

## **1.2 Problema**

O ato de se vestir de uma forma adequada, seguindo os padrões da moda, sempre foi visto pela maior parte da sociedade como algo de classes mais nobres financeiramente ou como algo desnecessário. Mesmo que inconscientemente, a roupa que escolhemos para usar é inevitavelmente expressão da nossa cultura, identidade e estilo de vida. “O vestuário fala”, como afirma Umberto Eco (1982) em seu livro “Psicologia do Vestir”. Muitas pessoas se recusam a admitir que a suas roupas podem comunicar algo, mas até quem faz questão de ignorar e desdenhar do universo da moda transmite uma mensagem clara ao se vestir: a de que não faz questão de se importar e prefere se colocar à margem. Fatalmente, querendo ou não, a moda sempre será ferramenta de expressão individual e social.

Apesar de ser considerada efêmera e fútil por uma parcela da sociedade moderna, a moda é parte constante da existência da humanidade e um campo importante da nossa cultura. Ela reflete gerações e épocas, estabelecendo vínculos com os pensamentos em voga, com as descobertas científicas e evoluções tecnológicas, e com as características históricas de cada momento. Além de ajudar na construção da identidade individual das pessoas, visto que a roupa também funciona como um instrumento de inserção em contextos sociais, o vestuário acompanha todas as transformações e interações sociais, e os processos históricos da raça humana, podendo ser estudado em nível sociológico e antropológico para ajudar a explicar comportamentos e contar a história da humanidade.

### **1.3 Justificativa**

Dado que hoje não é possível encontrar na internet um local que disponibilize o serviço de consultoria de moda de uma forma gratuita e que garanta um serviço de qualidade, muitas pessoas que tem interesse em iniciar no mundo da moda ou apenas a se vestir de uma forma mais elegante e adequada ficam receosas por não saberem por onde começar e terminam por se manter na sua zona de conforto. Diante isso propõe-se um sistema web que traga maior visibilidade para a moda do cotidiano e maior segurança, confiança e conforto para os interessados.

### **1.4 Hipóteses**

Existe hoje no Brasil condições de internet e infraestrutura suficientes para que construam plataformas web.

A moda deve possuir mais relevância dentro do cotidiano de todas as classes sociais.

De maneira geral as pessoas possuem grande interesse pela moda, mas muitas vezes a falta de informação disponível para o grande público acaba desanimando os interessados.

### **1.5 Objetivos**

O trabalho tem por objetivo tornar acessível a moda no cotidiano do grande público. Nosso objetivo é colocar em um único lugar diversas opções de looks básicos e elegantes, que possam ser utilizados com facilidade no dia a dia sem deixar a elegância de lado e auxiliar o usuário a construir um bom look com o que possui em seu guarda-roupas. Acreditamos que assim a moda poderá ser mais valorizada e compreendida.

#### **1.5.1 Objetivo geral**



Desenvolver uma aplicação web onde as pessoas encontrem looks prontos fáceis de serem reproduzidos no dia a dia e ser auxiliado para aproveitar da melhor forma as peças que o usuário já possui.

## **1.6 Metodologia**

A abordagem utilizada para o desenvolvimento literário deste trabalho foi baseada em pesquisas na internet, entrevistas com pessoas do ramo, formulários para ter uma ideia ampla e geral da importância da moda no dia a dia das pessoas. Tendo um maior contato com os possíveis futuros usuários do website já conseguimos traçar superficialmente o perfil dos mesmos. Artigos científicos do ramo da moda também serviram de inspiração para a criação do método de pesquisa.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 Fundamentação científica

A moda é importante. Para a economia, para sociedade e para cada um de nós pessoalmente. Antes de qualquer outra coisa, o que vestimos diz quem somos ou quem queremos ser., mas a moda é muitas vezes vista como um setor frívolo, vão e efêmero. Muitas pessoas não conseguem perceber como esse setor é importante e abrangente.

Em todo o mundo, o setor é avaliado em US\$ 3 Trilhões. No Reino Unido, a moda vale £ 26 bilhões para a economia. É a segunda maior atividade econômica mundial com relação a intensidade de comércio, empregando mais de 57 milhões de pessoas nos países em desenvolvimento, 80% das quais são mulheres.

Como a maioria dos setores globais, a moda tem seu lado obscuro. A exploração de costureiros, a falta de diversidade e os danos ambientais continuam sendo os principais problemas a serem resolvidos pelo setor. Mas esse vasto setor criativo tem potencial para iniciar mudanças significativas.

Apesar das falhas, uma das coisas que a moda pode fazer é espalhar uma ideia de maneira muito poderosa, com coerência e com a importante sensação de impressionabilidade. Um exemplo disso é o projeto Catalytic Clothing, do professor de química Tony Ryan e da professora e mestre em bioética Helen Storey, que explorou como os materiais têxteis podem ser usados como uma superfície catalítica para purificar o ar. Eles desenvolveram e criaram o vestido catalítico “Herself”, que foi impregnado como um fotocatalisador que utiliza a luz para quebrar a poluição transmitida pelo ar em produtos químicos inofensivos.

O “Herself” foi apresentado em um tour pelo mundo para divulgar o projeto Catalytic Clothing e mostrar aos moradores de centros urbanos de todo o mundo a noção de que roupas e materiais têxteis podem desempenhar um papel vital na melhoria do ambiente urbano e da saúde daqueles que nele vivem.

Esse projeto ilustra como a moda está colaborando com a ciência, a engenharia e a tecnologia para criar um novo futuro em que ela tenha uma influência positiva sobre o meio ambiente, a sociedade e a nossa saúde.

O vestuário é vital para as nossas necessidades mais básicas de calor e proteção, mas estamos começando a perceber que o papel da moda na nossa saúde e no nosso bem-estar vai bem além disso. Já vimos um sutiã desenvolvido com a capacidade de detectar tumores antes de exames de mama ou mamografias e meias inteligentes que usam sensores de temperatura para monitorar a saúde dos diabéticos.

À medida que os materiais têxteis eletrônicos são desenvolvidos com a capacidade de coletar e transmitir dados e armazenar e conduzir energia, podemos desenvolver roupas que nos ajudarão a gerenciar mudanças significativas nas nossas informações demográficas. Um bebê nascido no Reino Unido hoje provavelmente viverá até os 103 anos. Assim, precisamos equilibrar a expectativa de vida com a qualidade de vida real. A integração da tecnologia no tecido das nossas vidas vai nos ajudar se as roupas forem mais fáceis de serem colocadas, monitorarem a temperatura do corpo, ajudarem a administrar medicamentos ou nos conectarem mais facilmente à nossa família.

Colocando a criatividade e as técnicas da moda para trabalhar em prol de questões sociais ou de saúde, estamos começando a ver a moda como algo menos frívolo e mais como uma ferramenta séria que todos podemos usar para melhorar nossas vidas.

Embora os desenvolvimentos tecnológicos sejam, sem dúvida, emocionantes, há também um lado humano nas roupas que está se tornando cada vez mais relevante em uma era virtual. As roupas contêm memórias e refletem nossa personalidade. Como todos nós temos e vestimos roupas, elas podem agir como um veículo para falar sobre nossas vidas.

Alison Moloney, curadora da Faculdade de Moda de Londres, mostrou esse potencial das roupas na exposição “Cabinet Stories” que foi exibida em um presídio feminino, uma unidade de saúde mental e um lar para idosos. Nesses lugares, as pessoas foram convidadas a selecionar itens de vestuário que foram particularmente significativos para elas, e essas histórias e as fotos da roupa passaram a fazer parte da exposição.

Não é apenas o ato de usar roupas que pode criar relacionamentos, mas também a produção da roupa em si. Um exemplo excelente disso é o projeto “1000 coats” da artista Whitney McVeigh que mostrará 100 mulheres diferentes formações costurando 10 casacos cada uma. Como parte do projeto, há workshops que ensinam mulheres a costurar, proporcionando novas habilidades para elas e, ao mesmo tempo, incentivando-as a trabalhar juntas como parte de uma comunidade e formar novas parcerias.

A moda tem capacidade de mudar e dar sentido à vida graças à conexão pessoal que tem com todos nós. Todos nós precisamos usar roupas, e cada peça que compramos representa uma escolha pessoal. Essa relação intrinsecamente humana entre nós e nossa moda que transforma a questão em algo político. Não importa se você está vestindo um gorro rosa de tricô em uma marcha, um vestido que expressa suas crenças ou usando sua empresa para melhorar as condições de trabalho; a moda pode desempenhar um papel significativo na articulação das suas crenças.

O que escolhemos para vestir reflete como vemos o mundo e como queremos que o mundo nos veja. O homem da Idade da Pedra com lascas de pedra, a mulher pós-guerra com o New Look da Dior... tudo tem relação com a necessidade humana de expressar individualidade.

As emoções, pensamentos e comportamentos levam as pessoas a se vestirem da forma como se vestem. As experiências que temos a partir das roupas e dos elementos que compõem nosso visual estruturam a nossa imagem pessoal, o que está diretamente ligado à formação da autoestima. A autoestima é o que sentimos a respeito de nós mesmos, os sentimentos e as emoções.

A nossa imagem pessoal não só influencia a forma como pensamos e sentimos a respeito de nós mesmos, mas também interfere em como as pessoas pensam e sentem a nosso respeito. Contribuindo assim, nessa via de mão dupla, para a construção do nosso autoconceito, da nossa identidade.

Desta forma, as roupas e acessórios são o elo entre os aspectos mais profundos do eu e a imagem externa que estamos produzindo. A mídia nos invade com imagens do que é belo de acordo com cada grupo ou sociedade. Assim, a influência do que vemos na internet, na TV e nas revistas direcionam o que deveria ser um visual ideal para a

aceitação dentro de um grupo. Essa imagem que produzimos de nós mesmos determinam a relação de cada um consigo mesmo e com a sociedade.

Mas a moda não é apenas a expressão de tendências, ela representa a relação profunda de si mesmo e com os outros, com a pessoa que somos (eu real), com o que gostaríamos de ser (eu ideal) e com o que pensamos que devemos ser.

Biologicamente, até cerca de 25 anos de idade, os jovens estão em um processo de desenvolvimento de identidade. Para isso, buscam se distanciar do núcleo familiar e se identificar com o seu grupo para depois formar casais, famílias e unidades autônomas.

Essas identificações acontecem através da música, dos interesses comuns e muito através da roupa. Cada turma ou tribo tem a sua vestimenta específica. Com isso, são identificados entre eles e pela sociedade, buscando o senso de pertencimento e importância. Cada roupa ou acessório, cada marca, só faz sentido em relação a um grupo de referência.

Com a moda sonhamos acordados e construímos em nossa mente as imagens que satisfazem nossos desejos, compensando nossas ansiedades: roupas, bolsas, sapatos e joias nos ajudam a enfrentar a realidade, a resolver conflitos e medos pessoais e perseguir algumas metas sociais para sentir-se integrado a um grupo.

No mundo da moda, a visão do gênero é um conceito fluido que permite que estudiosos que pesquisam sobre roupas e aparência entendam as relações de gênero mais do que homens e mulheres “vestindo suas partes” (Michelman e Kaiser, 2000), mas como um contínuo que não apresenta mais divisões tão rígidas.

Antigamente, a adoção de calças por mulheres representava um importante reajuste da definição de feminilidade, mas não necessariamente uma mudança no equilíbrio de poder existente (Paoletti e Kregloh, 1989).

Portanto, precisamos entender o significado das escolhas das roupas, independentemente do gênero. As escolhas das vestimentas podem afetar tanto a sua autoimagem, a impressão que você transmite aos outros e, por sua vez, a maneira como as pessoas se comportam em relação a você.

As roupas podem influenciar, desde o resultado de uma partida esportiva (Hill e Barton, 2005) até a impressão de um entrevistador sobre a sua capacidade de realizar

um trabalho de forma eficaz (Forsythe, 2006), mas isso vai muito além de ser homem ou mulher.

Para entender o impacto das cores das roupas, em um experimento, pesquisadores fotografaram pessoas com diferentes cores de roupas e pediram aos participantes que classificassem o quanto as pessoas eram atraentes nas fotos. Eles descobriram que a cor da roupa afeta principalmente a maneira pela qual os homens classificam a atratividade. Curiosamente, no entanto, a cor do vestuário não influenciou o julgamento das mulheres em relação a outras mulheres (Roberts et al, 2000).

Roberts e seus colegas pesquisadores descobriram que as roupas vermelhas tendem a levar os participantes a classificar os outros mais favoravelmente em termos de atratividade, em comparação a quando usavam roupas de outras cores.

Esse resultado pode explicar as descobertas de um estudo que apontou que, quando garçonetes num restaurante usavam camisas coloridas, os homens tendiam a deixar gorjetas mais altas para as que usavam camisas vermelhas do que aquelas com camisas de outras cores. No entanto, a cor de camisa não teve efeito nas gorjetas deixadas pelas clientes do sexo feminino (Guéguen e Jacob, 2010).

Naturalmente, muitas das descobertas das pesquisas sobre a psicologia das escolhas de moda e vestuário estão sujeitas aos valores culturais da sociedade em que a pessoa vive. As diferenças culturais na interpretação da moda é uma variável importante que precisa ser compreendida dependendo de cada país.

Em reportagens da revista *Vogue*, Alexandersson (2017) examinou como diferentes culturas apresentam a moda entre diferentes países: EUA, França, Japão, Arábia, Índia e Brasil.

Os resultados indicaram que nos EUA a moda tem um padrão aberto em termos de tópicos atuais e diversidade de roupas, enquanto na França a cultura é mostrada como andrógina e com uma expressão aberta à nudez. Já no Japão a expressão cultural foi caracterizada por roupas inovadoras e inspiradas no futurismo.

Na Arábia, ela é caracterizada pela modernização das roupas tradicionais árabes e hijabs, com contextos que refletem o poder feminino nos países árabes. Na Índia percebe-se a presença de roupas indianas tradicionais usadas em combinação com roupas ocidentais, principalmente coloridas.

No Brasil, por sua vez, a expressão da moda é caracterizada por modelos com poses sensuais e roupas que revelam muita pele.

Com relação às cores, observou-se o uso do preto e cores escuras na França, enquanto na Arábia e na Índia existem uso de outras cores, como rosa, azul e vermelho. Nos EUA, Japão e Brasil, há uma mistura de preto, rosa, azul e outras cores.

Um estilista pode ajudar você a se vestir de acordo com o seu tipo físico, com o que está na moda, enquanto um psicólogo da moda o ajuda a estar de acordo com a sua personalidade, pensando no porquê de você se vestir de determinada maneira e como isso impacta no seu modo de ser. As roupas refletem o seu estado de espírito e as pessoas escolhem as roupas para se sentirem bem.

Com relação ao consumo, assistimos frequentemente alguns grupos que gastam compulsivamente. Eles buscam o luxo, precisando mostrar que podem, que querem, que tem. Agem como se, sozinhos, não fosse ninguém, por isso precisam de uma marca que os defina.

O mundo moderno, no entanto, pede que a moda seja valorizada desde o design, passando por toda a cadeia de suprimentos, consumo, chegando até o descarte. Precisamos olhar para as variadas questões individuais, sociais e ambientais que resultam direta ou indiretamente das indústrias da moda. Mas o dia a dia da maioria dos consumidores não inclui preocupações com a sustentabilidade, por isso temos um grande desafio nesse aspecto.

## **2.2 Ferramentas de desenvolvimento**

Para o desenvolvimento desse projeto foram utilizadas diversas ferramentas de pesquisa, desenvolvimento e apoio.

### **2.2.1 Linguagens utilizadas**

**HTML** – HTML, de acordo com o portal w3schools.com, é a linguagem de marcação padrão para se criar páginas web. HTML é a abreviatura de Hyper Text Markup Language (Linguagem de Marcação de Hipertexto). Essa linguagem estrutura as páginas web utilizando marcadores. Os elementos HTML são os blocos de construção das páginas web atuais. Os elementos HTML são representados por tags, que são marcadores de conteúdo como “heading” (cabeçalho), “paragraph” (parágrafo), “table” (tabela) e assim por diante. Os navegadores não mostram as tags HTML, mas as usam para interpretar o conteúdo de uma página web.

**CSS** – o w3schools.com diz que CSS é a abreviatura de Cascading Style Sheets (Folhas de Estilo em Cascata). O CSS descreve como elementos HTML serão mostrados na tela pelos navegadores. O CSS, da maneira como foi desenvolvido simplifica o desenvolvimento web, pois uma única página CSS pode controlar a aparência de múltiplas páginas simultaneamente, e pode ser adicionado em um arquivo HTML diretamente em seu corpo ou através de referência a um arquivo externo.

**SQL** – é a linguagem padrão para acesso e manipulação de bancos de dados. SQL é a abreviatura de Structured Query Language (Linguagem de Consulta Estruturada), ela permite aos desenvolvedores acessarem e manipularem dados em um banco de dados. Utilizando SQL é possível, entre outras coisas, fazer consultas, inserir, atualizar e apagar informações de um banco de dados. Ele também permite a criação e gerenciamento de tabelas e banco de dados e a criação de regras de acesso e segurança.

**JavaScript** – é uma linguagem de programação interpretada estruturada, de script em alto nível com tipagem dinâmica fraca e multiparadigma (protótipos, orientado a objeto, imperativo e funcional). Juntamente com HTML e CSS, o JavaScript é uma das três principais tecnologias da World Wide Web. JavaScript permite páginas interativas e, portanto, é uma parte essencial dos aplicativos web.

### 2.2.2 Ferramentas Gráficas

**Adobe Illustrator** – a Adobe, empresa responsável pelo software o descreve como a ferramenta para a criação de gráficos vetoriais utilizado para criar logotipos, ícones,



esboços, tipografias e ilustrações complexas para impressão, Web, conteúdos interativos, vídeos e dispositivos móveis.

**Canva** - Canva é uma plataforma de design gráfico que permite aos usuários criar gráficos de mídia social, apresentações, infográficos, pôsteres e outros conteúdos visuais. Está disponível online e em dispositivos móveis e integra milhões de imagens, fontes, modelos e ilustrações.

### **2.2.3 Ferramentas de apoio**

**Microsoft Word** – O Word é uma ferramenta desenvolvida pela Microsoft para edição, revisão e compartilhamento de textos. Foi criado em 1983 e faz parte do Pacote Office da Microsoft.

**FastFormat** – O FastFormat é uma plataforma completa para produção de documentos acadêmicos utilizada por milhares de alunos e professores em diversas instituições de ensino. Os documentos são formatados automaticamente em diversas normas, como ABNT e revistas nacionais e internacionais.

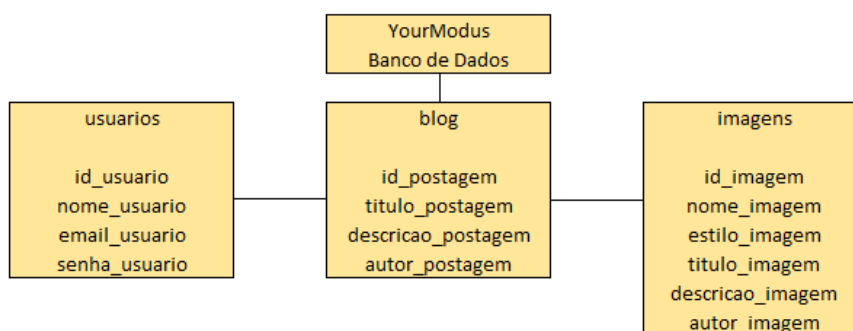
## **2.3 Projeto**

Foi desenvolvido um sistema web que traz a experiência simplificada de um consultor de moda, assim auxiliando os usuários a se vestirem da melhor forma possível. O principal objetivo é facilitar e desmitificar a moda cotidiana através de um sistema interativo e com funcionalidade simples. O site criado é chamado de Your Modus.

### **2.3.1 Modelagem do sistema**

A fim de melhor visualizar a aplicação desenvolvida e entender como os diversos componentes se relacionam, desenvolvemos um diagrama de classes, um modelo de entidade relacionamento e um diagrama de casos de uso.

Figura 1 – Diagrama de Classes



Fonte: Imagem Autoral

### 2.3.2 Resultados

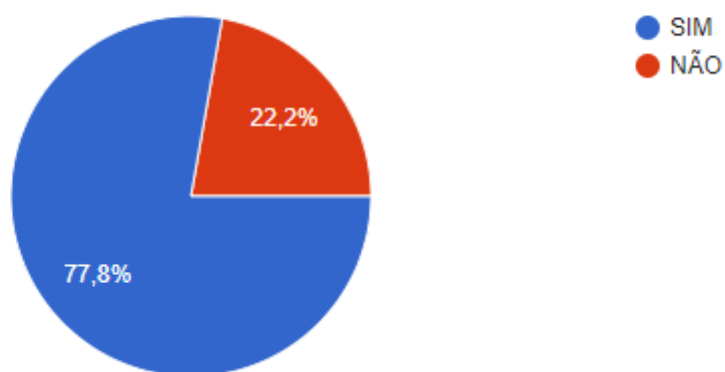
Os formulários foram de grande importância para a criação do site, pois através dele conseguimos descobrir a aceitação dos usuários e a sua importância.

Através dessa pergunta podemos notar que a maioria dos entrevistados consideram o ato de se vestir de forma adequada algo de extrema importância, sempre visando passar uma boa aparência e impressão.

Figura 2 – Primeira pergunta do formulário

Você considera se vestir bem algo importante?

9 respostas



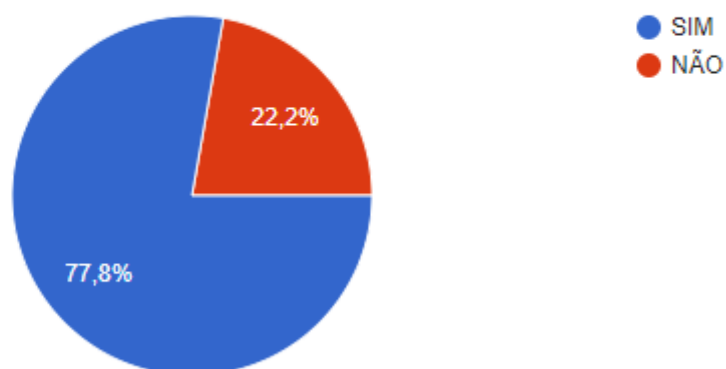
Fonte: Imagem Autoral

A segunda pergunta do formulário foi utilizada para descobrir o nível de intimidade do usuário com a moda. Boa parte do público encontra dificuldade para se vestirem ao seu agrado, reforçando ainda mais a utilidade do site que foi criado.

Figura 3 – Segunda pergunta do formulário

Você tem dificuldades para escolher os seus looks?

9 respostas



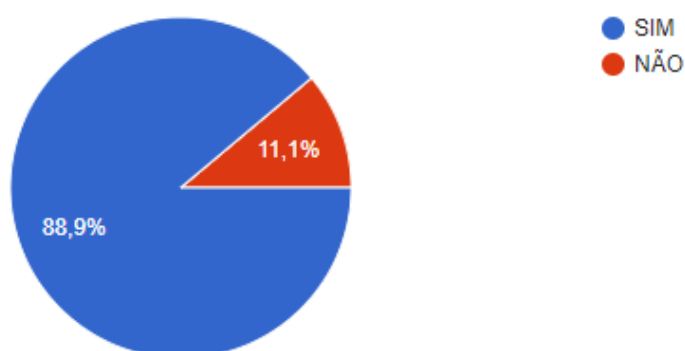
Fonte: Imagem Autoral

Antes da criação de um website é sempre necessário ter em mente se o mesmo vai ser útil para a sociedade e se vai ser utilizado pelo grande público. A terceira e última pergunta do formulário foi feita e utilizada nessa intenção.

Figura 4 – Terceira e última pergunta do formulário

Você usaria um site com a proposta de facilitar na construção dos seus looks cotidianos?

9 respostas

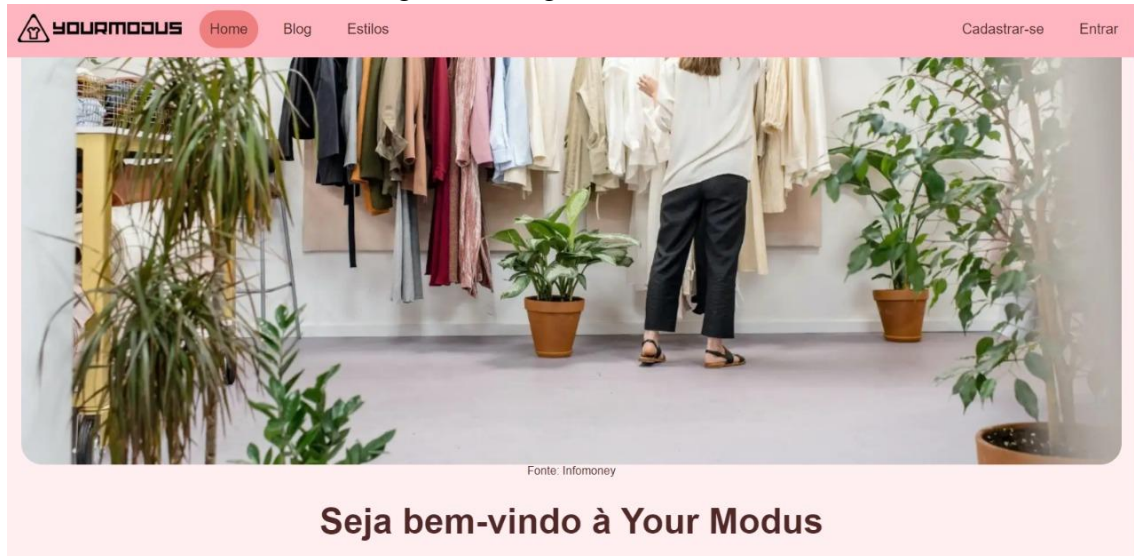


Fonte: Imagem Autoral

## 2.4 Sistema web

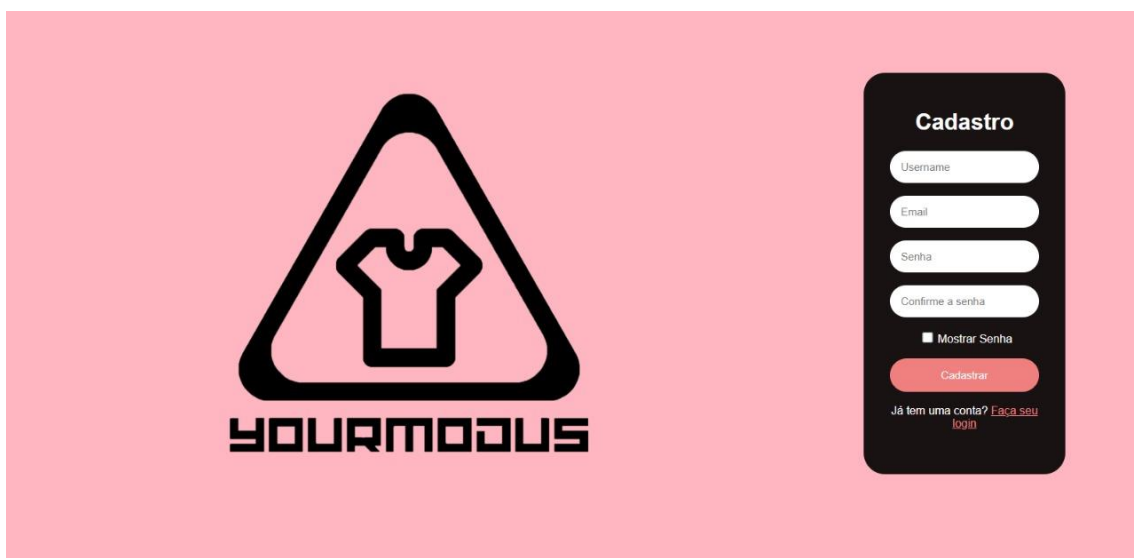
A home do site é a primeira página que é vista após entrar no site ou utilizar o link para ser direcionado ao mesmo. Na home podemos encontrar a área de cadastro, uma área que irá direcionar o usuário para o blog e outra que irá permitir o usuário a escolher qual estilo ele vai querer auxílio. Ainda na home tem explicação do que vai ser encontrado no site, o porquê de utiliza-lo, a importância da moda, o que é a moda e por fim uma pequena explicação de quem é a equipe responsável pelo website e as inspirações para o mesmo ser criado.

Figura 5 – Página inicial do site



Aqui podemos ver a página de cadastro. Você é direcionado para ela após clicar no canto superior direito na home do site. O cadastro é importante para podermos coletar dados sobre o usuário, facilitando assim o algoritmo do nosso site, podendo oferecer uma melhor usabilidade. O cadastro também é necessário para utilizar a aba blog e a aba estilos.

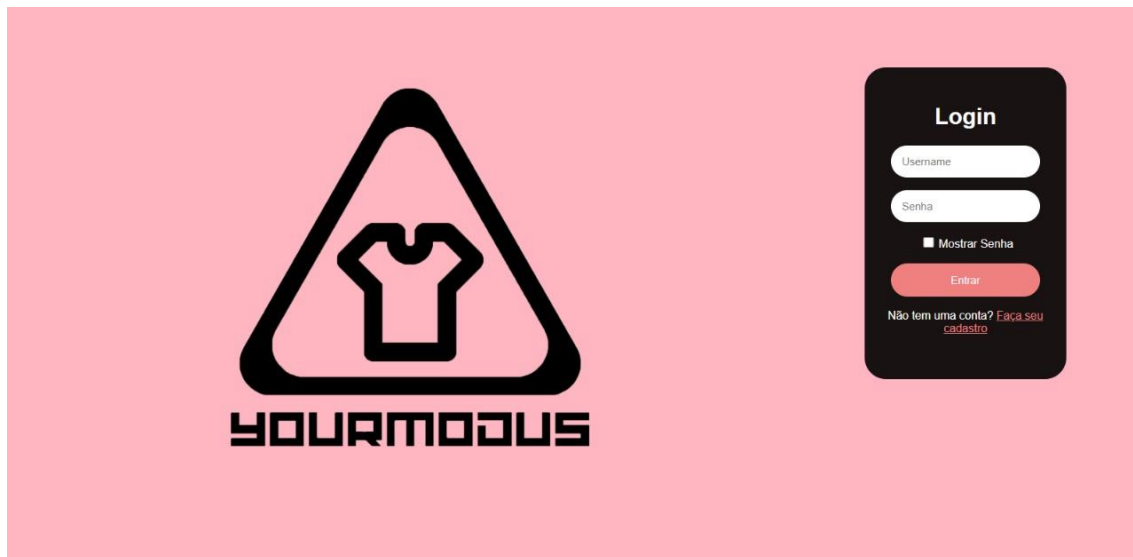
Figura 6 – Página de cadastro do site



Fonte: Imagem Autoral

O usuário é direcionado para página de login após fazer seu cadastro. O login deve ser feito toda vez que o usuário entra no site, se o mesmo quiser utilizar as abas blog e estilos.

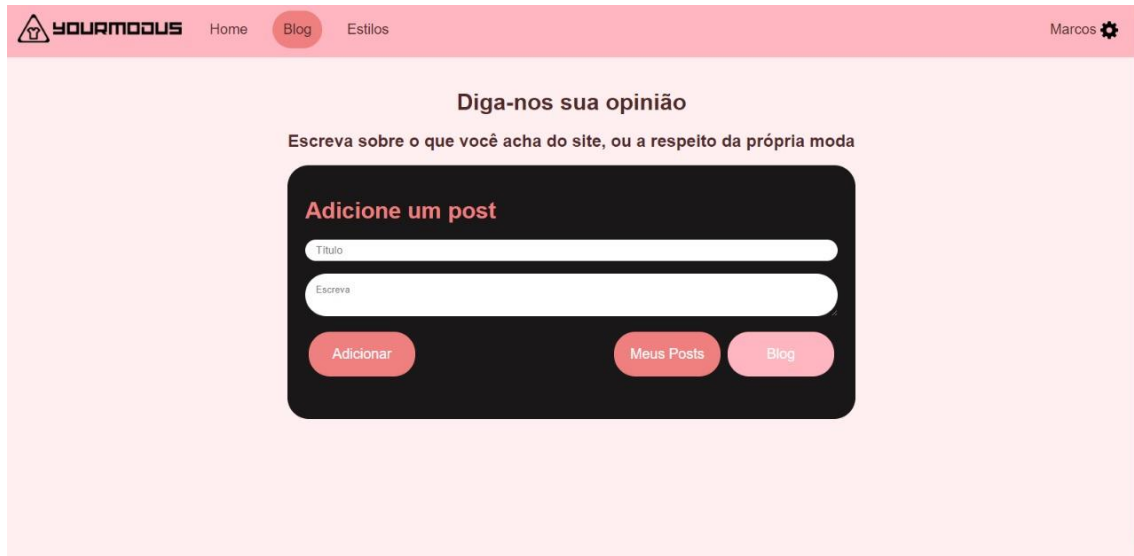
Figura 7 – Página de login



Fonte: Imagem Autoral

A aba Blog pode ser utilizada após fazer o cadastro e o usuário logar em sua conta. O usuário vai poder expressar sua opinião livremente, podendo falar sobre o site, dar palpites de melhora e inovação sobre o mesmo ou a respeito da moda. A forma de utilizar essa área é bem simples, basta estar logado, criar um título e escrever as suas ideias. O utilizador pode ver tudo que foi postado e também interagir com outros posts.

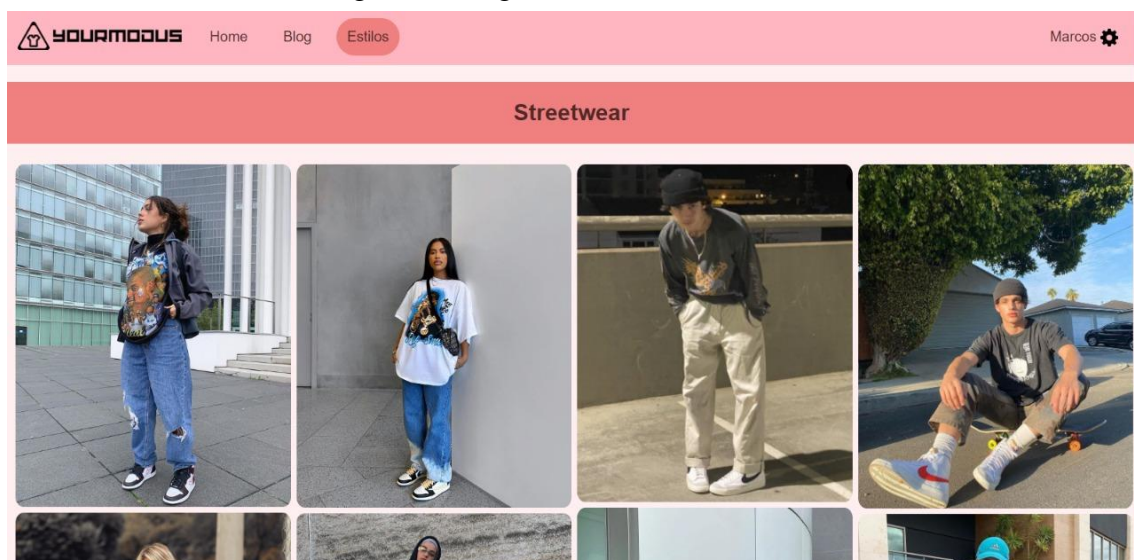
Figura 8 – Página de blog



Fonte: Imagem Autoral

A aba estilos é a principal do website, aonde o serviço gratuito e simplificado de consultoria de moda é aplicado. Basicamente o usuário escolhe o estilo no qual ele quer se inspirar para utilizar e várias opções irão aparecer na sua tela. Após analisar as opções o usuário irá clicar no look escolhido e irá aparecer ao lado da fotografia a descrição das roupas que o modelo está usando.

Figura 8 – Página de escolha de estilos



Fonte: Imagem Autoral

Por fim, vemos a parte de configurações do usuário. O utilizador se executar o seu login poderá ter acesso a essa aba, onde pode ser alterado o nome de usuário, o e-mail utilizado e também a senha. O usuário também pode sair da sua conta como uma forma de segurança, excluir a mesma ou entrar um uma conta nova.

Figura 9 – Configurações do Perfil

**Configurações do Perfil**  
altere seu usuario, email e senha

Usuário  
Marcos

E-Mail  
marcos@email.com

Senha  
\*\*\*\*\*

Alterar Sair da conta Excluir a conta Entrar em uma conta Criar uma conta

Fonte: Imagem Autoral



### **3.CONCLUSÃO**

Participar deste trabalho foi uma experiência única e enriquecedora para todos do grupo. Tivemos nossas habilidades exigidas ao extremo. Enfrentamos nossas limitações e aprendemos bastante, tanto no campo técnico, quanto no pessoal e social. Temos a certeza de que esse projeto será apenas o início de nossa jornada no mundo da programação e da responsabilidade social e esperamos ser capazes de inspirar outras pessoas a seguirem o mesmo caminho e desenvolverem Trabalhos de Conclusão de Curso voltados para o terceiro setor. Espera-se que os esforços, assim como os resultados, sejam reconhecidos e lembrados, não apenas pelos professores e alunos desta instituição, mas também por todas as pessoas com quem se travou contato durante as pesquisas para elaboração do nosso trabalho.

## REFERÊNCIAS

Site do Javascript: <https://www.javascript.com/>

Usabilidade em sites de moda:

[https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/241/1/TCC%202%20FINALIZADO\\_COMPLETO.pdf](https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/241/1/TCC%202%20FINALIZADO_COMPLETO.pdf)

Relevância da moda para a sociedade: <https://www.escola-panamericana.com.br/acontece/a-relevancia-da-moda-para-a-sociedade>

Catalytic clothing um vestido que purifica o ar:

<https://super.abril.com.br/coluna/planeta/catalytic-clothing-um-vestido-que-purifica-o-ar/>

Porque a moda é importante: [https://artsandculture.google.com/story/\\_QKS0J-OeT7HIA?hl=pt-BR](https://artsandculture.google.com/story/_QKS0J-OeT7HIA?hl=pt-BR)

1000 casacos: <https://culturesofresilience.org/1000-coats/>

Adobe Illustrator: <https://www.adobe.com/br/products/illustrator.html>

Canva: [https://www.canva.com/pt\\_br/](https://www.canva.com/pt_br/)

Biografia Whitney mcveigh:

<https://whitneymcveigh.com/about/?Auth=tllo562ne214r8khq19ucdqip1>

Colar de conchas do mar: [https://artsandculture.google.com/asset/cro-magnon-drilled-shell-beads-from-a-necklace/MAEpF\\_yQ7p7TRQ?hl=pt-BR](https://artsandculture.google.com/asset/cro-magnon-drilled-shell-beads-from-a-necklace/MAEpF_yQ7p7TRQ?hl=pt-BR)

O novo visual da moda: <https://artsandculture.google.com/story/zgWxFFe8u3EALQ>

Biografia Alison Moloney: <https://alisonmoloney.com/about/>

Fast format: <https://fastformat.co>

Histórias contadas pelo armário: <https://alisonmoloney.com/project/cabinet-stories/>

A importância da moda na psicologia: <https://clinicaplenamente.com.br/a-moda-e-a-psicologia-criando-identidade-com-conceitos-sustentaveis-maria-alice-fontes/#:~:text=As%20emo%C3%A7%C3%B5es%2C%20pensamentos%20e%20comportamentos,ligado%20%C3%A0%20forma%C3%A7%C3%A3o%20da%20autoestima.>

Efeitos do observador e do usuário nas atribuições associadas à cor da roupa:

[https://www.researchgate.net/publication/230796749\\_Distinguishing\\_Between\\_Perceiver\\_and\\_Wearer\\_Effects\\_in\\_Clothing\\_Color-Associated\\_Attributions](https://www.researchgate.net/publication/230796749_Distinguishing_Between_Perceiver_and_Wearer_Effects_in_Clothing_Color-Associated_Attributions)

W3schools: <https://www.w3schools.com/>

Reddit: <https://www.reddit.com/>

Github: <https://github.com/>

Pinterest: <https://br.pinterest.com/>