

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

WAGNER RISELLO BELUSSI

ALFAIATARIA DOUBLE FACE

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2015

WAGNER RISELLO BELUSSI

ALFAIATARIA *DOUBLE FACE*

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Apucarana, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo.

Orientador: Prof. Celso Tetsuro Suono
Co-Orientadora: Profa. Gabriela Martins de Camargo

APUCARANA

2015



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Apucarana
CODEM – Coordenação do Curso Superior de
Tecnologia em Design de Moda



TERMO DE APROVAÇÃO
Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 184
Alfaiataria *double face*
por

WAGNER RISELLO BELUSSI

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos vinte e sete dias do mês de novembro do ano de dois mil e quinze, às vinte e uma horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento de Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O candidato foi arguido pela banca examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a banca examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) CELSO TETSURO SUONO – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) ANDRESSA KAREN ROSSI – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) VALQUÍRIA APARECIDA DOS SANTOS RIBEIRO –
EXAMINADOR(A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

DEDICATÓRIAS

Quero agradecer, em primeiro lugar, a Deus que iluminou o meu caminho durante essa caminhada.

Dedico à minha mãe Ivete e minha nona Cesarina, que sempre acreditaram nos meus sonhos.

Ao meu irmão Leonardo e ao Alexandre, que sempre estiveram ao meu lado nos momentos difíceis.

Aos meus amigos de turma, pela jornada de alegrias e de superação durante o curso.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus em primeiro lugar...

Ao meu orientador, o mestre Celso, pela paciência, dedicação, incentivo, correções e por ter acreditado na minha proposta de projeto e a sabedoria que muito me auxiliou para a conclusão desse trabalho.

À professora Gabriela pela correta e paciente co-orientação.

À minha mãe Ivete e ao meu irmão Leonardo pelo apoio.

À Margareth Carmona, que foi um anjo que apareceu em minha vida, pela grande ajuda que me deu, pelos momentos de conversa e conselhos.

Ao Alexandre Coelho pela compreensão em todos os momentos difíceis. Se não fosse por seu incentivo e apoio jamais teria concluído o curso, pois nunca me deixou desistir e inúmeras vezes me socorreu financeiramente.

Não poderia esquecer as pessoas maravilhosas que Deus colocou em minha vida: Cinttia Karenn Silva, Wagner Rogerio, Luzemar Rossi, sempre vou levar vocês comigo. Só tenho a agradecer por todos os momentos que passamos juntos e pelas risadas que vocês me proporcionaram.

À minha amiga companheira de van por 3 anos Nathália Secco, que apesar de viver no seu mundo rosa, sempre me apoiou e sempre esteve ao meu lado quando eu precisava de alguém para conversar e desabafar.

Aos demais colegas de classe que compartilharam momentos de alegria e superação no decorrer do curso.

E a todos que, direta ou indiretamente, fizeram e fazem parte da minha formação, o meu muito obrigado.

Ainda que eu falasse
A língua dos homens
E falasse a língua dos anjos,
Sem amor eu nada seria (RUSSO, Renato, 1989)

RESUMO

BELUSSI, Wagner Risello. Alfaiataria *double face*. 2015. 283 f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso II) – Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2015.

Esse trabalho trata-se de um estudo sobre o desenvolvimento de vestuários de alfaiataria sob um novo ângulo de concepção. Esse olhar estabelece a construção de peças partindo da técnica *double face* – expressão utilizada para objetos ou produtos que podem ser vistos ou usados de ambos os lados. Para tanto, baseia-se em uma revisão de literatura em que são apresentados o histórico e alguns princípios sobre as técnicas da alfaiataria aplicadas na confecção de vestuários. Também são abordados os fundamentos e as particularidades do *double face* na materialização de produtos, em especial na área de moda. A investigação tem foco em uma abordagem qualitativa sobre um grupo de pessoas do gênero masculino com hábitos no consumo de roupas produzidas sob medida. Durante o processo de criação da coleção foram feitos estudos experimentais que identificaram diretrizes para a escolha das matérias-primas têxteis e dos procedimentos de modelagem e costura mais adequados para propiciar caimento e vestibilidade nas peças a serem desenvolvidas. Ainda nesse sentido, os estudos experimentais tiveram como intuito agregar maiores valores aos aspectos funcionais e estéticos dos vestuários da coleção proposta, de modo que os diferenciassem em relação aos produtos de alfaiataria existentes no mercado.

Palavras-chave: Alfaiataria. *Double Face*. Vestuário Esporte Fino.

ABSTRACT

BELUSSI, Wagner Risello. *Double face tailoring*. 2015. 283 p. Monograph (Completion Course Assignment II) – Course of Technology in Fashion Design, Federal Technological University of Parana. Apucarana, 2015.

This work deals with a study about the development of garments of tailoring under a new design angle. It establishes the construction of parts from the *double face* technique – expression used for objects or products which may be seen or used on both sides. To this end, is based on a review of literature that will be presented the history and some principles about tailoring techniques applied in the manufacturing of garments. Will also be addressed the fundamentals and the particularities of the *double face* on materialization of products, particularly in the area of fashion. The investigation has focused on a qualitative approach, about a group of people of the male gender with habits in consumption of clothes produced tailored. During the process of creating the collection they were made experimental studies to indentify guidelines to orient the choice of raw materials, textile and sewing and sewing and modelig procedures best suited to propitiate trim and wear ability in parts to be developed. In this sense, the still experimental studies will aim to add more values to the functional and aesthetic aspects of garments from the collection proposal so that differentiate in respect of tailoring products existing in the market.

Keywords: Tailoring. *Double Face*. Clothing Sport Thin.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Alfaiate do Renascimento	28
Figura 2 - O estilo <i>dândi</i> de Charles Baudelaire e Oscar Wilde	31
Figura 3 - Alfaiates em trabalho de confecção	32
Figura 4 - A individualidade do corpo masculino na roupa sob medida	34
Figura 5 - Estátua de Apolo de Belvedere.....	36
Figura 6 - Terno ou <i>costume</i>	40
Figura 7 - <i>Dimple</i> da gravata.....	49
Figura 8 - Nó Simples.....	49
Figura 9 - Nó Duplo	50
Figura 10 - Nó <i>Windsor</i>	50
Figura 11 - Nó <i>Semiwindsor</i>	50
Figura 12 - <i>Foulard</i> (Nó <i>Ascot</i>)	51
Figura 13 - <i>Plastron</i>	51
Figura 14 - Gravata Borboleta.....	52
Figura 15 - Técnica <i>double face</i> em vestuário feminino (casaco Y-dress?)	64
Figura 16 - Técnica <i>double face</i> em vestuário feminino (jaqueta Y-dress?).....	64
Figura 17 - Técnica <i>double face</i> em vestuário infantil (capa para bebê)	65
Figura 18 - Técnica <i>double face</i> em vestuário infantil (conjunto chinês)	65
Figura 19 - Técnica <i>double face</i> em vestuário masculino (jaqueta Nike)	66
Figura 20 - Técnica <i>double face</i> em vestuário masculino (jaqueta New Era).....	66
Figura 21 - Logomarca	85
Figura 22 - Produtos desenvolvidos pelos concorrentes indiretos	87
Figura 23 - Simulação da fachada e do <i>hall</i> interno do <i>atelier-loja</i>	88
Figura 24 - Simulação dos espaços internos do <i>atelier-loja</i>	88
Figura 25 - Propaganda em revista da W FACE	89

Figura 26 - Propaganda em <i>outdoor</i> da W FACE.....	90
Figura 27 - Embalagem - capa para terno completo	91
Figura 28 - Embalagem - sacola	92
Figura 29 - Embalagem - caixa para presente	93
Figura 30 - Embalagem - caixa-estojo para gravata.....	93
Figura 31 - <i>Tag</i>	94
Figura 32 - Cartão de visita	94
Figura 33 - Público alvo.....	95
Figura 34 - Macrotendências - Utopias Cotidianas.....	98
Figura 35 - Microtendências - <i>Past Modern</i>	99
Figura 36 - <i>Villa Savoye</i> - Le Corbusier, 1928.....	102
Figura 37 - Casa da Cascata (Wright) / Palácio do Planalto (Niemeyer).....	103
Figura 38 - Cobogós.....	103
Figura 39 - Cobogós aplicados em fachadas, ambientes internos e mobiliários.....	104
Figura 40 - Detalhes de texturas da natureza	105
Figura 41 - <i>Shapes</i>	106
Figura 42 - Painel semântico.....	109
Figura 43 - Cartela de cores.....	110
Figura 44 - Cartela de materiais - 1ª parte	111
Figura 45 - Cartela de materiais - 2ª parte	112
Figura 46 - Geração de alternativa - <i>look 01</i>	113
Figura 47 - Geração de alternativa - <i>look 02</i>	114
Figura 48 - Geração de alternativa - <i>look 03</i>	115
Figura 49 - Geração de alternativa - <i>look 04</i>	116
Figura 50 - Geração de alternativa - <i>look 05</i>	117
Figura 51 - Geração de alternativa - <i>look 06</i>	118
Figura 52 - Geração de alternativa - <i>look 07</i>	119

Figura 53 - Geração de alternativa - <i>look</i> 08	120
Figura 54 - Geração de alternativa - <i>look</i> 09	121
Figura 55 - Geração de alternativa - <i>look</i> 10	122
Figura 56 - Geração de alternativa - <i>look</i> 11	123
Figura 57 - Geração de alternativa - <i>look</i> 12	124
Figura 58 - Geração de alternativa - <i>look</i> 13	125
Figura 59 - Geração de alternativa - <i>look</i> 14	126
Figura 60 - Geração de alternativa - <i>look</i> 15	127
Figura 61 - Geração de alternativa - <i>look</i> 16	128
Figura 62 - Geração de alternativa - <i>look</i> 17	129
Figura 63 - Geração de alternativa - <i>look</i> 18	130
Figura 64 - Geração de alternativa - <i>look</i> 19	131
Figura 65 - Geração de alternativa - <i>look</i> 20	132
Figura 66 - Geração de alternativa - <i>look</i> 21	133
Figura 67 - Geração de alternativa - <i>look</i> 22	134
Figura 68 - Geração de alternativa - <i>look</i> 23	135
Figura 69 - Geração de alternativa - <i>look</i> 24	136
Figura 70 - Geração de alternativa - <i>look</i> 25	137
Figura 71 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (<i>blazer</i>) - página 01	151
Figura 72 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (<i>blazer</i>) - página 02	152
Figura 73 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (<i>blazer</i>) - página 03	153
Figura 74 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (camisa) - página 01	154
Figura 75 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (camisa) - página 02.....	155
Figura 76 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (camisa) - página 03.....	156
Figura 77 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (camisa) - página 04.....	157
Figura 78 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (bermuda) - página 01	158
Figura 79 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (bermuda) - página 02.....	159

Figura 80 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (bermuda) - página 03.....	160
Figura 81 - Ficha técnica - <i>look</i> 01 (bermuda) - página 04.....	161
Figura 82 - Ficha técnica - <i>look</i> 08 (camisa) - página 01.....	162
Figura 83 - Ficha técnica - <i>look</i> 08 (camisa) - página 02.....	163
Figura 84 - Ficha técnica - <i>look</i> 08 (camisa) - página 03.....	164
Figura 85 - Ficha técnica - <i>look</i> 08 (calça) - página 01.....	165
Figura 86 - Ficha técnica - <i>look</i> 08 (calça) - página 02.....	166
Figura 87 - Ficha técnica - <i>look</i> 08 (calça) - página 03.....	167
Figura 88 - Ficha técnica - <i>look</i> 08 (calça) - página 04.....	168
Figura 89 - Ficha técnica - <i>look</i> 10 (camisa) - página 01.....	169
Figura 90 - Ficha técnica - <i>look</i> 10 (camisa) - página 02.....	170
Figura 91 - Ficha técnica - <i>look</i> 10 (camisa) - página 03.....	171
Figura 92 - Ficha técnica - <i>look</i> 10 (camisa) - página 04.....	172
Figura 93 - Ficha técnica - <i>look</i> 10 (bermuda) - página 01.....	173
Figura 94 - Ficha técnica - <i>look</i> 10 (bermuda) - página 02.....	174
Figura 95 - Ficha técnica - <i>look</i> 10 (bermuda) - página 03.....	175
Figura 96 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (terno: <i>blazer</i>) - página 01.....	176
Figura 97 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (terno: <i>blazer</i>) - página 02.....	177
Figura 98 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (terno: <i>blazer</i>) - página 03.....	178
Figura 99 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (terno: <i>blazer</i>) - página 04.....	179
Figura 100 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (terno: calça) - página 01.....	180
Figura 101 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (terno: calça) - página 02.....	181
Figura 102 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (terno: calça) - página 03.....	182
Figura 103 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (terno: calça) - página 04.....	183
Figura 104 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (camisa) - página 01.....	184
Figura 105 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (camisa) - página 02.....	185
Figura 106 - Ficha técnica - <i>look</i> 12 (camisa) - página 03.....	186

Figura 107 - Ficha técnica - <i>look</i> 17 (camisa) - página 01.....	187
Figura 108 - Ficha técnica - <i>look</i> 17 (camisa) - página 02.....	188
Figura 109 - Ficha técnica - <i>look</i> 17 (camisa) - página 03.....	189
Figura 110 - Ficha técnica - <i>look</i> 17 (camisa) - página 04.....	190
Figura 111 - Ficha técnica - <i>look</i> 17 (calça-suspensório) - página 01	191
Figura 112 - Ficha técnica - <i>look</i> 17 (calça-suspensório) - página 02	192
Figura 113 - Ficha técnica - <i>look</i> 17 (calça-suspensório) - página 03	193
Figura 114 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (colete) - página 01	194
Figura 115 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (colete) - página 02	195
Figura 116 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (colete) - página 03	196
Figura 117 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (colete) - página 04	197
Figura 118 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (calça) - página 01.....	198
Figura 119 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (calça) - página 02.....	199
Figura 120 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (calça) - página 03.....	200
Figura 121 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (calça) - página 04.....	201
Figura 122 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (camisa) - página 01.....	202
Figura 123 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (camisa) - página 02.....	203
Figura 124 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (camisa) - página 03.....	204
Figura 125 - Ficha técnica - <i>look</i> 25 (camisa) - página 04.....	205
Figura 126 - Prancha visual - <i>look</i> 01 (1ª proposta)	206
Figura 127 - Prancha visual - <i>look</i> 01 (2ª proposta - <i>double face</i>).....	206
Figura 128 - Prancha visual - <i>look</i> 08 (1ª proposta)	207
Figura 129 - Prancha visual - <i>look</i> 08 (2ª proposta - <i>double face</i>).....	207
Figura 130 - Prancha visual - <i>look</i> 10 (1ª proposta)	208
Figura 131 - Prancha visual - <i>look</i> 10 (2ª proposta - <i>double face</i>).....	208
Figura 132 - Prancha visual - <i>look</i> 12 (1ª proposta)	209
Figura 133 - Prancha visual - <i>look</i> 12 (2ª proposta - <i>double face</i>).....	209

Figura 134 - Prancha visual - <i>look</i> 17 (1ª proposta)	210
Figura 135 - Prancha visual - <i>look</i> 17 (2ª proposta - <i>double face</i>).....	210
Figura 136 - Prancha visual - <i>look</i> 25 (1ª proposta)	211
Figura 137 - Prancha visual - <i>look</i> 25 (2ª proposta - <i>double face</i>).....	211
Figura 138 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 01 (1ª proposta)	212
Figura 139 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 01 (2ª proposta - <i>double face</i>)	212
Figura 140 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 08 (1ª proposta)	213
Figura 141 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 08 (2ª proposta - <i>double face</i>)	213
Figura 142 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 10 (1ª proposta)	214
Figura 143 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 10 (2ª proposta - <i>double face</i>)	214
Figura 144 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 12 (1ª proposta)	215
Figura 145 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 12 (2ª proposta - <i>double face</i>)	215
Figura 146 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 17 (1ª proposta)	216
Figura 147 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 17 (2ª proposta - <i>double face</i>)	216
Figura 148 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 25 (1ª proposta)	217
Figura 149 - Modelo confeccionado - <i>look</i> 25 (2ª proposta - <i>double face</i>)	217
Figura 150 - Site página/aba “Marca”	218
Figura 151 - Site página/aba “Sobre <i>Double Face</i> ”	219
Figura 152 - Site página/aba “Campanha”	220
Figura 153 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look</i> 01)	221
Figura 154 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look</i> 01 - <i>double face</i>).....	222
Figura 155 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look</i> 08)	223
Figura 156 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look</i> 08 - <i>double face</i>).....	224
Figura 157 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look</i> 10)	225
Figura 158 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look</i> 10 - <i>double face</i>).....	226
Figura 159 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look</i> 12)	227
Figura 160 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look</i> 12 - <i>double face</i>).....	228

Figura 161 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look 17</i>)	229
Figura 162 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look 17 - double face</i>).....	230
Figura 163 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look 25</i>)	231
Figura 164 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (<i>look 25 - double face</i>).....	232
Figura 165 - Site página/aba “E-Shop” (geral - produtos)	233
Figura 166 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 01)	234
Figura 167 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 02)	235
Figura 168 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 03)	236
Figura 169 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 04)	237
Figura 170 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 05)	238
Figura 171 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 06)	239
Figura 172 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 07)	240
Figura 173 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 08)	241
Figura 174 - Site página/aba “Blog/Notícias”	242
Figura 175 - Site página/aba “Onde Encontrar”	243
Figura 176 - Site página/aba “Fale Conosco”	244
Figura 177 - Site página/aba “Trabalhe Conosco”	245
Figura 178 - Catálogo impresso - capa e contracapa.....	246
Figura 179 - Catálogo impresso - páginas 2 e 3.....	246
Figura 180 - Catálogo impresso - páginas 4 e 5.....	247
Figura 181 - Catálogo impresso - páginas 6 e 7.....	247
Figura 182 - Catálogo impresso - páginas 8 e 9.....	248
Figura 183 - Catálogo impresso - páginas 10 e 11.....	248
Figura 184 - Catálogo impresso - páginas 12 e 13.....	249
Figura 185 - Catálogo impresso - páginas 14 e 15.....	249
Figura 186 - Catálogo impresso - páginas 16 e 17.....	250
Figura 187 - Catálogo impresso - páginas 18 e 19.....	250

Figura 188 - <i>Make-up e hair</i>	251
Figura 189 - Sequência da 1ª entrada dos <i>looks</i> para desfile	256
Figura 190 - Sequência da 2ª entrada dos <i>looks</i> para desfile (<i>double face</i>)	257
Figura 191 - Modelos contratados para desfile	258
Figura 192 - Modelos do desfile (Junior Garcia e José Henrique Claus)	258
Figura 193 - <i>Look 01</i> - frente, perfil e costas	259
Figura 194 - <i>Look 01 (double face)</i> - frente, perfil e costas	259
Figura 195 - <i>Look 08</i> - frente, perfil e costas	260
Figura 196 - <i>Look 08 (double face)</i> - frente, perfil e costas	260
Figura 197 - <i>Look 10</i> - frente, perfil e costas	261
Figura 198 - <i>Look 10 (double face)</i> - frente, perfil e costas	261
Figura 199 - <i>Look 12</i> - frente, perfil e costas	262
Figura 200 - <i>Look 12 (double face)</i> - frente, perfil e costas	262
Figura 201 - <i>Look 17</i> - frente, perfil e costas	263
Figura 202 - <i>Look 17 (double face)</i> - frente, perfil e costas	263
Figura 203 - <i>Look 25</i> - frente, perfil e costas	264
Figura 204 - <i>Look 25 (double face)</i> - frente, perfil e costas	264
Figura 205 - <i>Look 10</i> (esquerda) e <i>look 01</i> (direita)	265
Figura 206 - <i>Look 08</i> (esquerda) e <i>look 25</i> (direita)	265
Figura 207 - <i>Look 17</i> (esquerda) e <i>look 12</i> (direita)	266
Figura 208 - <i>Look 10</i> (esquerda) e <i>look 01</i> (direita) - <i>double face</i>	266
Figura 209 - <i>Look 08</i> (esquerda) e <i>look 17</i> (direita) - <i>double face</i>	267
Figura 210 - <i>Look 12</i> (esquerda) e <i>look 25</i> (direita) - <i>double face</i>	267
Figura 211 - Modelos posicionados em frente à banca examinadora	268
Figura 212 - Explicações dos <i>looks</i> apresentados pelo autor do projeto	268
Figura 213 - Autor do projeto e modelos em frente à banca examinadora.....	269
Figura 214 - Autor do projeto (centro) com modelos do desfile.....	269

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Resultados da 1ª pergunta do questionário	72
Gráfico 2 - Resultados da 2ª pergunta do questionário	73
Gráfico 3 - Resultados da 3ª pergunta do questionário	74
Gráfico 4 - Resultados da 4ª pergunta do questionário	75
Gráfico 5 - Resultados da 5ª pergunta do questionário	76
Gráfico 6 - Resultados da 6ª pergunta do questionário	77
Gráfico 7 - Resultados da 7ª pergunta do questionário	78
Gráfico 8 - Resultados da 8ª pergunta do questionário	79
Gráfico 9 - Resultados da 9ª pergunta do questionário	80
Gráfico 10 - Resultados da 10ª pergunta do questionário	81
Gráfico 11 - Resultados da 11ª pergunta do questionário	82
Gráfico 12 - Resultados da 12ª pergunta do questionário	83

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Cronograma das Etapas do Trabalho de Conclusão de Curso	70
Tabela 2 - <i>Mix</i> da Coleção.....	108

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Biotipos masculinos.....	37
Quadro 2 - Tipos de tecidos para ternos	41
Quadro 3 - Tipos de padronagens para ternos.....	42
Quadro 4 - Tipos de lapelas para ternos	43
Quadro 5 - Tipos de pontas de lapelas para ternos	43
Quadro 6 - Tipos de abotoamentos para ternos.....	44
Quadro 7 - Tipos de bolsos para ternos	45
Quadro 8 - Tipos de fendas para ternos.....	45
Quadro 9 - Tipos de detalhes para camisas.....	46
Quadro 10 - Tipos de colarinhos para camisas	47
Quadro 11 - Tipos de punhos.....	48
Quadro 12 - Tipos de detalhes para calças.....	53
Quadro 13 - Tipos de pregas para calças	53
Quadro 14 - Tipos de bolsos para calças	54
Quadro 15 - Tipos de modelagens para calças.....	55
Quadro 16 - Tipos de estruturas para <i>blazers</i>	56
Quadro 17 - Tipos de detalhes para <i>blazers</i>	57
Quadro 18 - Tipos de bolsos e botões para <i>blazers</i>	58
Quadro 19 - Tipos de trajes para festas	59
Quadro 20 - Tipos de lapelas para trajes de festas.....	60
Quadro 21 - Tipos de detalhes para trajes de festas.....	60
Quadro 22 - Tipos de trajes para casamentos	61
Quadro 23 - Tipos de coletes para trajes de casamentos	62
Quadro 24 - Classificação das empresas - receita bruta anual	84
Quadro 25 - Classificação das empresas - número de empregados.....	85

Quadro 26 - Análise justificada do <i>look</i> 01	138
Quadro 27 - Análise justificada do <i>look</i> 02	139
Quadro 28 - Análise justificada do <i>look</i> 04	140
Quadro 29 - Análise justificada do <i>look</i> 08	141
Quadro 30 - Análise justificada do <i>look</i> 10	142
Quadro 31 - Análise justificada do <i>look</i> 11	143
Quadro 32 - Análise justificada do <i>look</i> 12	144
Quadro 33 - Análise justificada do <i>look</i> 16	145
Quadro 34 - Análise justificada do <i>look</i> 17	146
Quadro 35 - Análise justificada do <i>look</i> 19	147
Quadro 36 - Análise justificada do <i>look</i> 21	148
Quadro 37 - Análise justificada do <i>look</i> 23	149
Quadro 38 - Análise justificada do <i>look</i> 25	150
Quadro 39 - <i>Casting</i> de modelos para desfile	252

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	23
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	23
1.2 OBJETIVOS	24
1.2.1 Objetivo Geral	24
1.2.2 Objetivos Específicos	24
1.3 JUSTIFICATIVA	25
1.4 HIPÓTESE	25
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	27
2.1 A ALFAIATARIA E SUA HISTÓRIA	27
2.2 A INDIVIDUALIDADE DO CORPO MASCULINO	32
2.3 DIFERENTES TIPOS DE CORPOS	35
2.4 O VESTUÁRIO DO HOMEM CONTEMPORÂNEO	38
2.5 CARACTERÍSTICAS DOS TRAJES DE ALFAIATARIA.....	39
2.5.1 Ternos	40
2.5.2 Camisas	46
2.5.3 Gravatas.....	48
2.5.4 Calças	52
2.5.5 Blazers	56
2.5.6 Trajes de Festas e Casamentos.....	59
2.6 A TÉCNICA <i>DOUBLE FACE</i> INCORPORADA À MODA	62
3 METODOLOGIA.....	68
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	68
3.2 INSTRUMENTOS PARA COLETA DE DADOS	68
3.3 DELIMITAÇÃO DOS OBJETOS DE ESTUDO	69
3.4 CRONOGRAMA DE TRABALHO.....	70
3.5 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA	70
3.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS	72
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	84
4.1 EMPRESA.....	84
4.1.1 Nome da Empresa	84
4.1.2 Porte.....	84
4.1.3 Marca	85
4.1.4 Conceito da Marca	86
4.1.5 Segmento	86
4.1.6 Distribuição.....	86
4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)	86
4.1.8 Sistema de Vendas	87
4.1.9 Ponto de Vendas.....	88
4.1.10 Preços Praticados	89
4.1.11 Marketing.....	89
4.1.12 Promoção	90
4.1.13 Planejamento Visual e Embalagem.....	91
4.2 PÚBLICO ALVO	95
4.2.1 Perfil do Consumidor	96
4.3 PESQUISAS DE TENDÊNCIAS.....	97
4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)	97
4.3.2 Microtendências (Estéticas)	98

4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	100
4.4.1 Delimitação Projetual.....	100
4.4.2 Especificações do Projeto	100
4.4.2.1 Conceito da coleção	100
4.4.2.2 Nome da coleção	101
4.4.2.3 Referências da coleção	101
4.4.2.4 Cores.....	105
4.4.2.5 Materiais.....	105
4.4.2.6 Formas e estruturas (<i>shapes</i>)	106
4.4.2.7 Tecnologias	107
4.4.2.8 <i>Mix</i> da coleção	108
4.5 PAINEL SEMÂNTICO	109
4.6 CARTELA DE CORES	110
4.7 CARTELA DE MATERIAIS.....	111
4.8 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS	113
4.9 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS.....	138
4.10 FICHAS TÉCNICAS	151
4.11 PRANCHAS DOS LOOKS	206
4.12 LOOKS CONFECCIONADOS	212
5 DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)	218
6 CATÁLOGO IMPRESSO.....	246
7 PLANEJAMENTO DO DESFILE	251
7.1 MAKE-UP E HAIR.....	251
7.2 CASTING – MODELOS PARA DESFILE	252
7.3 STYLING.....	253
7.4 TRILHA SONORA	253
7.5 SEQUÊNCIA DE ENTRADA PARA DESFILE.....	256
8 DESFILE	258
8.1 BASTIDORES E LOOKBOOK.....	258
8.2 DESFILE – 1ª ENTRADA	265
8.3 DESFILE – 2ª ENTRADA	266
8.4 ARGUMENTAÇÃO PARA BANCA EXAMINADORA	268
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	270
APÊNDICE A – ENTREVISTA ESTRUTURADA COM ALFAIATE “01”	278
APÊNDICE B – ENTREVISTA ESTRUTURADA COM ALFAIATE “02”	279
APÊNDICE C – ENTREVISTA ESTRUTURADA COM ALFAIATE “03”	280
APÊNDICE D – ENTREVISTA ESTRUTURADA COM ALFAIATE “04”	281
APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO APLICADO PARA PÚBLICO ALVO	282

1 INTRODUÇÃO

A alfaiataria é uma arte secular que teve início no começo do Romantismo e é considerada como uma técnica de construção do vestuário que valoriza o corte da roupa e a aplicação dos tecidos para resultar em um traje perfeito.

Em virtude de serem produtos direcionados para ocasiões mais especiais, estruturas de roupas como ternos, *blazers* e camisas sociais acabam tendo um custo mais elevado quando comparado aos vestuários de outros segmentos. Esse custo se torna mais alto ainda quando o consumidor tem como hábito adquirir roupas sociais junto a um alfaiate.

Dentre os diversos recursos que podem ser aplicados na construção de um vestuário, o *double face* é uma das técnicas que proporciona a utilização da mesma peça em ambos os lados, promovendo assim um melhor aproveitamento do produto pelo usuário. Mesmo sendo uma técnica presente em produtos oferecidos por algumas empresas, nota-se ainda que essa técnica é pouco aplicada no segmento de alfaiataria.

Considerando que o custo de trajes sociais normalmente exige um investimento maior na sua compra, observa-se que o uso do *double face* para produtos de alfaiataria pode propiciar um custo-benefício para o cliente, já que ele pode tirar maior aproveitamento do uso das peças.

Com base nesse contexto, a proposta desse trabalho visa a aplicação da técnica *double face* em vestuários de alfaiataria direcionado ao público masculino, trazendo como proposta de inovação o uso desse sistema construtivo para esse tipo de produto.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Como desenvolver peças de alfaiataria com uma concepção mais versátil de uso, de modo que os vestuários possam ser utilizados em ocasiões de

trabalho, lazer com os amigos e eventos sociais sem dar a impressão de estar sempre com as mesmas roupas?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma coleção de vestuários aplicando as técnicas de alfaiataria para o público do gênero masculino, que tem como hábito de consumo adquirir roupas feitas sob medida.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Fazer levantamento bibliográfico sobre o tema proposto (alfaiataria).
- Entrar em contato com profissionais da alfaiataria e identificar suas metodologias de trabalho.
- Observar as técnicas e os procedimentos utilizados pelos alfaiates na construção de roupas.
- Selecionar materiais têxteis e procedimentos de modelagem, de costura e de acabamentos para a concepção e a materialização de roupas que possam ser usadas de ambos os lados (direito e avesso).
- Fazer levantamento de campo junto ao público alvo para identificar aspectos que contribuam no direcionamento mercadológico e no desenvolvimento da coleção.

1.3 JUSTIFICATIVA

Em virtude de serem produtos direcionados para ocasiões mais formais – como casamentos e formaturas – estruturas de roupas como *blazers*, ternos e camisas sociais acabam tendo um custo mais elevado quando comparado aos vestuários de outros segmentos de mercado.

Esse custo torna-se ainda mais elevado quando o consumidor possui como hábito adquirir esse tipo de produto junto a um alfaiate. Muitas vezes esse fato acontece, já que muitos clientes dão preferência por comprar suas roupas com um profissional que tenha o cuidado de fazê-las sob medida, para que o caimento e a vestibilidade das peças estejam impecáveis sobre o corpo.

De modo geral, as roupas sociais acabam por possuir uma intensidade menor de uso, já que elas são mais utilizadas em eventos específicos. Por outro lado, ao considerar o alto custo de compra de produtos desse tipo, é importante que o designer reflita quanto à questão em se dar um aproveitamento melhor para esses vestuários.

Geralmente, o público que costuma adquirir esse produto é constituído por empresários, advogados, médicos, religiosos, professores de nível superior e políticos, que estão sempre buscando peças inovadoras, exclusivas e com caimento perfeito.

Dessa forma, esse estudo se justifica tendo como propósito a busca por alternativas no desenvolvimento de produtos de alfaiataria que proporcionem o uso mais constante dessas roupas pelo homem contemporâneo e que compense o investimento financeiro aplicado por esses consumidores que prezam pela compra de roupas feitas sob medida.

1.4 HIPÓTESE

Esse trabalho parte do pressuposto de que a aplicação da técnica *double face* nos produtos de alfaiataria pode propiciar o desenvolvimento de vestuários formais com uma ótica mais versátil, oferecendo maiores opções de uso

dessas peças aos consumidores que possuem como hábito comprar roupas feitas sob medida.

Além disso, a utilização da técnica *double face* em vestuários de alfaiataria direcionado para o público masculino, pode atribuir ainda uma inovação para esse tipo de produto, uma vez que poucos alfaiates inserem esse conceito de uso nas peças.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A ALFAIATARIA E SUA HISTÓRIA

A alfaiataria, marcada pelas eras douradas antes do *prêt-à-porter*¹, revela uma arte precisa entre corte e costura. Etimologicamente, o conhecimento e a arte de alfaiataria significa o ato de cortar e coser tecido. Em português tem origem no vocábulo árabe *alkhayyát*, do verbo *khátal*, que significa coser ou costurar, sendo desenvolvida de forma lenta e gradual na Europa entre os séculos XII e XIV. (MACHADO, 2013).

Durante a Idade Média, a roupa em geral encontrava-se associada ao ato de esconder o corpo, possuindo uma relação puramente funcional e de pudor, ou seja, a roupa deveria ocultar o corpo que estava relacionado à ideia de pecado original. Essa ideia proclamava a pessoa cindida em duas: “corpo e alma” e “profano e sagrado” em um único ser.

O período da Renascença trouxe como destaque as formas e os volumes do corpo humano (Figura 1). De acordo com Hall (2006), nessa época a concepção era a de revelar o corpo e não mais escondê-lo. A roupa larga se transformou junto às concepções históricas, ou seja, aquele que foi o uniforme padrão de todo o período medieval, tão facilmente construído de uma ou duas peças de tecido, foi encurtado e apertado, eventualmente cortado, montado e cosido, na tentativa de dar destaque aos contornos do corpo humano.

¹ Conforme Zanettini (2011), esse método surgiu para aperfeiçoar o setor industrial. Assim, “no final da década de 1940, o empresário J. C Weill desenvolveu, na França, um novo sistema de manufatura. Intitulado por *prêt-à-porter*, o método consistia na produção do vestuário baseada nas fórmulas norte-americanas de fabricação em série. Sua terminologia é uma derivação do francês “*prêt*” (pronto) e “*à-porter*” (para usar)”.



Figura 1 - Alfaiate do Renascimento
Fonte: Los Moderninhos (2014).

Para Hall (2006), o Iluminismo influenciou grandemente nessa relação de redescoberta corporal, pois a pessoa era entendida enquanto indivíduo totalmente focado na racionalidade, consciência e ação.

Para alguns estudiosos, esse fenômeno pode ser considerado como o ápice do nascimento da alfaiataria e, também, da moda propriamente dita. Segundo Longhi (2007, p. 10), a alfaiataria constitui em “uma técnica secular de modelagem e confecção de roupas sob medida, que prima pelo caimento perfeito e acabamento primoroso”.

A partir daí uma nova dimensão passou a existir para a construção das roupas: caimento e perfeição, ou seja, uma dimensão de moda. Se no começo dos tempos o homem se vestia para cobrir e proteger o corpo, o período da Renascença trouxe para o homem o princípio de se cobrir o corpo para salientar suas indumentárias e o seu *status* na sociedade.

Antes desse foco de valor mais estético, a preocupação maior com relação às roupas estava ligada com as mudanças climáticas e com o ambiente em que se vivia. Com a nova constituição da sociedade moderna na Era Industrial, em que se havia uma estrutura mais urbana e técnica, o tecido que o homem vestia definia o seu *status* social, ou seja, os guarda-roupas dos burgueses faziam parte dos bens da família, o que imprimia para esses indivíduos uma relação de roupa e poder. (MACHADO, 2013).

Nessa época, o tecido era produzido pelo tecelão, que trabalhava juntamente com o fazendeiro e, posteriormente, repassava o artigo diretamente para as mãos da dona-de-casa, sendo essa forma de produção caracterizada como autossuficiente e de subsistência. A roupa feita pelo processo artesanal revelava o alto poder aquisitivo que as pessoas tinham, uma vez que somente os mais abastados, financeiramente, podiam comprar roupas feitas pelas mãos de outras pessoas. Como isso era privilégio para poucos, possuir uma roupa feita sob medida era vista como uma forma de luxo. (MACHADO, 2013).

Depois do Renascimento – com a preocupação do homem concentrada em mostrar as formas do corpo – passou-se a dar um valor maior para o corte e o tecido utilizado na construção do vestuário. A partir daí, não era mais qualquer um que conseguia confeccionar sua própria peça de roupa com caimento perfeito, pois para isso, seria necessário que se tivesse conhecimentos técnicos e adquiridos sobre as particularidades da estrutura do corpo e de suas dimensões. Nessa relação pela harmonia entre corpo e tecido para a construção do vestuário, o papel do alfaiate cresceu – papel esse que outrora estava no mesmo grau de importância que a de um tecelão. (PAIVA, 2012).

Além disso, o alfaiate precisava ter conhecimento de todo o processo produtivo do tecido antes mesmo da confecção da roupa – um requisito que ainda se espera hoje de todo profissional formado na área de moda. Para tanto, ele deveria saber quais ovelhas criar para conseguir a lã certa para direcionar ao tecelão.

O alfaiate também era um profissional que tinha contato direto com a maioria de seus clientes. Consequentemente, isso fazia com que ele estivesse presente nos principais círculos sociais, que eram restritos e invejados por outros comerciantes. (MACHADO, 2013).

Acima de tudo, uma das qualidades do alfaiate na época era saber ler – fato esse que o colocava em um patamar acima de outros comerciantes – e que

fazia com que ele estivesse mais perto da corte. Com isso, vinham grandes responsabilidades, pois o trabalho de um alfaiate deveria ser preciso, não se permitindo erros durante a sua execução. Caso a confecção de uma peça saísse errada, o alfaiate teria que pagar multas equivalentes a dez dias de trabalho e a peça poderia ser confiscada. (MACHADO, 2013).

Com a ascensão de Luís XIV – o Rei Sol – a França tornou-se o centro da moda, pois era lá que tudo acontecia. A corte apresentava as primeiras passarelas e, assim como o rei, a elite passou a ostentar toda a sua riqueza nas roupas que usavam. Brocados, dourados, bordados e pedrarias tomavam conta das vestimentas. Com exceção da Inglaterra, tudo que se vestia lá era copiado no resto do mundo, assim como o rei. (MACHADO, 2013).

Por motivos políticos, a moda do Rei Sol não pegou tão forte na sociedade britânica. Na verdade, tudo o que eles queriam era exatamente se distinguir da corte britânica. Na transição dos séculos XVII para o XVIII surgiu a Revolução Industrial. A partir daí o foco se voltou para um grupo boêmio londrino que, como uma forma de rebeldia, havia trocado as perucas brancas pelo cabelo cortado e os brocados e veludos por tons sóbrios de lã. (MACHADO, 2013).

Foi nessa época que surgiram os *dândis*, trazendo para a alfaiataria a concepção e a ideia da estrutura do “terno e gravata” como é conhecida nos dias de hoje. Esse fenômeno foi o ponto de partida para Londres virar uma referência em alfaiataria e a tão famosa Savile Row², conhecida até hoje por suas legendárias alfaiatarias, virou um símbolo de moda britânica. Assim, o homem moderno havia surgido e o alfaiate tornou-se seu maior aliado.

Os *dândis*³ constituem-se no melhor exemplo do que se poderia pensar sobre cavalheiros, no sentido mais inglês da palavra. Eles eram cultos e bem-educados, associados ao bom gosto, o que impressionava as pessoas à sua volta. Seus gostos estéticos os conduziam à ascensão, à elegância e, ao mesmo tempo, à decadência, exatamente pelo alto investimento para manter seus *status*. Oscar Wilde e Charles Baudelaire representaram muito bem o que era ser um *dândi* e

² “Savile Row é uma rua em Mayfair, Londres, que é basicamente sinônimo de alfaiataria sob medida. A rua, bem como os arredores, está repleta de lojas de alfaiate. Como Little Italy, em Nova York, Savile Row tornou-se um refúgio para muitas pessoas com o mesmo interesse: alfaiataria [...]” (O CENTRO DE ALFAIATARIA SOB MEDIDA NO MUNDO SAVILLE ROW, 2014).

³ Segundo Laver (2001 apud OLIVEIRA, 2011, p. 2 e 3), os *dândis* eram “homens de extrema elegância, que davam prioridade às cores primárias (amarelo, vermelho, azul), ao preto e ao branco. Era comum vê-los utilizando coletes e calções de cores diferentes”.

encheram os bolsos dos alfaiates da época (Figura 2). O estilo clã é lembrado e imitado até os dias de hoje. (MACHADO, 2013).

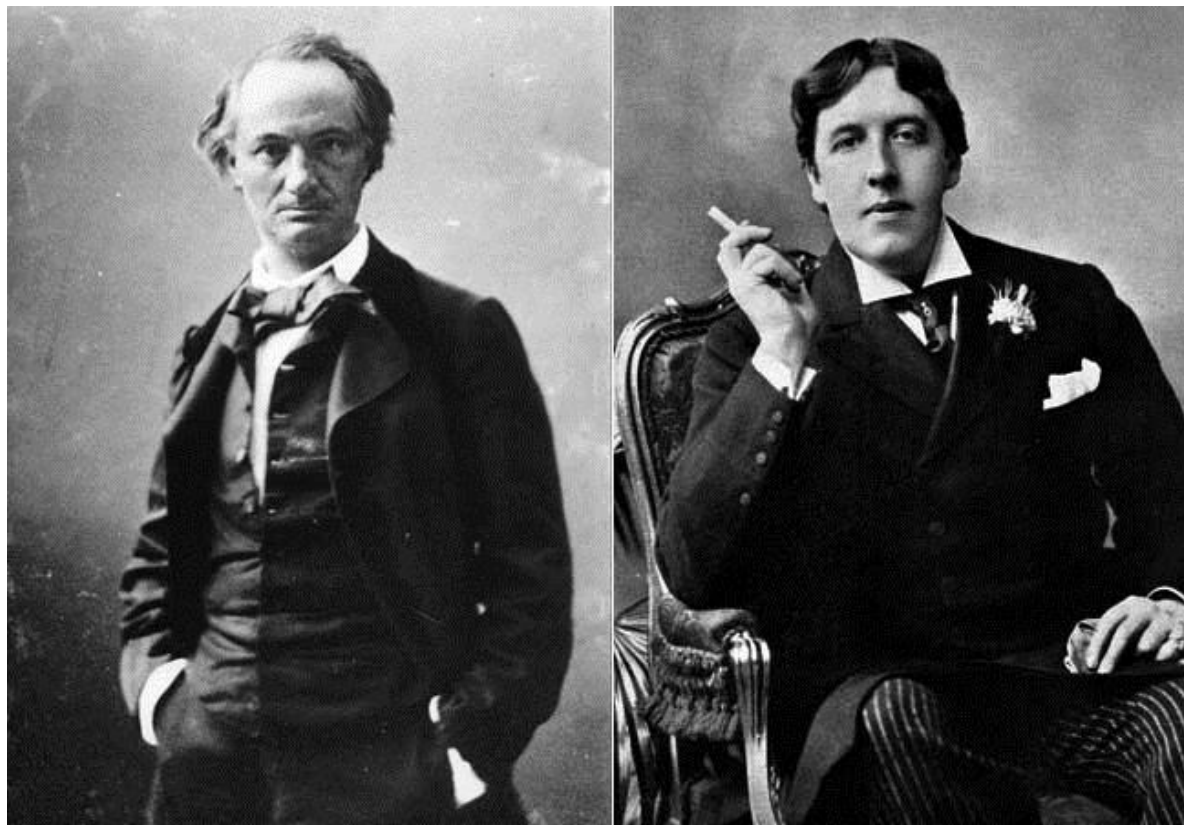


Figura 2 - O estilo *dândi* de Charles Baudelaire e Oscar Wilde
Fontes: Gênios, Filósofos e Espiritualistas do Mundo (2014) / Wikimedia Commons (2014).

No Brasil, os primeiros alfaiates chegaram com a corte portuguesa e foram passando seus conhecimentos por gerações. A profissão era uma das mais exercidas pelos comerciantes (Figura 3). A Conjuração Baiana – movimento a favor da proclamação da República e da diminuição dos impostos – também ficou conhecida como a Revolta dos Alfaiates. (MACHADO, 2013).

O principal líder da Conjuração Baiana, também chamada de Revolta dos Alfaiates, foi Cipriano Barata. O movimento se caracterizou por ser o mais amplo e democrático que existiu no Brasil colonial, junto com Cipriano estavam pessoas dos mais diversos setores sociais, com a participação inclusive de mulheres negras. (JUNIOR, 2009).



Figura 3 - Alfaiates em trabalho de confecção
Fonte: Los Moderninhos (2014).

Atualmente, a alfaiataria voltou a ter a exclusividade que tinha quando de seu início histórico. Poucos homens investem em peças sob medida feitas por alfaiates, mas aqueles que o fazem ou se rendem a elas, dificilmente voltam a comprar um terno fabricado em escala industrial.

2.2 A INDIVIDUALIDADE DO CORPO MASCULINO

Conforme Barthes (2005), se o universo da moda permite ao homem uma distinção entre si – o que conduz a uma disputa por símbolos e *status* – as ruas seriam os ringues e as luvas para a luta a própria indumentária, tendo por treinador o alfaiate. No passado, os alfaiates com larga experiência observavam as pessoas e as dividiam em tipos distintos segundo seus corpos, adequando-as conforme algumas regras de proporção.

Embora o profissional alfaiate exercesse a sua criatividade na elaboração do traje, este se atinha as exigências do cliente respeitando o gosto pessoal do mesmo, mas também, mantendo os preceitos de elegância vigentes na sociedade a qual pertencia. (LONGHI, 2007, p. 23).

Le Breton (2011) afirma que inexistiu unanimidade sobre uma teoria do corpo, uma vez que ele não se constitui como objeto fixo e imutável, mas como algo que oscila na constante busca de seu próprio corpo perdido. No entanto, é possível inferir a ideia de que o corpo ocidental é descoberto e possui uma ordem envolta em uma áurea midiática e a novidade dá sequência ao seu curso.

O dualismo contemporâneo opõe o homem ao seu corpo. As aventuras modernas do homem e de seu duplo fizeram do corpo uma espécie de *alter ego*. Lugar privilegiado do bem-estar (a forma), do bem-parecer (as formas, *body-building*, cosméticos, dietéticas, etc) [...]. (LE BRETON, 2011, p. 10).

De acordo com Le Breton (2011, p. 18), esse corpo moderno se constitui como construção simbólica, não como realidade em si, e suas escolhas é que darão sentido, mesmo que paradoxal, contraditório e efêmero de uma sociedade à outra.

Assim é também a masculinidade, ou seja, uma relação simbólica de construção cultural ocidental. O patriarcado firmou as características do que seria o “homem”, associando o que é cultural ao biológico, resultando em um modelo ideal, crível e estigmatizado, o que só foi repensado com o advento do feminismo, repensando os sexos e os gêneros.

Essa masculinidade, que outrora se valia da indumentária para marcar socialmente as pessoas – assim como o Rei Sol – se modificou e despiu o homem da suntuosidade ao longo dos séculos, mas não do desejo, da vontade e da cultura de estar bem vestido. (LAVÉRE, 1989).

De acordo com Laver (1989, p. 62), a segunda metade do século XIV representou o marco em que as roupas – tanto masculinas quanto femininas – “adquiriram novas formas”, com o surgimento de algo que já poderia se chamar de “moda”. Basicamente, esse conceito que surgiu durante esse período está ligado hoje aos paradigmas estéticos que as pessoas assimilam para estar ou não na moda.

A moda se caracteriza pela imposição de um padrão estético a ser adotado pelo usuário, em vista de sua adequação ao modo vigente. Nada mais desagradável para o indivíduo do que ficar “fora de moda”, pois tal fato o

exclui, de certa maneira, do círculo do sucesso e da aceitação social. (NUNES, 2014, p. 49).

Nos anos de 1980, a sensualidade presente e reforçada da masculinidade, por intermédio da mídia, influenciou decisivamente na construção de novos perfis de masculinidade, quebrando o paradigma de homem “macho”. Por outro lado, a relação com a moda e a elegância não o destituiu de sua masculinidade, mas sim, o evidenciou mais dentro da sociedade. (LE BRETON, 2011).

Em geral, a roupa feita sob medida evidencia o corpo masculino para marcar uma diferença em relação aos demais homens, ou seja, uma individualidade que distingue os valores que o indivíduo possui (Figura 4).



Figura 4 - A individualidade do corpo masculino na roupa sob medida
Fonte: Jamais Vulgaire (2015).

O corpo como elemento isolável do homem, ao qual empresta seu corpo, não é pensável senão nas estruturas sociais de tipo individualista, nas quais os homens estão separados uns dos outros, relativamente autônomos em suas iniciativas, sem seus valores. O corpo funciona à maneira de um marco de fronteira para delimitar perante os outros a presença do sujeito. Ele é o fator de individuação. (LE BRETON, 2011, p. 32).

A relação da indumentária com a alfaiataria é intrínseca, assim como a individualidade e a roupa. No entanto, a profissão diminuiu seu contingente por conta da massificação, do *prêt-à-porter*, mas mesmo com essa lógica de produção em larga escala, existem aqueles que querem marcar sua individualidade, fazendo uso de roupas feitas sob medida e com exclusividade.

2.3 DIFERENTES TIPOS DE CORPOS

Um dos aspectos que leva o homem a optar pela escolha de uma roupa sob medida está relacionado na sua insatisfação no que diz respeito aos vestuários encontrados no mercado. É importante salientar que nem todo indivíduo possui a estrutura de um corpo perfeito nos moldes do padrão de beleza do cânone grego, representado pela figura heróica da estátua de Apolo de Belvedere, esculpida por Leocares (Figura 5).

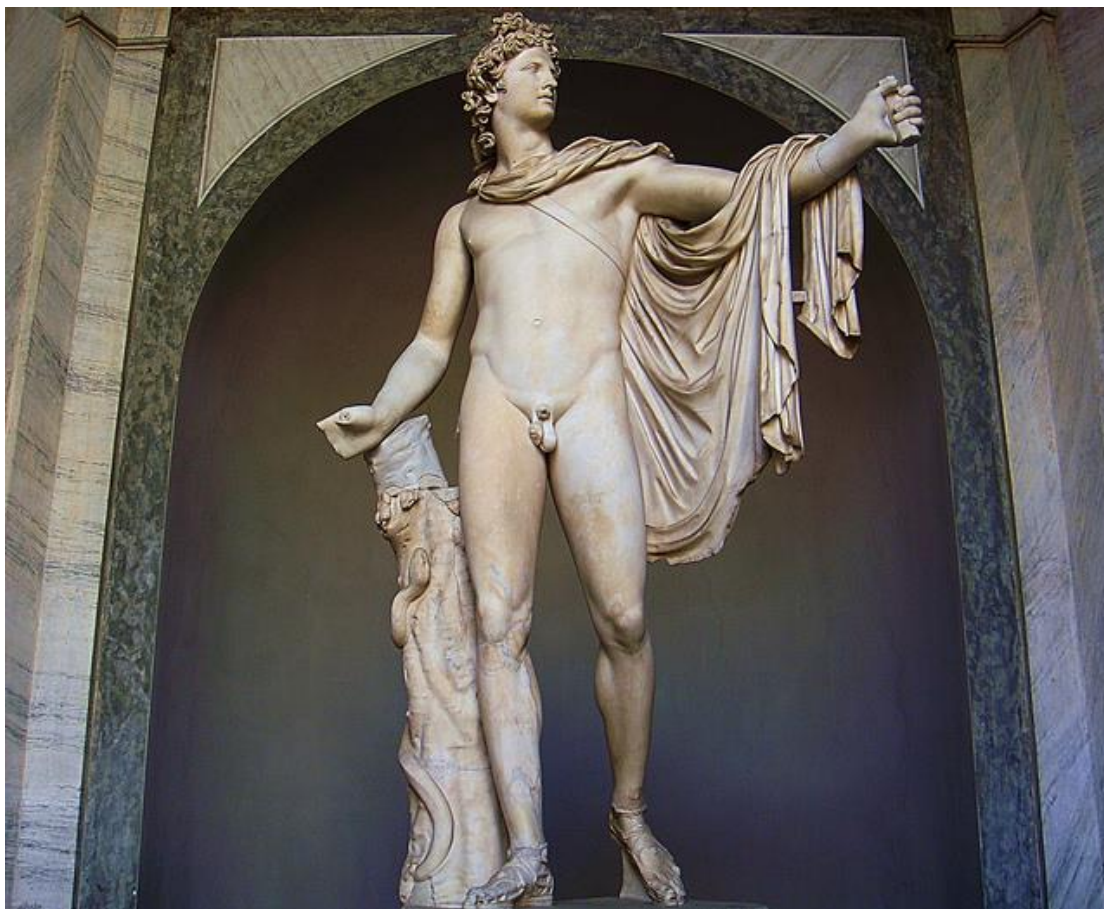






Figura 5 - Estátua de Apolo de Belvedere
Fonte: Flickr (2015).

Muitas pessoas que procuram os serviços de um bom alfaiate acreditam que roupas feitas sob medida podem auxiliar no disfarce de algumas características físicas, por meio do uso de peças que tenham um bom caimento e uma vestibilidade adequada nos parâmetros dos seus corpos.

Com relação a isso, Mello (2011) relaciona algumas sugestões quanto aos cuidados que o homem deve ter na escolha das peças do seu guarda-roupa de acordo com o seu biotipo.

Alto	Baixo	Acima do Peso	Magro c/ Barriga
			
<p>Ternos: Abotoamentos altos, de três botões e lapelas mais largas.</p> <p>Padrões: Quadriculados como o <i>window pane</i> e os texturizados para criar mais volume</p> <p>Camisas: Com bolsos e recortes na altura do peito.</p> <p>Colarinhos: Do tipo italiano, mais abertos e curtos. Evitar os colarinhos ingleses (pontudos).</p> <p>Calças: Com pregas ou de modelagem ajustada com volume. Evitar os modelos de boca mais afunilada.</p>	<p>Ternos: Com um ou dois botões. Lapelas estreitas e alongadas.</p> <p>Padrões: Risca de giz ou os falsos lisos como o espinha de peixe.</p> <p>Camisas: Com listras verticais e bolsos pequenos.</p> <p>Colarinhos: Do tipo inglês (pontudos) ou francês (básicos). Evitar colarinhos italianos.</p> <p>Calça: Modelagens retas ou afuniladas. Evitar os modelos mais largos, do tipo cargo.</p>	<p>Ternos: De preferência os de abotoamentos altos, com três botões.</p> <p>Padrões: Discretos e escuros, como espinha de peixe, sal e pimenta e risca de giz.</p> <p>Camisas: Tecidos encorpados, e com listras verticais.</p> <p>Colarinhos: Proporcionais e alongados, conforme formatos do rosto e volume do pescoço.</p> <p>Calças: Modelagem reta, de tecidos mais encorpados. Evitar os modelos afunilados.</p>	<p>Ternos: Modelos em que as lapelas abram até o limite da barriga, criando um “V” longo, em geral, com dois botões.</p> <p>Padrões: Geométricos e listrados.</p> <p>Camisas: De tecidos encorpados, listras e bolsos duplos.</p> <p>Colarinhos: Modelos de dois botões, com pés de gola alta, para enfatizar o formato do rosto.</p> <p>Calças: De preferência, os de modelagem mais reta, evitando as calças muito afuniladas.</p>

Quadro 1 - Biotipos masculinos

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 154 a 157).

É importante salientar que as diretrizes propostas por Mello não devem ser tratadas como regras certeiras em que o homem terá assegurado sempre a sua elegância, pois além da escolha das roupas, o fato de um indivíduo se vestir bem também está relacionado à uma questão de personalidade e estilo. Mas para o

homem que começa a ter uma preocupação maior com relação à moda, essas sugestões servem como apoio inicial para um direcionamento na escolha das peças do seu guarda-roupa.

2.4 O VESTUÁRIO DO HOMEM CONTEMPORÂNEO

De acordo com Jones (2007, p. 205), dar vida à moda masculina só é possível com a existência de um olhar agudo para observar as mudanças sutis, “porque essas geralmente acontecem em detalhes, e não na silhueta ou nas cores”.

Ao longo dos anos, a roupa masculina se modernizou, com alterações e evoluções específicas, até chegar ao conceito de elegância adquirido nos dias de hoje. Na era contemporânea já é possível ter acesso aos diversos tipos de matérias-primas têxteis graças aos avanços tecnológicos, com a oferta de tecidos mais adequados dentro das necessidades de confecção para cada tipo de peça, tais como a microfibras, os tecidos inteligentes, os antibacterianos, além de outros.

O vestuário masculino, antes carregado de enfeites e adereços, no decorrer do tempo foi ganhando sobriedade e praticidade. Podemos dizer ainda que a influência *dândi* foi um marco na história da moda masculina, pois seus trajes muito se assemelham ao que se conhece atualmente. As golas altas, hoje colarinhos, eram acompanhadas do *plastron* que, num processo evolutivo deu origem à gravata, conhecida assim nos dias atuais. O paletó e a calça ficaram mais soltos e, foram e são considerados, elegantes e trajes símbolos de formalidade. (ROSA, 2008, p. 17).

Segundo Longhi (2007), de todas as estruturas de vestuário masculino que a moda dispõe para marcar a identidade do homem, uma que merece especial atenção é o terno masculino, sendo o grau de excelência da confecção atribuída à alfaiataria. O atual desejo estético masculino – que prima pela sobriedade – faz com que os alfaiates, envolvidos em sua criatividade, reproduzam formas que lembram os contornos aerodinâmicos do maquinário industrial.

Já na década de 1990 ocorre uma busca pela simplicidade do traje social, traduzida na elegância de ternos bem cortados e de acabamentos limpos e sem exageros. Nos anos 2000 observa-se uma pluralidade no vestir masculino, fruto da ampliação do mercado do vestuário, com um maior número de marcas e de produtos voltados ao homem, além da difusão, proliferação e da velocidade com que a informação de moda chega até ele. (VIEIRA-SENA, 2011, p. 36).

Para que a qualidade de uma peça de vestuário masculino seja alcançada, a construção da roupa depende tanto da seleção dos tecidos nobres como do perfeito caimento das peças. Isso explica a preferência do público masculino pela procura de produtos de grifes e estilistas consagrados, tais como as marcas Armani, Dior e Zegna.

Grife italiana de quatro gerações, a Ermenegildo Zegna é uma das mais respeitadas etiquetas masculinas e para abrir a primeira franquia no Brasil no Shopping Iguatemi, em 2001, os diretores da marca, Ermenegildo e Paolo Zegna, fizeram uma série de exigências: chão de pedras israelenses, luminárias alemãs e móveis italianos. Outra grife, essa de alta-costura, volta-se agora para a alfaiataria feita à mão. “Nesses tempos de corporações de moda, globalização e marcas dirigidas por contadores, acredito que é importante lembrar onde nasceu o design de moda não do desejo de fazer roupas bonitas para vestir as pessoas”, foi o que disse Giorgio Armani quando decidiu ingressar na alta-costura há dois anos atrás. (LONGHI, 2007, p. 53).

De acordo com Vieira-Sena (2011, p. 17), a possibilidade de usar uma roupa de grife ou de alta costura garante ao homem uma marca identitária de distinção com os demais à sua volta. Esse corpo, antes marcado pelo patriarcado, agora se recupera e rejeita o envelhecimento, tendo por foco a juventude e a elegância, corrente que ganhou força a partir da década de 1960, em que “o discurso sobre juventude e liberdade sexual começara a inserir novos padrões de comportamento social, agregando à imagem do homem, significados de modernidade, jovialidade, irreverência e sensualidade”.

2.5 CARACTERÍSTICAS DOS TRAJES DE ALFAIATARIA

Além de se considerar os aspectos físicos do corpo masculino, os vestuários em alfaiataria possuem uma série de particularidades e características que podem ser trabalhadas pelo profissional para que ele possa alcançar o bom caimento e a impecável vestibilidade como resultados em suas roupas.

Dessa maneira, é necessário tomar conhecimento em relação aos materiais, elementos e detalhes que normalmente são utilizados nas estruturas desses trajes.

2.5.1 Ternos

Segundo Mello (2011, p. 33), a palavra *suit* é a terminologia utilizada em países de idioma inglês para identificar o terno. Na Itália, a palavra utilizada é *costume*.

No Brasil tanto a palavra terno quanto *costume* são utilizadas para identificar a mesma estrutura de vestuário, independente se for composto pela dupla “paletó + calça” ou pelo trio de peças “paletó + colete + calça” (Figura 6).



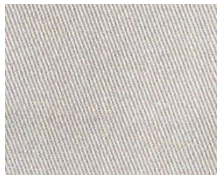


Figura 6 - Terno ou *costume*
Fonte: NX Style (2015).

Para a confecção dos ternos, basicamente são utilizados três tipos de tecidos, que são a lã fria, o linho e o algodão. Os ternos de lã fria são mais comuns de serem comercializados no mercado, pois costumam ser confortáveis por suas propriedades térmicas nas fibras. Já os ternos de linho mais encontrados são aqueles feitos com materiais resinados e encerados.



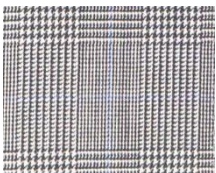




No caso dos ternos de algodão, eles são mais fáceis de serem encontrados em países da Europa. Considerando que o algodão de qualidade possui alto custo, no Brasil é mais raro encontrar ternos com esse tipo de matéria-prima.

Os quadros seguintes apresentam algumas das principais características relacionadas aos ternos.

Tecidos		
 Lã Fria	 Linho	 Algodão
Feito com centenas de fios entrelaçados, tem bom caimento, é térmico e amassa pouco.	Os últimos modelos de ternos usam linhos resinados e encerados, com aspecto amassado.	Ternos feitos de algodão são usados mais no exterior, por americanos e ingleses.

Quadro 2 - Tipos de tecidos para ternos



Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 32).

Padronagens			
 <p><i>Window Pane</i></p>	<p>É o nome dado aos quadrados grandes feitos de linhas bem finas. Quanto mais discreto, mais fácil de ser usado.</p>	 <p>Sal e Pimenta</p>	<p>Os pequenos pontos brancos e pretos, chamados pelos vendedores de falso liso, fazem ternos elegantes e fáceis de combinar.</p>
 <p>Príncipe de Gales</p>	<p>É o xadrez mais tradicional da alfaiataria. Geralmente, ternos feitos com ele ficam mais sisudos.</p>	 <p><i>Chalk Stripe</i></p>	<p>Inspirado no clássico risca de giz, tem um aspecto mais opaco e borrado, como giz na lousa. É usado em <i>blazers</i> e ternos mais clássicos.</p>
 <p>Rica de Giz</p>	<p>Uma das padronagens mais utilizadas na alfaiataria. Muito presente em ternos para o trabalho.</p>	 <p>Olho de Perdiz</p>	<p>Semelhante com o padrão sal e pimenta, seus pontos, que parecem centenas de olhos juntos, são maiores e sempre acidentados.</p>
 <p>Espinha de Peixe</p>	<p>Os ternos de lã fria feitos nesse padrão são clássicos, discretos e combinam com quase tudo.</p>	<p>-</p>	<p>-</p>

Quadro 3 - Tipos de padronagens para ternos
 Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 32 e 33).

Lapelas	
 <p>Alongada</p>	 <p>Alta ou Fechada</p>
<p>Mais estreita do que a lapela alta ou fechada, costuma ser vista em paletós mais acinturados. Ideal para alongar a silhueta. Não é muito recomendada para as pessoas com volume saliente na região da barriga.</p>	<p>Tipo mais usado em ternos tradicionais com corte reto e, em geral, com três botões. Deixa o nó da gravata mais evidente, chamando a atenção para a parte superior do rosto e disfarçando o volume da barriga.</p>

Quadro 4 - Tipos de lapelas para ternos
 Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 34).

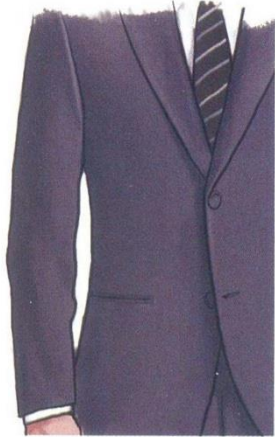
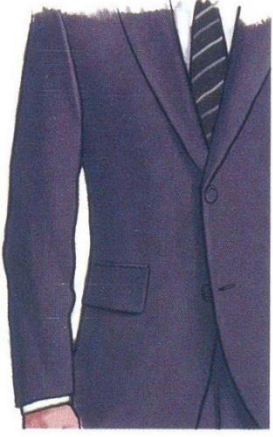
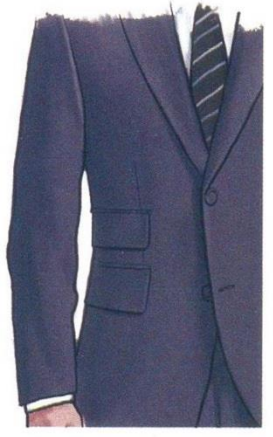
Lapelas	
 <p><i>Peaked</i></p>	 <p><i>Notched</i></p>
<p>Herança dos ternos clássicos ingleses, é bem pontuda e imponente. A parte de baixo é maior e aponta para cima. É vista mais em paletós feitos sob medida, <i>smokings</i> e <i>fraques</i>.</p>	<p>Usada nos ternos de todos os dias, tem um recorte em forma de triângulo, com medidas mais proporcionais, que deixam a lapela com um ar mais austero.</p>

Quadro 5 - Tipos de pontas de lapelas para ternos
 Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 36).

Abotoamento Simples		
		
Um Botão	Dois Botões	Três Botões
<p>Usado nos modelos com lapela alongada, só funciona em ternos ajustados. Proporciona um visual bem moderno e é ideal para eventos noturnos.</p>	<p>É o abotoamento mais visto nos escritórios, pois garante uma modelagem acinturada, alongando o tronco sem evidenciar o volume da barriga.</p>	<p>Quem faz o estilo tradicional prefere, em geral, o terno de três botões. Além do ar de seriedade, esse modelo destaca o combo colarinho e gravata.</p>
Abotoamento Duplo		
		
Médio com Seis Botões	Alto com Seis Botões	Quatro Botões
<p>Ele destaca os ombros e ajuda a acinturar. Em geral, apenas os botões do meio são fechados. Os botões de cima possuem a função de alargar a silhueta.</p>	<p>Indicado para as pessoas que estão um pouco acima do peso e que pretendem desviar a atenção para a linha da cintura.</p>	<p>Tipo de abotoamento usado em jaquetões, propicia uma abertura mais ampla ao ser abotoado, o que permite visualizar mais a camisa e a gravata.</p>

Quadro 6 - Tipos de abotoamentos para ternos

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 34).

Bolsos		
		
<i>Besom</i>	<i>Flap</i>	<i>Ticket</i>
Com duas fendas na abertura, é o mais formal deles e por isso o mais usado nos <i>smokings</i> . Para não desbeaçarem, na maioria das vezes vêm costurados.	É o estilo mais usado em ternos para o dia a dia. Como a aba serve de enfeite, está sempre costurada.	Foi criado pelos ingleses para guardar bilhetes – daí a origem do seu nome. É um bolso auxiliar bem elegante e muito usado nos modelos jaquetão.

Quadro 7 - Tipos de bolsos para ternos

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 35).

Fendas		
		
Única	Dupla	Sem Fenda
Costuma ter entre 17 e 22cm. Fica muito bem em ternos de modelagem ajustada.	Inventado pelos ingleses, o padrão de duas fendas faz o paletó assentar melhor nas pessoas que estão acima do peso.	Usado praticamente só em trajés de festas, como no paletó do <i>smoking</i> , o terno sem fenda é o menos utilizado no dia a dia.

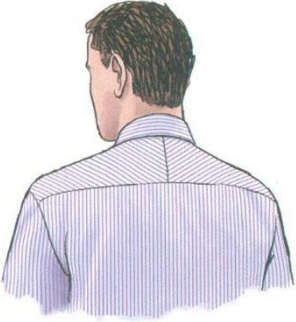
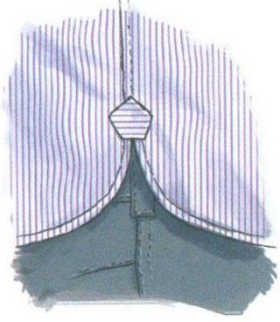

Quadro 8 - Tipos de fendas para ternos

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 35).

2.5.2 Camisas

Atualmente, uma das modelagens mais utilizadas para as camisas feitas em alfaiataria é a *slim fit*, uma vez que o homem já não aprecia mais sobras de tecidos para esse tipo de peça. No caso dos colarinhos, eles devem ser feitos com materiais que proporcionem maior firmeza, sendo também mais comum a utilização de barbatanas removíveis nas pontas. Os punhos devem ser bem estruturados e proporcionais à largura dos pulsos.

Os quadros seguintes apresentam algumas das principais características relacionadas às camisas.

Detalhes		
 <p>Pala</p>	 <p>Reforço na Bainha ou "V" Invertido</p>	 <p>Barbatana</p>
<p>Algumas camisas têm uma pala nos ombros que lhes dá um caimento melhor. Um velho truque dos bons alfaiates é dividi-la ao meio, o que aumenta o volume dos ombros e valoriza a postura.</p>	<p>Este pequeno triângulo de tecido (reforço em forma de "V" invertido), que fica no fim da costura lateral da camisa, garante maior resistência e durabilidade.</p>	<p>Trata-se de um tipo de haste fina e flexível, feita de plástico, usada para reforçar a estrutura e o <i>shape</i> dos colarinhos. Os colarinhos sem barbatanas ficam com um aspecto visual desagradável.</p>

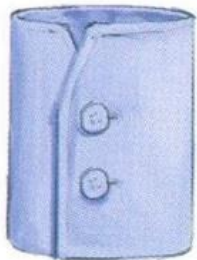

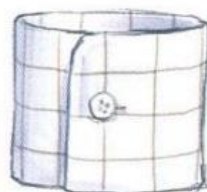

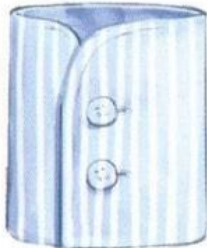
Quadro 9 - Tipos de detalhes para camisas

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 48).

Colarinhos		
 <p>Curto</p>	 <p>Francês</p>	 <p>Inglês</p>
<p>Combina com gravatas estreitas, ternos e camisas ajustados. Não recomendado para pessoas com barriga saliente.</p>	<p>Chamado de básico, é o mais popular porque combina com todos os tipos de nó de gravata e de rosto.</p>	<p>É o mais alongado de todos e combina com ternos <i>slim fit</i> sem gravata. Não recomendado para pessoas com rosto fino.</p>
 <p>Italiano</p>	 <p>Americano</p>	<p>-</p>
<p>Com pontas curtas e abertas, deixa espaço para o nó da gravata – o ideal é que ele seja grande, como o <i>Windsor</i>.</p>	<p>Considerado o mais informal de todos, os <i>fashionistas</i> adoram usá-lo com gravata afrouxada.</p>	<p>-</p>

Quadro 10 - Tipos de colarinhos para camisas

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 48).

Punhos		
 <p>Longo Chanfrado</p>	 <p>Duplo Arredondado</p>	 <p>Simples</p>
Trata-se de um punho longo com recorte triangular para camisas festivas.	Considerado chique, é feito sob medida e o único com a vira de uma cor e a manga de outra.	O punho curto que tem casa apenas para botões é o mais usado nas camisas para o dia a dia.
 <p>Duplo para Abotoaduras</p>	 <p>Longo Arredondado</p>	-
Indicado para noivos, padrinhos e festas especiais, tem vira dupla e caseada para as abotoaduras.	Punhos duplos dão a impressão de que o braço é mais longo.	-

Quadro 11 - Tipos de punhos

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 48).

2.5.3 Gravatas

Apesar da gravata já não ser mais um elemento obrigatório junto ao terno, sua importância como complemento não deixa de ser relevante para os homens que prezam pela elegância e pela sofisticação ao usar roupas em alfaiataria.

Produzidas em diversos tipos de tamanhos, espessuras e padronagens, o mais importante ao combinar esse tipo de peça junto ao terno é a harmonia que ela proporciona no conjunto total do traje em equilíbrio ao porte físico da pessoa.

De acordo com Mello (2011, p. 60), outro fator essencial na qualidade visual da gravata junto ao terno é o *Dimple* – que é uma cavidade que fica logo abaixo do nó, criando duas leves pregas no corpo da gravata, o que proporciona melhor caimento, dando um aspecto mais curvado e imponente (Figura 7).

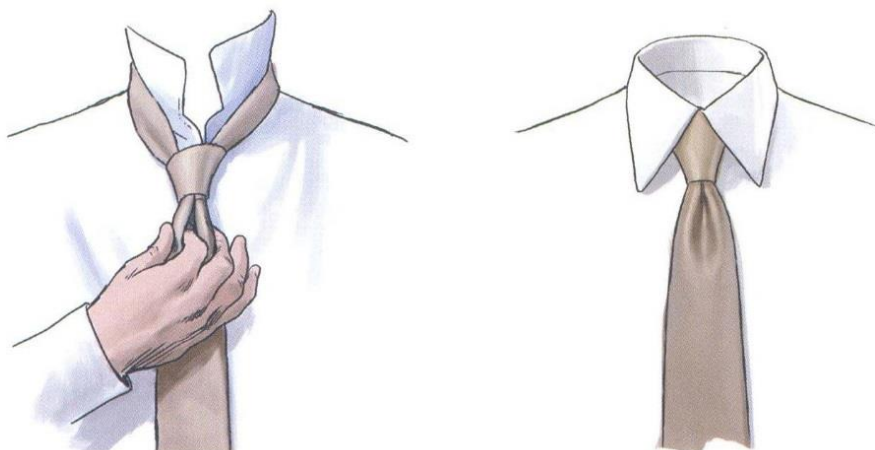


Figura 7 - *Dimple* da gravata
Fonte: Mello (2011, p. 60).

Mello (2011, p. 60) relaciona quatro tipos de sistemas de amarração de nós de gravatas como sendo os mais utilizados na alfaiataria, denominados como “Nó Simples”, “Nó Duplo”, “Nó Windsor” e “Nó *Semiwindsor*”.

O Nó Simples constitui-se de um sistema mais fácil de ser executado e por isso é o mais utilizado pelas pessoas. Em geral, ele combina com as gravatas mais estreitas, indo muito bem com colarinhos curtos ou básicos (Figura 8).

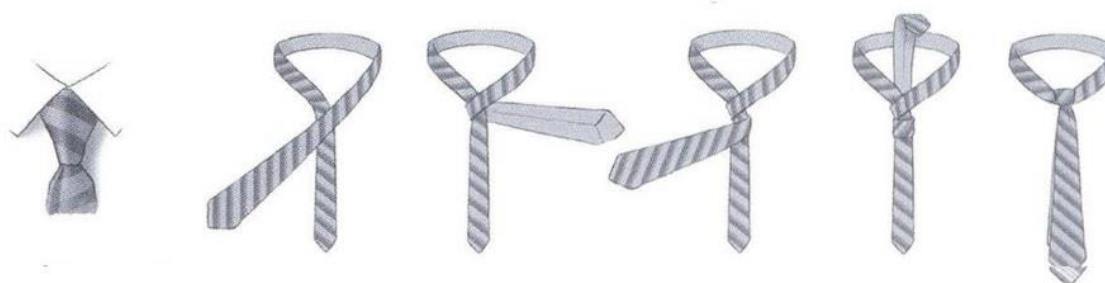


Figura 8 - Nó Simples
Fonte: Mello (2011, p. 60).

Já o Nó Duplo possui mais volume que o Nó Simples, ficando ligeiramente com aspecto torto em um dos lados. Esse tipo de nó é recomendado para as gravatas produzidas com materiais com pouca estrutura na peça (Figura 9).



Figura 9 - Nó Duplo
 Fonte: Mello (2011, p. 60).

No caso do Nó *Windsor*, esse tipo de nó é considerado como o mais chique e sofisticado de todos. É também o mais volumoso e em função disso, acaba sendo combinado com colarinhos bem abertos e robustos, do tipo italiano (Figura 10).



Figura 10 - Nó *Windsor*
 Fonte: Mello (2011, p. 60).

O Nó *Semiwindsor* é uma variação mais complexa do Nó *Windsor*, sendo o mais complicado de todos para se fazer. Normalmente, é utilizado para gravatas com pouca estrutura e volume (Figura 11).



Figura 11 - Nó *Semiwindsor*
 Fonte: Mello (2011, p. 60).

Além desses quatro tipos de nós – Nó Simples, Nó Duplo, Nó *Windsor* e Nó *Semiwindsor* – que são os mais utilizados nas gravatas, existem também outros sistemas de amarração usados em lenços e modelos de gravatas mais especiais como complementos junto aos trajes de alfaiataria.

Um deles é o Nó *Ascot*, utilizado no *Foulard* – tipo de lenço de seda curto usado por dentro da camisa com o colarinho desabotoado (Figura 12). De acordo com Mello (2011, p. 61), essa peça tornou-se sinônimo de nobreza e elegância, sendo popularizada por astros e estrelas do cinema hollywoodiano.

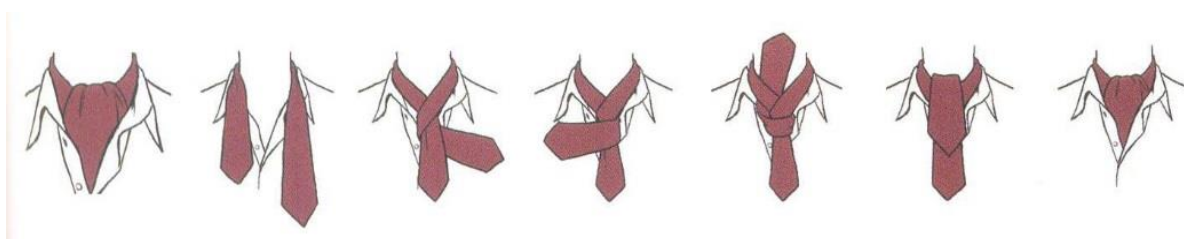


Figura 12 - Foulard (Nó Ascot)
Fonte: Mello (2011, p. 61).

Outro acessório que exige cuidado para a sua amarração no colarinho é o *Plastron* – que é um tipo de lenço parecido com um grande guardanapo de seda estampado (Figura 13). Muito comum nas lojas de aluguel de roupas para festas, o *Plastron* é utilizado por padrinhos em casamentos mais formais quando os noivos fazem essa exigência.

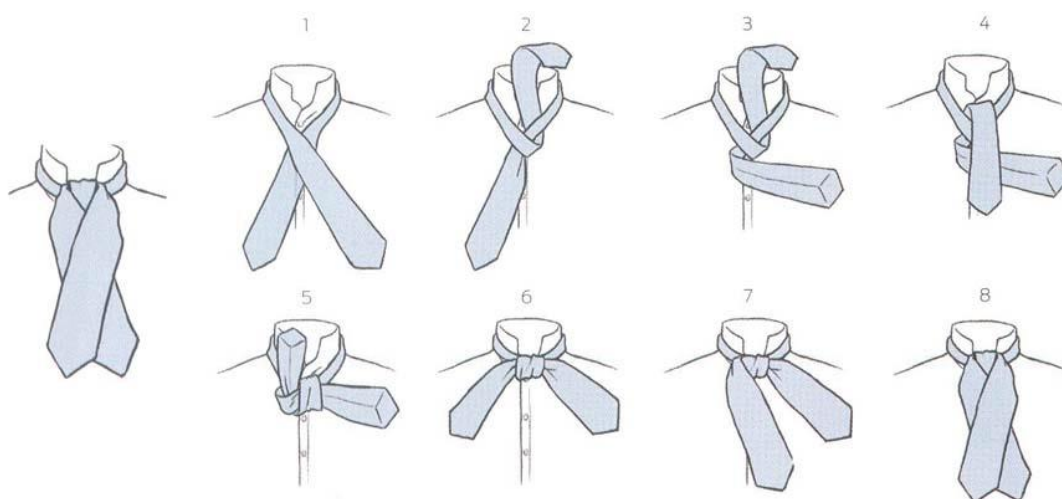


Figura 13 - Plastron
Fonte: Mello (2011, p. 61).

No caso da gravata Borboleta, esse item é essencial nos trajes *black-tie*, sendo complemento obrigatório no conjunto (Figura 14). Algumas lojas já oferecem gravatas desse tipo com os nós prontos, mas existem homens que preferem optar pelos modelos em que é necessário demonstrar certa habilidade para a amarração do nó.

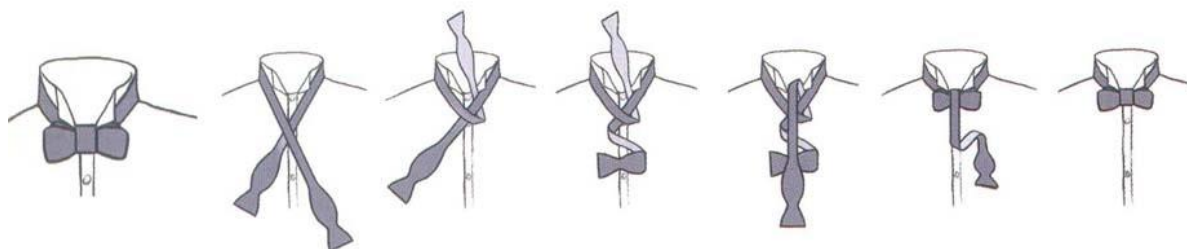
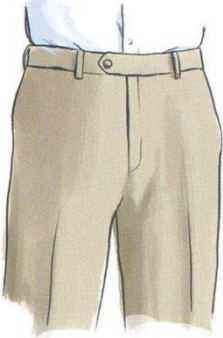
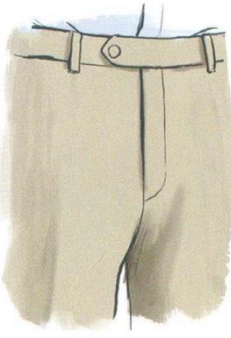



Figura 14 - Gravata Borboleta
Fonte: Mello (2011, p. 61).

2.5.4 Calças

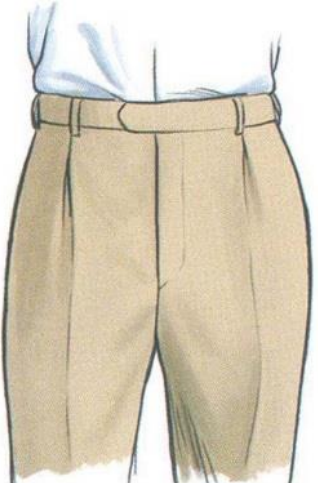
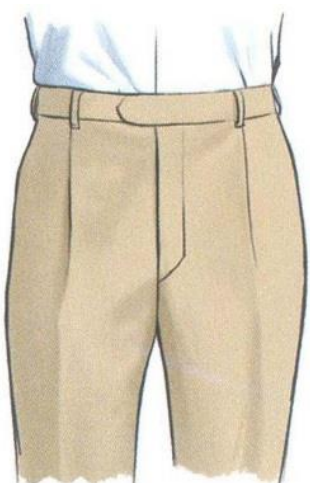
Da mesma forma que as camisas, as calças mais atuais também se renderam à linha *slim fit* de modelagem, com o estreitamento da abertura da boca das barras, tornando-se o tipo de modelo mais solicitado pelo público jovem. Contudo, apesar dessa tendência, a modelagem mais tradicional e reta ainda continua sendo uma das preferidas pelos homens de personalidade mais conservadora.

Os quadros seguintes apresentam algumas das principais características relacionadas às calças.

Detalhes		
 <p>Gancho ou Cavalo</p>	 <p>Cós</p>	 <p>Barra Italiana</p>
<p>Gancho ou cavalo é a distância entre a cintura e o fundilho da calça.</p>	<p>Cós é o nome técnico da cintura da calça. Para as pessoas acima do peso, existem as calças de meio-cós, sendo na frente igual às demais e com elástico na parte de trás.</p>	<p>É o acabamento em forma de dobra larga, fixa e aparente. Não é indicada para pessoas baixas, pois achata a silhueta.</p>

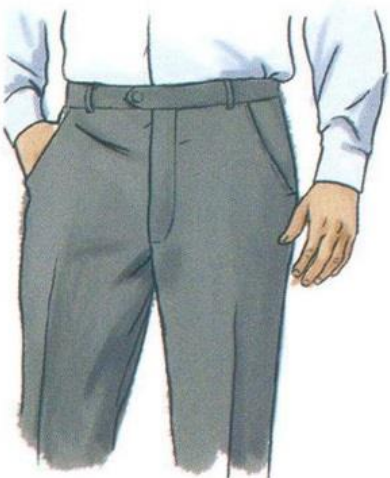

Quadro 12 - Tipos de detalhes para calças

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 72).

Pregas	
 <p>Lateral</p>	 <p>Embutida</p>
<p>Conhecida por alguns como prega macho, é formada por duas pregas paralelas voltadas para fora.</p>	<p>Também chamada de prega fêmea, é embutida e ajuda a dar uma encorpada no quadril das pessoas mais magras.</p>

Quadro 13 - Tipos de pregas para calças

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 72).

Bolsos	
 <p>Faca</p>	 <p>Besom</p>
<p>Quando aplicado na posição diagonal, deixa a calça com um ar mais casual. Já quando fica escondido na lateral, a calça fica mais certa no corpo.</p>	<p>Semelhante a uma casa de botão, esse bolso embutido é usado na parte traseira das calças e na frente de alguns paletós mais sofisticados.</p>

Quadro 14 - Tipos de bolsos para calças

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 72).

Apesar das estruturas de modelagens seguintes representarem calças de estilo mais casual e esportivo confeccionadas em *jeans*, é interessante observar que algumas dessas modelagens começam a ser adotadas na linha de peças para a alfaiataria. Além do tradicional corte reto, é possível encontrar hoje no mercado diversos modelos de calças sociais com estruturas na linha *skinny* e *confort*.

Modelagens		
 <p style="text-align: center;"><i>Skinny</i></p>	 <p style="text-align: center;"><i>Cenoura</i></p>	 <p style="text-align: center;"><i>Reta</i></p>
<p>Estilo roqueiro, de modelagem mais justa, normalmente é utilizado tecido com fibra de elastano na sua composição.</p>	<p>Folgada no quadril e com gancho baixo, vai afunilando dos joelhos para baixo.</p>	<p>Básica, segue as linhas do corpo. As pernas vão com corte reto até o chão. Cai bem para todos os tipos de corpos.</p>
 <p style="text-align: center;"><i>Boot Cut</i></p>	 <p style="text-align: center;"><i>Hip-Hop</i></p>	 <p style="text-align: center;"><i>Confort</i></p>
<p>Feita originalmente para os cowboys usarem com botas, ela vai alargando dos joelhos para baixo.</p>	<p>Bem folgada, tem a cintura larga. Costuma deixar a cueca à mostra, ficando a barra bem empapada.</p>	<p>É solta e cai reta no corpo, sem apertar. Quando ganha bolso faca e alça lateral, vira calça carpinteiro.</p>




Quadro 15 - Tipos de modelagens para calças

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 73).

2.5.5 Blazers

Constituídos apenas pela parte superior dos ternos, os *blazers* são reinterpretados em formas e *shapes* de vários estilos, podendo ser confeccionados com diversos tipos de matérias-primas, desde os tecidos mais clássicos utilizados na alfaiataria como também em materiais mais esportivos, como o *jeans* e o couro.

Os quadros seguintes apresentam algumas das principais características relacionadas aos *blazers*.

Estruturas		
 <p>Americano</p>	 <p>Inglês</p>	 <p>Italiano</p>
<p>Ombros com pouco enchimento acompanhando a curvatura do corpo. Corte sem cintura marcada.</p>	<p>Ombros bem estruturados e ligeiramente empinados. Corte acinturado e lapela <i>peaked</i> (pontuda).</p>	<p>Ombros estendidos e bem marcados. Corte que vai se estreitando em direção ao quadril.</p>

Quadro 16 - Tipos de estruturas para *blazers*

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 88).

Detalhes	
	
Debrum	Martingales
Também conhecido como vivo, é uma espécie de moldura de outra cor costurada em volta da lapela e dos bolsos para realçá-los.	Típico de jaquetas e casacos militares, os martingales (tiras pregadas com botões nos ombros) são mais aplicados em peças de coleções para o inverno.
	
Emblema	Protetor de Cotovelo
O bordado que tem aparecido nos bolsos de <i>blazers</i> modernos de moletom é inspirado no uniforme das escolas inglesas.	Esse detalhe proporciona um charme <i>retrô</i> aos <i>blazers</i> invernaes. Aplicados também em outras peças como malhas e camisas.

Quadro 17 - Tipos de detalhes para *blazers*

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 88).



Bolsos e Botões	
	
Bolsos Arredondados	Bolso com Lapela
Bolso arredondado é sinal de casualidade. Quanto maior o tamanho, mais casual o <i>blazer</i> .	Os bolsos externos quadrados com lapela e botão são típicos da alfaiataria clássica europeia.
	
Botão de Metal	Botão de Couro
Nas últimas décadas, <i>blazers</i> com botão dourado de metal eram encontrados somente nos brechós.	Se o tecido e a modelagem do <i>blazer</i> forem modernos, os botões de couro podem dar um toque extra de charme à peça.

Quadro 18 - Tipos de bolsos e botões para *blazers*
 Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 89).


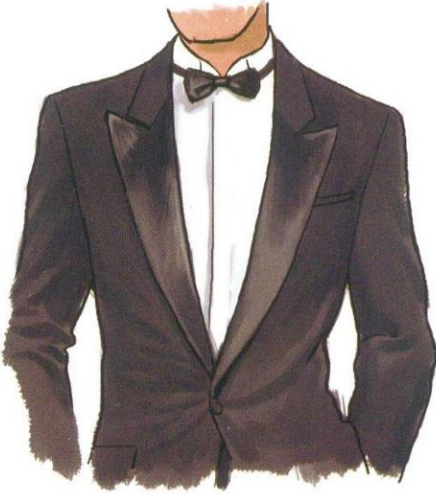
2.5.6 Trajes de Festas e Casamentos

Eventos especiais como festas à rigor e casamentos exigem muita atenção e cuidado quanto à escolha do traje mais adequado a ser usado para esse tipo de ocasião. Apesar do terno ser a estrutura preferida dos homens, há ainda aqueles que não abrem mão dos serviços de um bom alfaiate para a confecção de um *smoking*, *summer* ou fraque com caimento perfeito sobre o corpo.




Os quadros seguintes apresentam algumas informações relacionadas a esses tipos de trajes mais específicos.

Trajes	
	
<i>Black Tie</i>	<i>Summer</i>
<p>Paletó preto com lapela de cetim e calça com uma faixa lateral de cetim ou gorgorão. Usado com camisa branca, faixa de cetim na cintura e gravata borboleta.</p>	<p>Conhecido como <i>dinner jacket</i> (paletó para jantar), é usado no verão no lugar do paletó preto do <i>smoking</i>.</p>

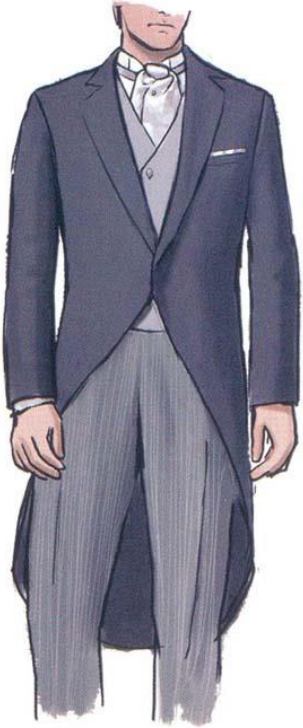


Quadro 19 - Tipos de trajes para festas
 Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 166).

Lapelas	
 <p>Arredondada</p>	 <p>Pontuda ou <i>Peaked</i></p>
<p>A lapela arredondada, conhecida também como gola xale, alonga e afina a silhueta e é considerada bem tradicional nos <i>smokings</i>.</p>	<p>Presente também em alguns ternos imponentes. É uma lapela pontuda com ângulos agudos.</p>

Quadro 20 - Tipos de lapelas para trajes de festas
 Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 167).


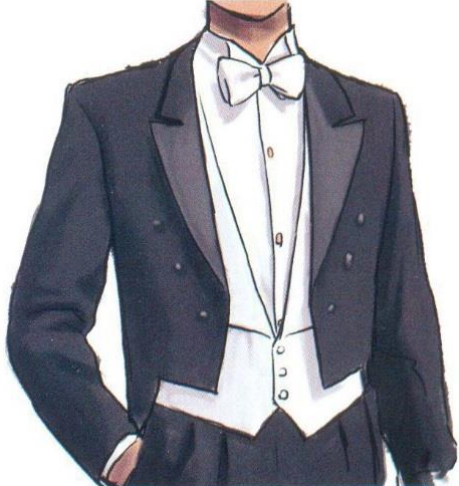
Detalhes		
 <p>Calça do <i>Smoking</i></p>	 <p>Faixa Preta</p>	 <p>Gravata Borboleta</p>
<p>A faixa lateral diferencia a calça de <i>smoking</i> das sociais básicas. Calças com duas tiras são as da casaca.</p>	<p>É uma faixa de cetim preto com pregas fechadas. Deixa o <i>look</i> mais elegante, cobrindo o cós da calça e parte da barriga.</p>	<p>De cetim de seda preto. Os modelos mais estreitos e alongados são os mais utilizados.</p>

Quadro 21 - Tipos de detalhes para trajes de festas
 Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 167).

Trajes		
 <p>Fraqe</p>	 <p>Casaca</p>	 <p>Meio-Fraqe</p>
<p>Se a cerimônia é à noite e bem tradicional, o noivo pode usar fraque cinza-escuro, camisa branca, colete cinza, gravata prata e calça risca de giz. Nesse caso, os padrinhos vão de meio-fraque.</p>	<p>Também conhecido como <i>white-tie</i>, é um traje para casamentos noturnos formais. A casaca e a calça são sempre pretas. A camisa, a gravata e o colete são sempre brancos.</p>	<p>O que diferencia o meio-fraque do completo é o paletó curto. O resto continua igual (calça listrada, colete cinza e camisa branca). A gravata <i>plastron</i> pode ser substituída por um modelo normal.</p>

Quadro 22 - Tipos de trajes para casamentos

Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 174).

Coletes	
 <p>Cinza</p>	 <p>Branco</p>
<p>É o modelo mais tradicional. Combina com fraque e meio-fraque. Os mais usados são os modelos lisos, feitos de lã fria. Deve-se procurar deixar o último botão aberto.</p>	<p>Companheiro da casaca, é o modelo menos usado. Tem um “V” profundo e apenas três botões na parte de baixo.</p>

Quadro 23 - Tipos de coletes para trajes de casamentos
 Fonte: Adaptado de Mello (2011, p. 175).

2.6 A TÉCNICA *DOUBLE FACE* INCORPORADA À MODA

As escolas brasileiras de moda, e também no mundo, procuram dar uma formação aos seus alunos de modo que eles se tornem profissionais capazes a produzirem moda com qualidade e design. Porém, a presença da atuação desses profissionais no mercado ainda é lenta, gradativa e muito rara.

De acordo com Jones (2007, p. 160), o designer precisa conhecer o corpo para projetar seus desenhos, já que a partir dele as composições serão pensadas e criadas. A autora também reforça que não basta apenas conhecer a estrutura corporal, mas também se deve observar os tecidos, pois eles assumem um papel com importância significativa na construção do vestuário.

Para que o designer consiga construir uma roupa perfeita, uma das etapas fundamentais para se alcançar esse propósito depende do conhecimento que a pessoa possui sobre a modelagem. Segundo Tarso e Silva (2008, p. 7), “a modelagem plana é o método de criar em papel – e transferir desse para o tecido –

os moldes que serão usados na confecção de qualquer vestimenta”. Esse trabalho consiste em retirar o desenho do mundo platônico das ideias e o transportá-lo para o mundo real.

De acordo com Rosa (2008, p. 22), para que as roupas se tornem elegantes, é fundamental que a modelagem busque pela perfeição e pelo padrão de acabamento, a fim de que a materialização do produto promova uma forma que resulte em um caimento perfeito do vestuário sobre o corpo.

Esse cuidado muitas vezes acaba por garantir valores agregados à peça, que a tornam diferente se comparada com os demais produtos oferecidos no mercado, o que atribui em alguns casos, uma exclusividade à roupa.

Além da modelagem, outros recursos e técnicas também podem auxiliar o designer a trazer inovações no desenvolvimento de um produto de moda. Uma dessas técnicas que, de certa maneira, atribui certa exclusividade ao vestuário é aquela denominada como *double face*. Essa técnica consiste na construção de uma roupa que possa ser usada de ambos os lados.

Apesar de não ser muito comum encontrar roupas confeccionadas com o *double face*, essa técnica não chega a ser novidade no mercado, já que algumas empresas oferecem opções de peças produzidas em diversos segmentos (Figuras 15, 16, 17, 18, 19 e 20).



Figura 15 - Técnica *double face* em vestuário feminino (casaco Y-dress?)
Fonte: Y-dress? (2015).



Figura 16 - Técnica *double face* em vestuário feminino (jaqueta Y-dress?)
Fonte: Y-dress? (2015).



Figura 17 - Técnica *double face* em vestuário infantil (capa para bebê)
Fonte: Ali Express (2015).



Figura 18 - Técnica *double face* em vestuário infantil (conjunto chinês)
Fonte: Ali Express (2015).



Figura 19 - Técnica *double face* em vestuário masculino (jaqueta Nike)
Fonte: Shop Masp (2015).



Figura 20 - Técnica *double face* em vestuário masculino (jaqueta New Era)
Fonte: NetShoes (2015).

Mesmo com a existência de produtos desenvolvidos e sendo comercializados com a técnica *double face*, os vestuários na linha de alfaiataria – que prezam pela elegância e pelo bom caimento – pouco exploram essa técnica nas estruturas das peças, já que roupas de alfaiataria em *double face* são extremamente raras de serem vistas no mercado.

Em virtude disso, a associação da técnica *double face* junto com a alfaiataria possui, de certa maneira, um caráter inovador se considerar que o indivíduo que adquire roupas sob medida para ter um produto mais exclusivo, pode ainda se beneficiar com o maior aproveitamento de uso dessas peças.

A aplicação da técnica *double face* na alfaiataria elevaria ainda o alfaiate ao patamar da simples costura para uma dinâmica mais ativa como criador, já que ele seria responsável por materializar duas peças em uma, o que demandaria uma execução ímpar, baseado no conhecimento estrutural do corpo humano e das qualidades dos tecidos para o alcance desse resultado.

Prova disso é quando Longhi (2007, p. 27) afirma que o alfaiate assumiria um papel para “além da simples execução de peças do vestuário”, já que isso elevaria e consolidaria esse profissional para “as bases do desenvolvimento técnico de produção de artigos do vestuário”.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

O presente estudo trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa, de caráter exploratório e experimental. Como qualquer exploração, a pesquisa exploratória depende da intuição do explorador, ou seja, o próprio pesquisador. Dessa forma, o raciocínio metodológico adotado nesse estudo foi o indutivo.

Para Santos (2008, p. 1), o objetivo de uma pesquisa exploratória é familiarizar-se com um assunto ainda pouco conhecido ou explorado. Normalmente, ao final de uma pesquisa exploratória os resultados contribuem na ampliação do conhecimento sobre esse assunto e, conseqüentemente, propiciam a construção das hipóteses.

De acordo com Gil, (2008, p. 8), a pesquisa experimental é aquela em que se determina um objeto de estudo e selecionam-se variáveis que seriam capazes de influenciá-lo. No caso, o pesquisador define as formas de controle e de observação dos efeitos que a variável produz no objeto.

O embasamento teórico foi elaborado por meio de uma revisão de literatura sobre o tema escolhido. A investigação também se enquadra como uma pesquisa observacional, tendo em vista que em uma das etapas houve a observação do pesquisador na rotina de trabalho junto aos alfaiates, com o intuito de identificar e registrar os procedimentos e as técnicas utilizadas na área da alfaiataria.

3.2 INSTRUMENTOS PARA COLETA DE DADOS

A coleta de informações em campo aconteceu em dois momentos distintos. No primeiro deles foi feita uma abordagem junto aos profissionais da área de alfaiataria – 4 (quatro) alfaiates – utilizando uma entrevista estruturada na coleta

de dados que contribuíram na compreensão das técnicas e das peculiaridades que caracterizam a construção de um traje em alfaiataria (apêndices A, B, C e D).

Já em um segundo momento foi aplicado um questionário com perguntas de múltipla escolha junto ao público alvo, que levantou informações para contribuir na fase do direcionamento mercadológico e do desenvolvimento do projeto da coleção (apêndice E).

Segundo Gil (2006, p. 128), o questionário é uma técnica de investigação em que são apresentadas perguntas por escrito aos participantes que visa levantar o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas e outros tipos de informações.

O questionário foi elaborado com base nas informações apresentadas na revisão de literatura e foi constituído por 12 (doze) perguntas em linguagem clara e objetiva, de modo que os participantes compreendessem com clareza o conteúdo descrito de cada questão. Nesse questionário também foi levantado a preferência dos consumidores em relação ao consumo de produtos de alfaiataria concebidos com a técnica *double face* como fator de inovação no vestuário formal masculino e feito sob medida.

3.3 DELIMITAÇÃO DOS OBJETOS DE ESTUDO

Primeiramente, o estudo focou sua investigação em um grupo de 4 (quatro) profissionais, atuantes no ramo de alfaiataria há mais de cinco anos, residentes na cidade de Londrina, Estado do Paraná, tendo como objetivo compreender melhor os procedimentos e as técnicas que envolviam a caracterização da concepção de produtos vestuários na linha formal dentro do contexto da alfaiataria.

Posteriormente, outro grupo com 30 (trinta) pessoas do gênero masculino, na faixa etária entre 30 e 35 anos, pertencentes à classe A e residentes nas cidades de Apucarana, Londrina e Maringá – região norte do Estado do Paraná – foi consultado por meio de um questionário com perguntas de múltipla escolha, em que foram levantadas informações que contribuíram para o direcionamento mercadológico e o desenvolvimento da coleção proposta nesse estudo.

3.4 CRONOGRAMA DE TRABALHO

Tabela 1 - Cronograma das Etapas do Trabalho de Conclusão de Curso

Etapas	2014					2015						
	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Elaboração do pré-projeto do TCC 1	X											
Definição do projeto do TCC 1 c/ orientador		X										
Fundamentação teórica		X	X	X								
Metodologia			X	X	X							
Banca do TCC 1					X							
Pesquisa de campo						X	X					
Análise dos dados							X	X				
Direcionamento mercadológico							X	X				
Desenvolvimento do projeto							X	X	X			
Pré-banca do TCC 2									X			
Correções após pré-banca do TCC 2									X	X	X	
Banca do TCC 2											X	
Correções após banca do TCC 2											X	X
Entrega da versão final da monografia												X

Fonte: Do autor (2014).

3.5 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA

A estruturação desse trabalho se constituiu de:

1ª etapa – pesquisa bibliográfica – pautada em informações levantadas em livros, revistas, artigos, sites e outros tipos de fontes de consulta que traçaram algumas características da alfaiataria, do consumidor masculino na era contemporânea e as peculiaridades da técnica *double face*.

2ª etapa – pesquisa observacional – desenvolvida junto aos alfaiates para compreensão das técnicas aplicadas e registro dos procedimentos de construção dos vestuários.

3ª etapa – pesquisa exploratória – coleta de dados em campo com a aplicação de entrevista estruturada junto aos profissionais da área de alfaiataria (1ª fase) e com pessoas do gênero masculino que se enquadraram no perfil do público alvo referente à coleção desenvolvida nesse estudo (2ª fase).

4ª etapa – pesquisa experimental – desenvolvimento de testes por meio de modelagem e costura, aplicando-se as técnicas de alfaiataria em conjunto

com o conceito *double face* para roupas destinadas para ocasiões formais e feitas sob medida.

5ª etapa – registro documental – descrição de todas as informações e dos resultados referentes a esse estudo, por meio de registro escrito em monografia acadêmica.

3.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Análise da 1ª pergunta (Gráfico 1): Quando se trata de eventos sociais, a maioria dos entrevistados (63%) sinalizou maior interesse por adquirir roupas feitas sob medida junto aos alfaiates. Esses dados demonstram que esse tipo de comportamento de consumo comprova a existência de uma demanda para esse segmento, o que sinaliza um mercado potencial a ser explorado.

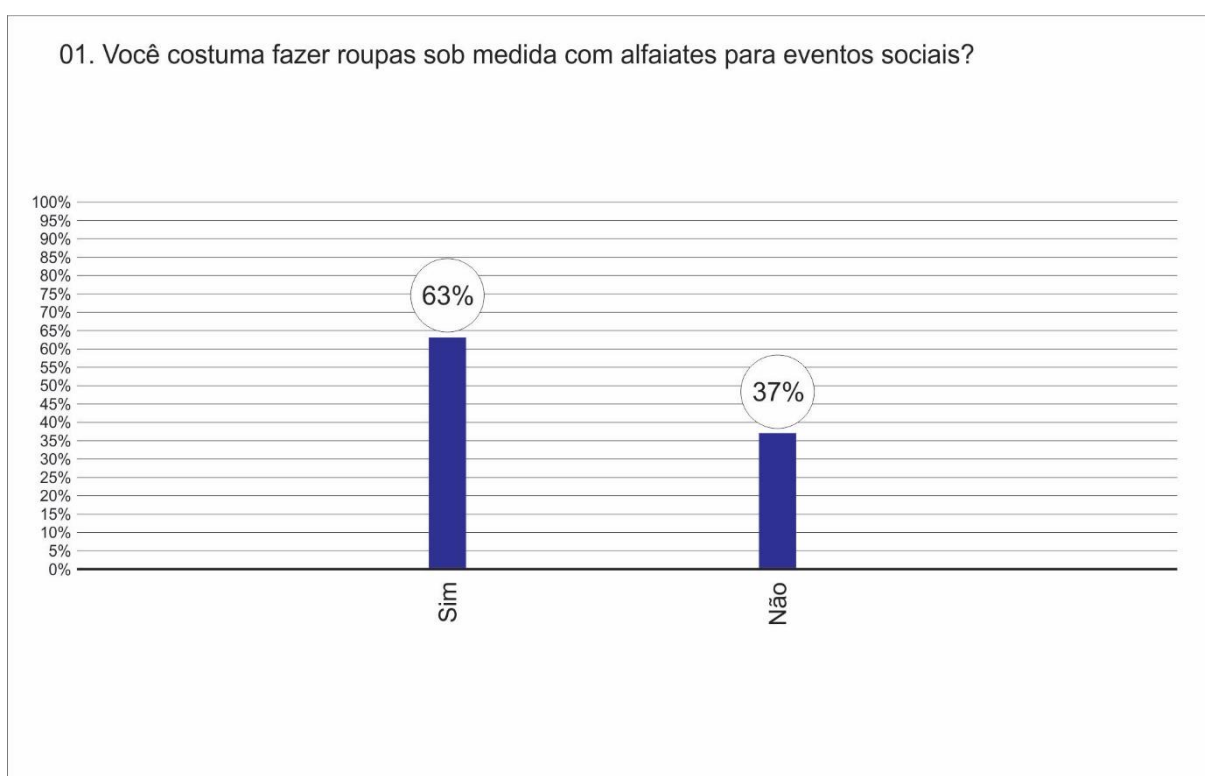


Gráfico 1 - Resultados da 1ª pergunta do questionário

Fonte: Do autor (2015).

Análise da 2ª pergunta (Gráfico 2): O objetivo dessa questão era identificar quais as principais razões que levavam o consumidor a optar pela compra do traje sob medida. Caimento perfeito (38%), acabamento (30%) e exclusividade nos modelos e tecidos (22%) foram os fatores mais apontados pelos participantes como indispensáveis na decisão dessa escolha. Em função disso, esses parâmetros serão colocados como prioridade já desde o início da concepção dos modelos da coleção desse estudo.

Mesmo com um baixo índice percentual indicado – apenas 8% – os cuidados com o atendimento serão levados em conta pela empresa, considerando que o produto a ser desenvolvido (traje social) condiciona uma necessidade de atendimento mais personalizado junto ao cliente.

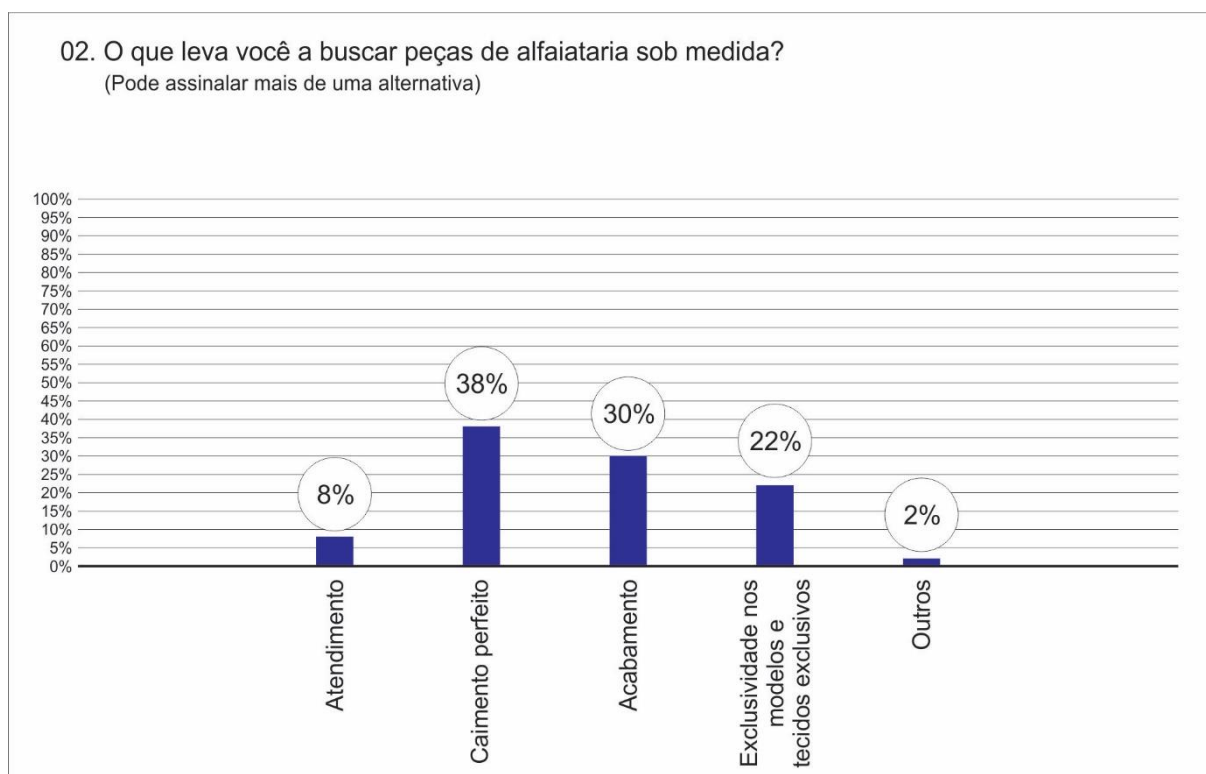


Gráfico 2 - Resultados da 2ª pergunta do questionário
Fonte: Do autor (2015).

Análise da 3ª pergunta (Gráfico 3): Casamentos (35%) e formaturas (26%) foram os eventos sociais mais indicados como aqueles direcionados para o uso de um traje social. Por outro lado, uma curiosidade no que diz respeito às pessoas abordadas na investigação é a de que 23% dos participantes tem a necessidade do uso do traje social no trabalho durante o dia a dia.

Outro fator interessante a ser apontado é que o uso de trajes sociais em ocasiões ou eventos religiosos por uma parcela dos participantes (7%) sinaliza a necessidade de se inserir algumas peças na linha mais comportada, mas que ao mesmo tempo possam ser usadas em harmonia com modelos concebidos com uma proposta estética mais contemporânea.

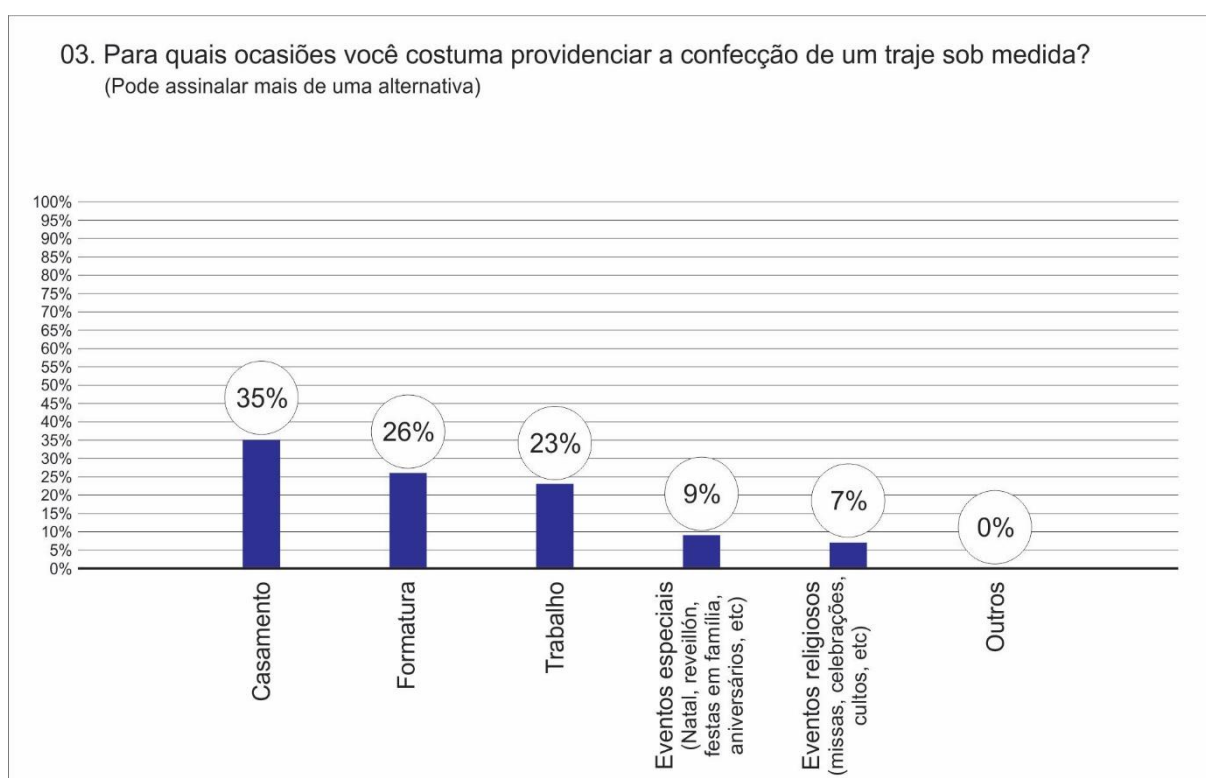


Gráfico 3 - Resultados da 3ª pergunta do questionário

Fonte: Do autor (2015).

Análise da 4ª pergunta (Gráfico 4): Averiguar qual o valor médio que o consumidor se predispõe para pagar em um conjunto de traje social (*blazer*, colete e calça), teve como propósito levantar se o custo das peças a serem concebidas nesse estudo estariam ao alcance do poder de compra dos participantes.

No caso, as margens mais indicadas – entre R\$ 1.500,00 e R\$ 3.000,00 (30%) e R\$ 3.000,00 e R\$ 5.000,00 (40%) – corresponderam que o público escolhido não demonstrou nenhuma restrição no que se refere ao investimento financeiro que ele precisaria fazer para adquirir um traje social que atendesse as suas expectativas.

Ainda em uma parcela menor – mas não menos considerável para esse estudo – o terceiro índice mais apontado (17%) indicou predisposição para pagar valores acima de R\$ 5.000,00 nos trajes sociais.

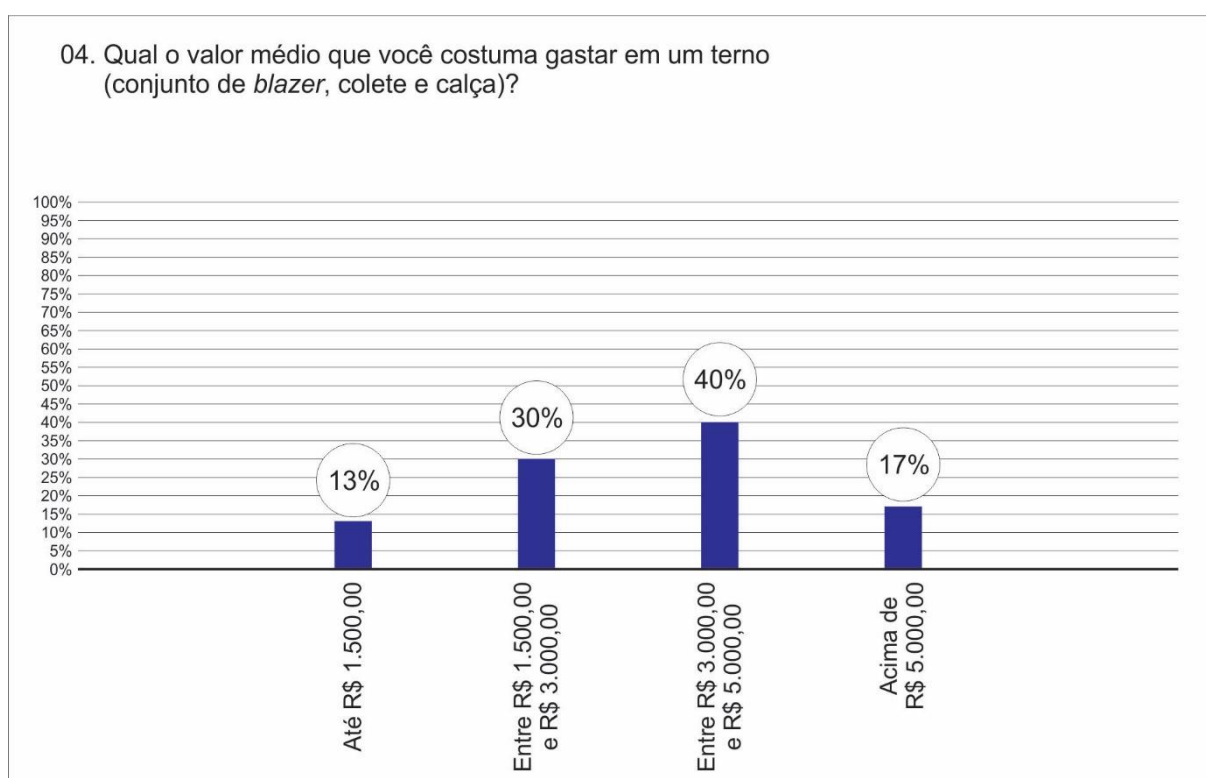


Gráfico 4 - Resultados da 4ª pergunta do questionário

Fonte: Do autor (2015).

Análise da 5ª pergunta (Gráfico 5): Diante das novas necessidades do homem moderno na era globalizada, atualmente é muito comum as empresas lançarem produtos no mercado que ofereçam uma série de vantagens para satisfazer os anseios do público masculino. Isso varia desde produtos como carros, artigos esportivos, cosméticos, vestuários, além de outros. Em virtude disso, os dados levantados na questão 5 indicam como fenômeno um crescimento por parte dos homens na preocupação em se enquadrarem com as últimas tendências lançadas no mercado.

60% dos participantes revelaram preocupações em seguir as últimas tendências de moda ao adquirirem roupas. Quanto a esses dados, fica caracterizado a relevância na pesquisa e na aplicação de informações de tendências durante a concepção dos modelos da coleção a ser proposta nesse trabalho.

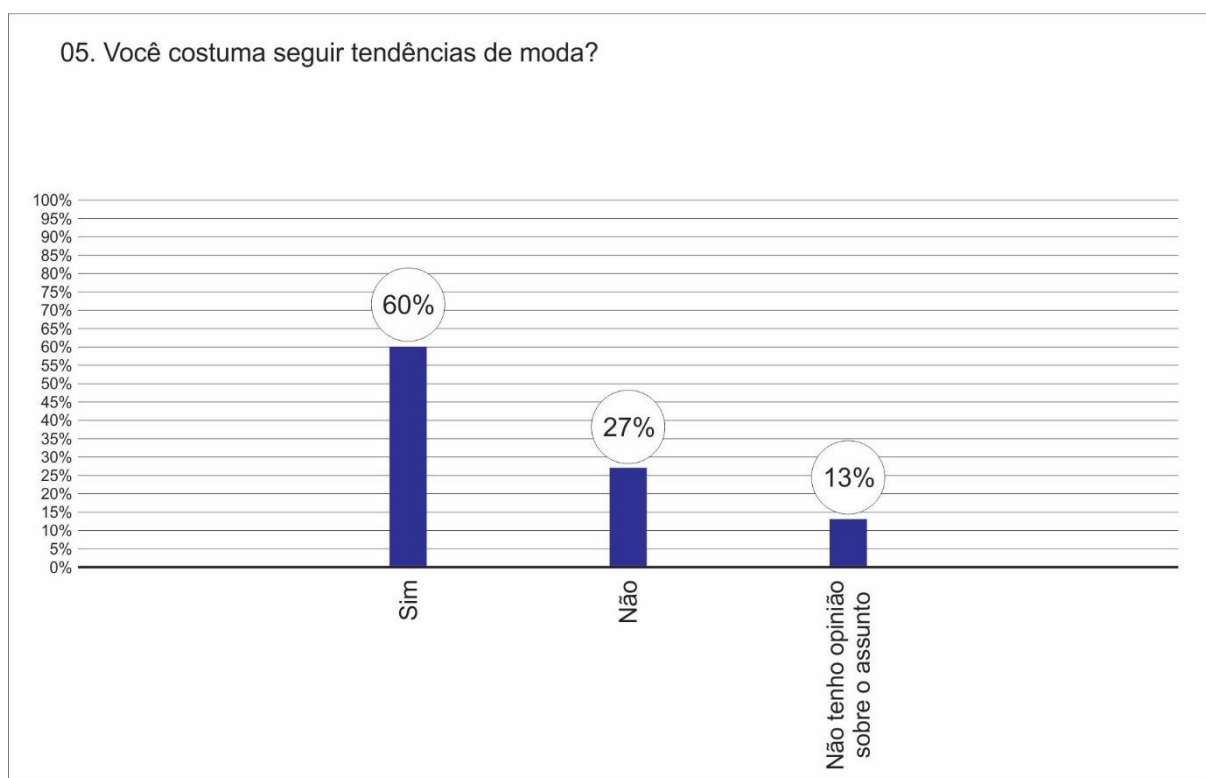


Gráfico 5 - Resultados da 5ª pergunta do questionário
Fonte: Do autor (2015).

Análise da 6ª pergunta (Gráfico 6): Apesar do homem ter superado alguns paradigmas no que se refere à escolha das cores de suas roupas, a preferência no uso de tons mais tradicionais quando se trata de trajes sociais ainda prevalece. A maior parte dos sujeitos abordados (53%) evitou em arriscar na escolha de matizes diferenciadas, fazendo a opção pelas cores tradicionais nas roupas

Por outro lado, a existência de grupos que indicaram cores modernas (22%) e cores metalizadas (9%) como suas preferidas apresenta também uma perspectiva no uso dessas tonalidades em trajes sociais, que poderiam ser viabilizadas por meio de detalhes, acabamentos, tratamentos de superfícies e aviamentos em conjunto com as cores tradicionais nos modelos.

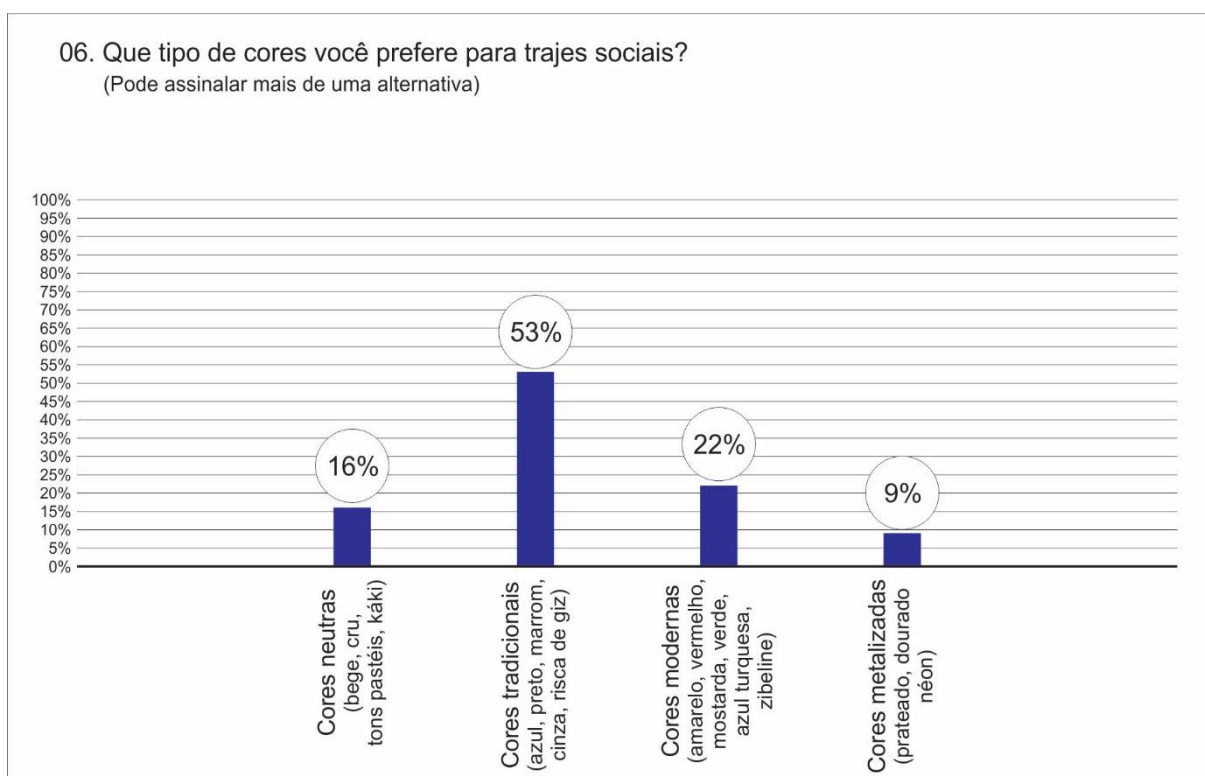


Gráfico 6 - Resultados da 6ª pergunta do questionário

Fonte: Do autor (2015).

Análise da 7ª pergunta (Gráfico 7): No que se refere à investigação de padronagens de desenhos que poderiam ser aplicadas em peças complementares – como coletes e gravatas – os participantes demonstraram, de modo geral, um equilíbrio de preferência nas escolhas dos motivos apresentados, não havendo necessariamente destaque mais focado em um determinado item do questionário.

Conforme os dados do gráfico, as opiniões estão divididas entre os homens consultados: 25% preferem motivos gráficos e geométricos; 20% optaram por desenhos em arabescos; 15% por elementos abstratos; 10% indicaram os motivos florais estilizados; 8% os desenhos tribais e 5% os animais estilizados.

Uma outra parcela do grupo (17%) revelou não usar trajes sociais paralelamente com peças de padronagens. Mesmo sendo um índice considerável – terceiro maior percentual – se comparado com os demais dados apresentados no gráfico, ainda assim percebe-se que a maioria dos participantes não apresenta nenhum tipo de preconceito na adoção de padronagens nos trajes sociais. Em virtude disso, algumas peças da coleção serão desenvolvidas com padronagens para serem utilizadas em conjunto com estruturas mais sóbrias.

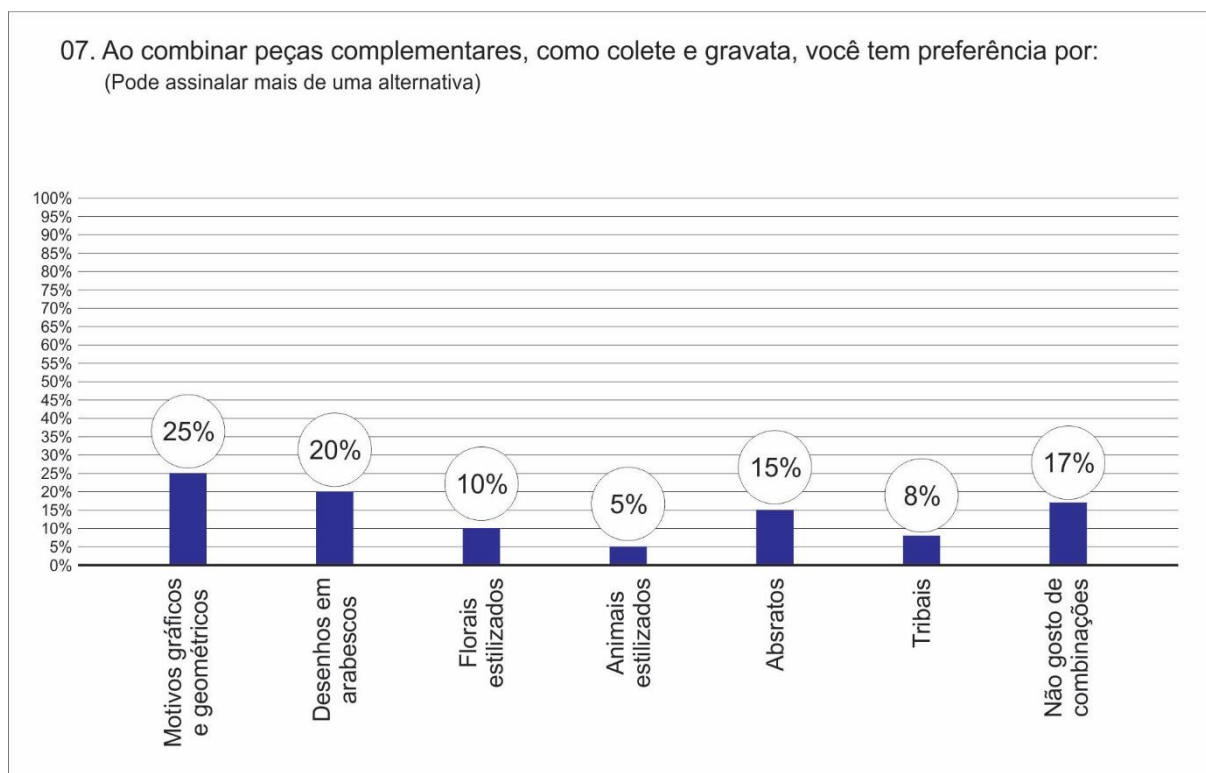


Gráfico 7 - Resultados da 7ª pergunta do questionário
Fonte: Do autor (2015).

Análise da 8ª pergunta (Gráfico 8): Nessa questão o intuito era investigar quais as linhas de *shapes* mais apreciadas pelos participantes para o conjunto de *costume* (*blazer*, colete e calça). A opção pela estrutura ajustada e o resultado da mescla de estruturas tradicional/reta/ajustada foram indicadas com os maiores índices, ambas alcançando 30% na preferência dos homens.

Isso representa que as modelagens das peças nos trajes sociais da coleção desse estudo adotará na maioria das peças estruturas de vestuários com uma estética mais próxima ao corpo, tendo predominância de peças mais ajustadas em equilíbrio com modelos tradicionais e retos.

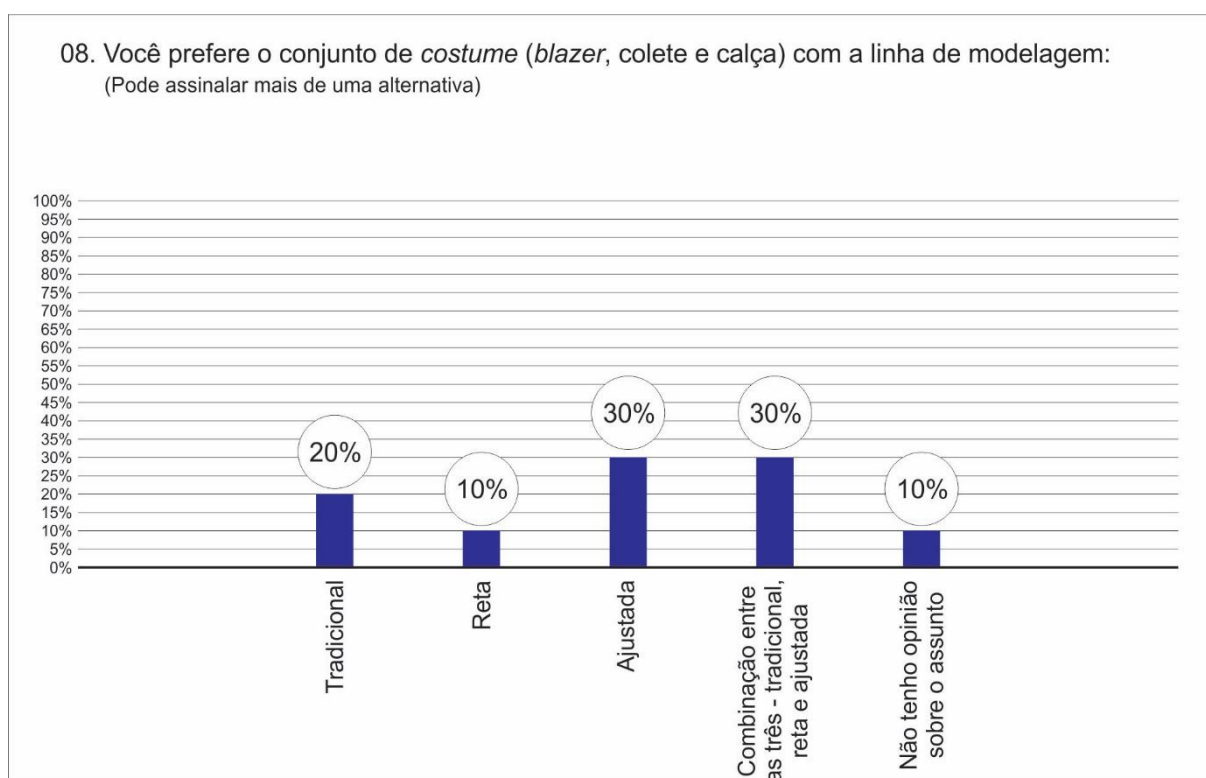


Gráfico 8 - Resultados da 8ª pergunta do questionário
Fonte: Do autor (2015).

Análise da 9ª pergunta (Gráfico 9): Apesar da pouca oferta de vestuários no mercado concebidas com a técnica *double face*, a maioria dos participantes (63%) apontou ter conhecimento sobre o significado dessa expressão. Esses dados demonstram que o acesso à informação sobre técnicas mais diferenciadas que possam agregar valores aos vestuários torna-se cada vez comum na formação do repertório cultural do homem moderno.

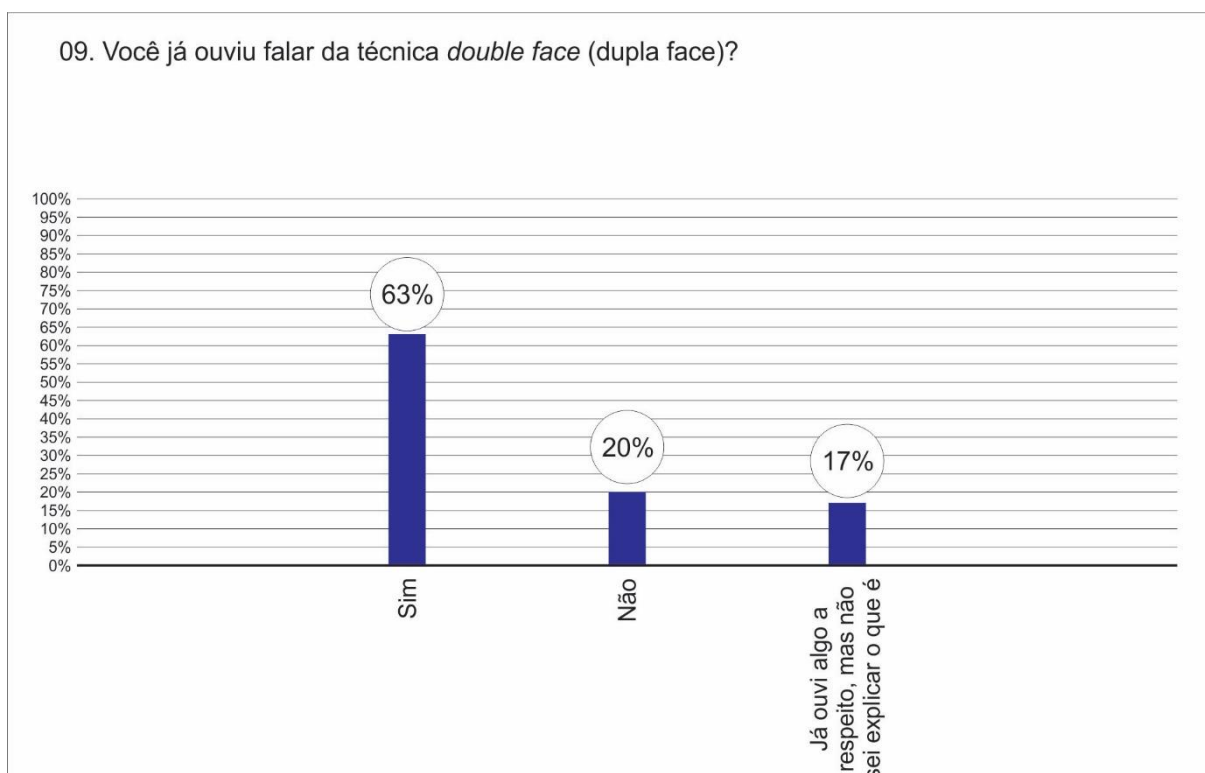


Gráfico 9 - Resultados da 9ª pergunta do questionário
Fonte: Do autor (2015).

Análise da 10ª pergunta (Gráfico 10): Os dados apresentados nessa questão reforçam a hipótese inicial desse estudo. Conforme se observa, a grande maioria dos homens (90%) demonstrou interesse pela existência de uma marca que ofereça vestuários que possam ser utilizados de ambos os lados.

A atribuição desse resultado pode ser atrelada no princípio de que um investimento financeiro maior em um traje social concebido com a técnica *double face* pode ser compensada, considerando que as peças seriam mais bem aproveitadas pelo consumidor.

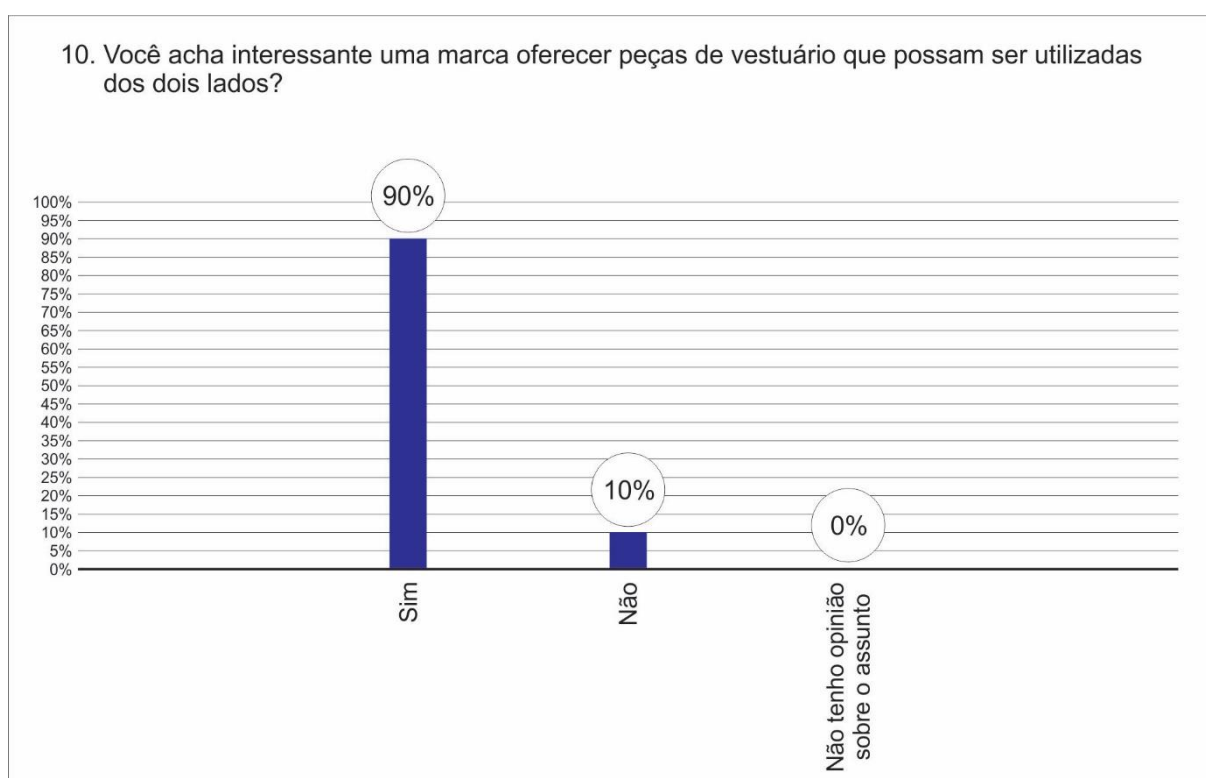


Gráfico 10 - Resultados da 10ª pergunta do questionário
Fonte: Do autor (2015).

Análise da 11ª pergunta (Gráfico 11): Normalmente, a agregação de valor sobre um produto pode gerar implicações no que se refere ao seu custo, elevando o valor para o cliente. Em virtude disso, é indispensável verificar a margem de preço que o consumidor estaria disposto a pagar a mais para obter esse diferencial.

No caso do *double face*, a confecção de peças com essa técnica exige mão-de-obra que seja mais especializada e que domine a execução de acabamentos mais minuciosos, para que os modelos possam oferecer um bom caimento e uma vestibilidade adequada sobre o corpo em ambos os lados das peças.

Considerando esses aspectos, os dados percentuais indicados pelos maiores grupos no gráfico projetam a expectativa da marca para o atendimento dessa necessidade, já que a maioria dos participantes (47%) revelou estar disposta a pagar entre 35% e 50% a mais, enquanto que o outro grupo (30%) afirmou que poderia pagar entre 20% e 35% a mais sobre o valor ao qual estão habituados a gastar para a compra de trajes sociais.

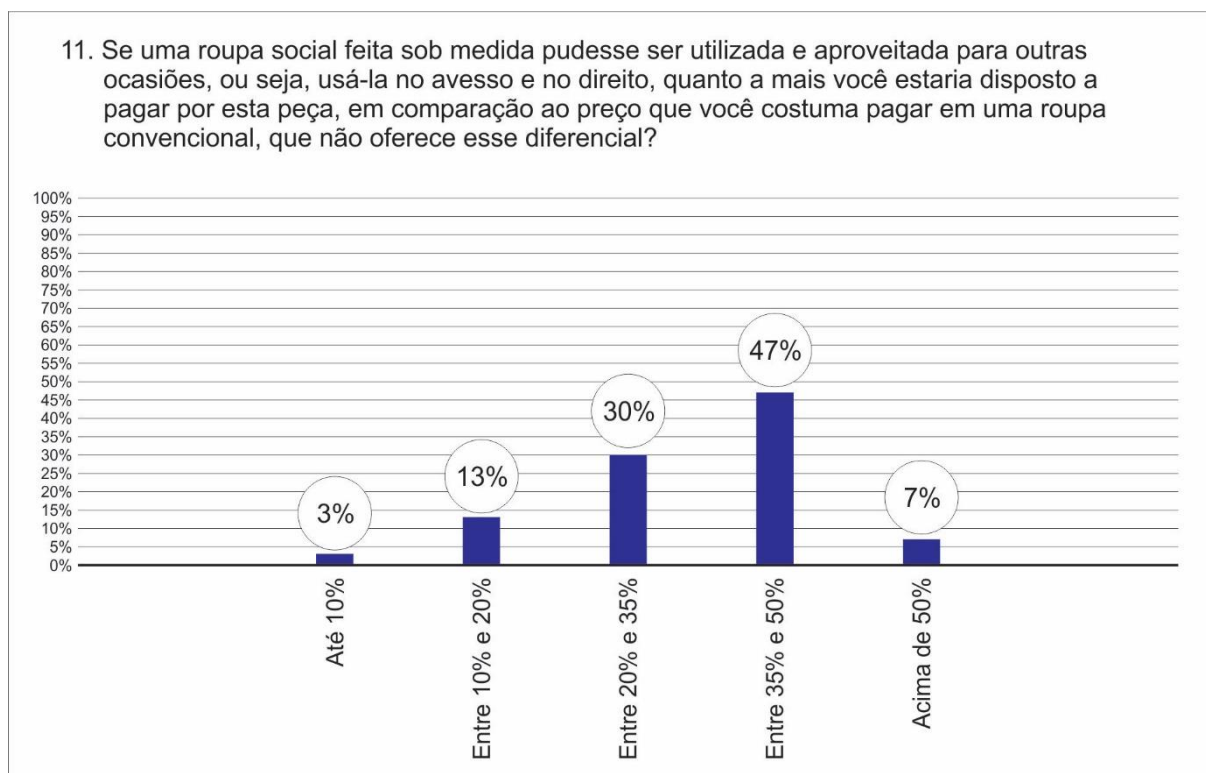


Gráfico 11 - Resultados da 11ª pergunta do questionário
 Fonte: Do autor (2015).

Análise da 12ª pergunta (Gráfico 12): A última pergunta do questionário teve por objetivo averiguar os tipos de combinações que os participantes costumam fazer com roupas sociais – como ternos e *blazers* – em conjunto com peças utilizadas para ocasiões mais informais. De acordo com os dados levantados, a maioria (49%) apontou ter como hábito o uso de trajes sociais associados às peças de estilo mais casual. Já um outro grupo significativo (32%) revelou a preferência pelo uso de roupas sociais com calças *jeans*, enquanto que outra parcela (16%) apontou a possibilidade de usar as peças sociais com vestuários na linha verão, como shorts e bermudas.

Essas informações contribuem para uma reflexão no que se refere ao enriquecimento das estruturas de vestuário para a constituição do *mix* da coleção a ser proposta nesse estudo, já que os dados apresentam como possibilidade a incorporação de peças menos convencionais (shorts, bermudas, calças *jeans*, etc) associadas às estruturas mais tradicionais (ternos, *blazers*, coletes, camisas sociais, etc) do traje social.

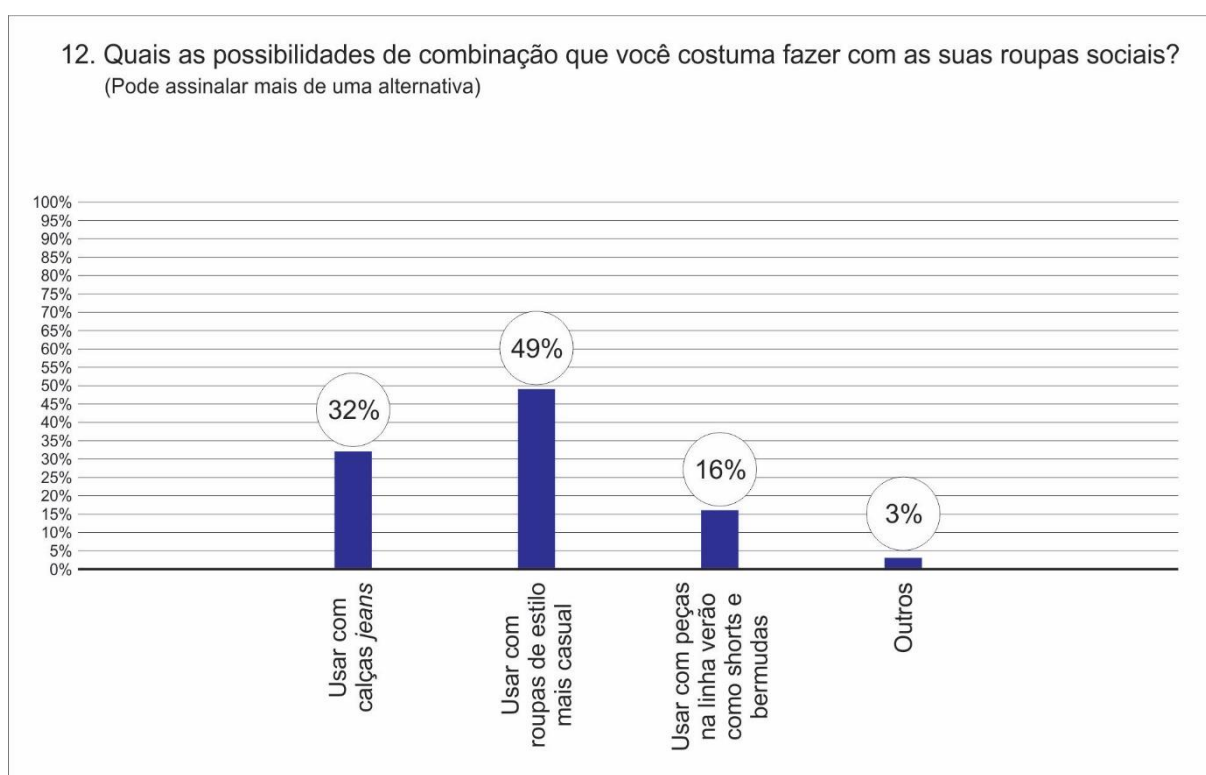


Gráfico 12 - Resultados da 12ª pergunta do questionário
Fonte: Do autor (2015).

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

4.1.1 Nome da Empresa

WR Alfaiataria é uma empresa que visa atender as necessidades do público masculino classe A, oferecendo peças exclusivas, com caimento perfeito, aliadas ao bom gosto e à sofisticação. O nome da empresa se origina a partir da abreviatura do nome de seu fundador – Wagner Risello – que também é usado como nome fantasia da empresa.

4.1.2 Porte

Segundo as normas do SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2015), as empresas podem ser classificadas pela receita bruta anual (Quadro 24).

Empreendedor Individual	Receita bruta anual até R\$ 60.000,00
Microempresa – ME	Receita bruta anual até R\$ 360.000,00
Empresa de Pequeno Porte – EPP	Receita bruta anual até R\$ 3.600.000,00

Quadro 24 - Classificação das empresas - receita bruta anual

Fonte: SEBRAE (2015).

O SEBRAE também utiliza o número de empregados como critério para classificação do porte das empresas.

Microempresa – ME	- Indústria: com até 19 funcionários - Comércio e serviços: com até 9 empregados
Pequena Empresa	- Indústria: de 20 a 99 funcionários - Comércio e serviços: de 10 a 49 empregados
Médio Porte	- Indústria: de 100 a 499 funcionários - Comércio e serviços: de 50 a 99 empregados
Grande Porte	- Indústria: mais de 500 funcionários - Comércio e serviços: mais de 100 empregados

Quadro 25 - Classificação das empresas - número de empregados

Fonte: SEBRAE (2015).

Com base nos critérios de classificação do SEBRAE, a empresa WR Alfaiataria se enquadra como empresa de pequeno porte.

4.1.3 Marca



Figura 21 - Logomarca
Fonte: Do autor (2015).

A W FACE é uma marca especializada em alfaiataria masculina que ganhou esse nome a partir da técnica (*double face*) utilizada para o desenvolvimento das peças.

A marca preza por um bom atendimento, peças exclusivas, qualidade e sofisticação, trazendo para seus clientes tecidos inovadores, com um toque de modernidade.

4.1.4 Conceito da Marca

A marca W FACE trabalha dentro do conceito de ser uma referência em alfaiataria masculina, sob a proposta inovadora da aplicação da técnica *double face* em suas roupas para o multi-uso das peças. Os produtos são valorizados pela modelagem impecável e o caimento perfeito ressaltando ainda mais a beleza do homem moderno.

4.1.5 Segmento

O segmento da marca W FACE é o de alfaiataria masculina, com o desenvolvimento e a confecção de produtos que podem ser usados de ambos os lados e para os diversos tipos de eventos sociais como casamentos, formaturas, confraternizações, aniversários e também no trabalho e nos encontros de *happy hour* no final da tarde.

4.1.6 Distribuição

A distribuição dos produtos da marca W FACE é feita em seu *atelier-loja*, diretamente com os clientes, atendendo todos os pedidos de vendas de peças exclusivas e pelo sistema *e.commerce* por meio do site da empresa.

4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)

Por oferecer uma proposta diferenciada de alfaiataria masculina em suas peças, com o uso da técnica *double face*, não foram identificados concorrentes diretos no mercado.

Em contrapartida, empresas como Center Alfaiataria, Fabrício Fagundes Alfaiataria, Raffer e Homem S/A podem ser consideradas eventuais concorrentes indiretos, já que elas desenvolvem vestuários na linha de alfaiataria e comercializam produtos para homens com o mesmo perfil do público alvo atendido pela W FACE (Figura 22).



Figura 22 - Produtos desenvolvidos pelos concorrentes indiretos
Fonte: Center Alfaiataria (2015) / Homem S/A (2015) / Raffer (2015).

4.1.8 Sistema de Vendas

Por ser um *atelier-loja* em que as roupas são desenvolvidas conforme a necessidade de cada cliente, os produtos são comercializados pela venda direta, com a concepção de peças exclusivas sob hora marcada. As peças também são comercializadas pelo sistema *e.commerce* por meio do site da empresa.

4.1.9 Ponto de Vendas

O *atelier-loja* W FACE é um estabelecimento de marca própria que está localizado na cidade de Londrina, no Estado do Paraná. No *atelier-loja* são comercializadas peças exclusivas atendendo as necessidades de cada cliente.

O ambiente é projetado em tons monocromáticos e sofisticados, decorados com espelhos, mesas de atendimento e manequins para exposição dos produtos. Os espaços do *atelier-loja* são planejados com uma seção para exposição das peças, atendimento ao cliente e uma sala para provas (Figuras 23 e 24).



Figura 23 - Simulação da fachada e do *hall* interno do *atelier-loja*
Fonte: Adaptado de Ricardo Almeida (2015).



Figura 24 - Simulação dos espaços internos do *atelier-loja*
Fonte: Adaptado de Ricardo Almeida (2015).

4.1.10 Preços Praticados

O custo final das peças varia entre R\$ 500,00 e R\$ 1.500,00 para camisas, *blazers* e bermudas, e R\$ 1.500,00 e R\$ 3.000,00 para trajes casuais.

Os modelos sociais mais elaborados – como trajes para casamentos, padrinhos e noivos – são comercializados nas margens de preços em torno de R\$ 3.000,00 e R\$ R\$ 7.000,00.

4.1.11 Marketing

Como estratégia de divulgação da marca são utilizados anúncios em revistas, jornais da região e programas de TV (Figura 25). A W FACE também forma parcerias com empresas de eventos, oferecendo trajes exclusivos para desfiles e exposição em feiras de noivas e festas.

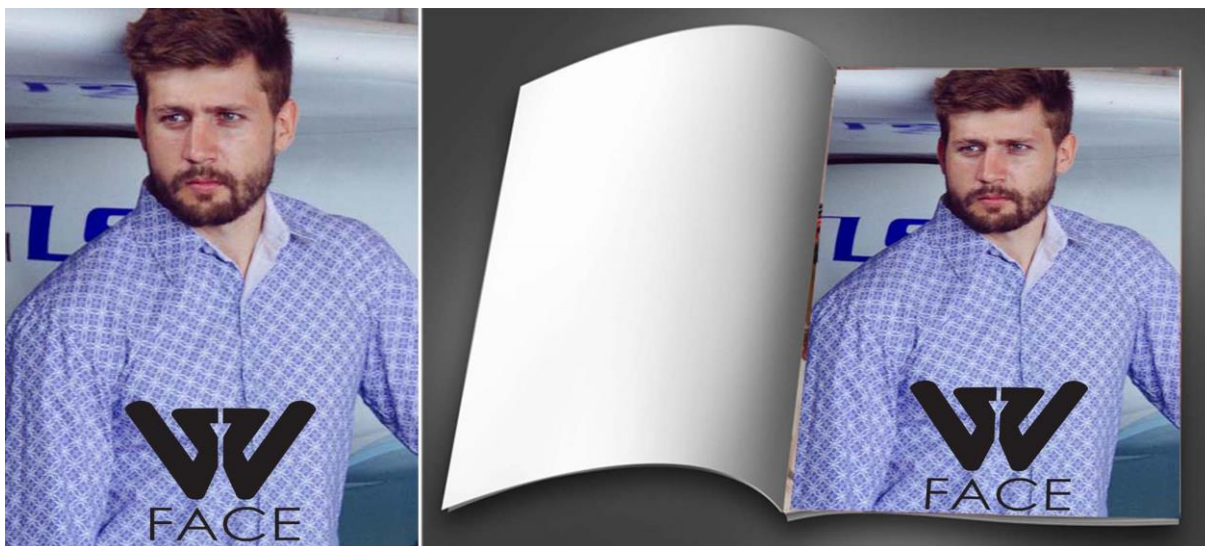


Figura 25 - Propaganda em revista da W FACE
Fonte: Adaptado de DepositPhotos (2015) / Do autor (2015).

Outro meio de divulgação da marca são as redes sociais como *Facebook* e o *Instagram*. Além disso, a marca também faz propagandas em

outdoors e catálogos impressos, que são distribuídos junto aos clientes e em eventos de moda (Figura 26).



Figura 26 - Propaganda em *outdoor* da W FACE
Fonte: Adaptado de Santa Maria (2015) / Do autor (2015).

4.1.12 Promoção

A cada compra efetuada no *atelier-loja*, o cliente ganha 10% de desconto na compra parcelada em até duas vezes e 5% na compra parcelada em até quatro vezes.

Caso o cliente volte a fazer uma segunda compra em um prazo menor de 45 dias, a empresa fornece um cartão-fidelidade que lhe garante o direito a um desconto de 15% em cada compra efetuada.

4.1.13 Planejamento Visual e Embalagem



Figura 27 - Embalagem - capa para terno completo
Fonte: Do autor (2015).



Figura 28 - Embalagem - sacola
Fonte: Adaptado de FestaBox (2015) / Do autor (2015).



Figura 29 - Embalagem - caixa para presente
Fonte: Do autor (2015).

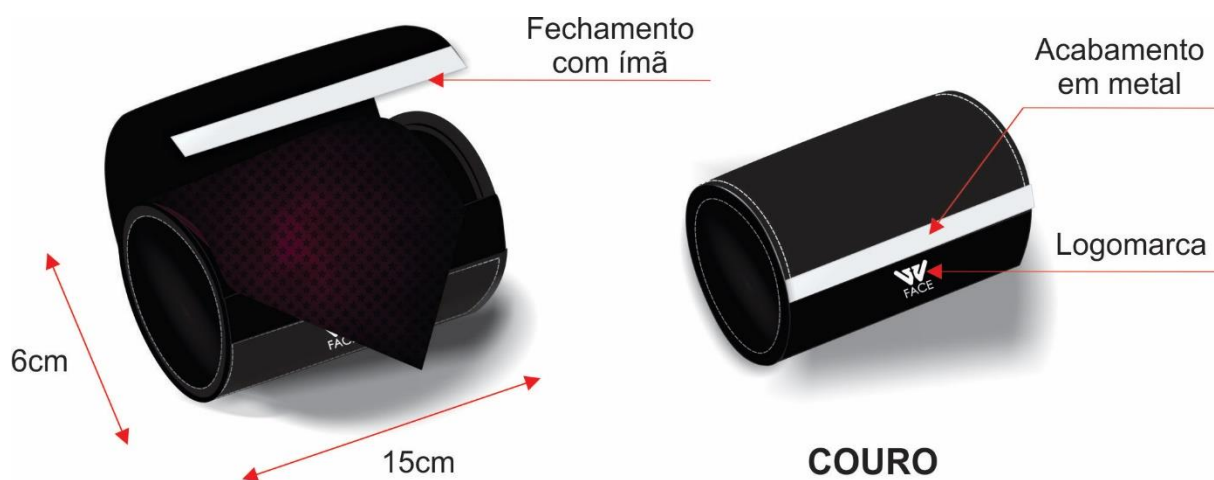


Figura 30 - Embalagem - caixa-estojo para gravata
Fonte: Do autor (2015).



Figura 31 - Tag
Fonte: Do autor (2015).



Figura 32 - Cartão de visita
Fonte: Do autor (2015).

4.2 PÚBLICO ALVO



Figura 33 - Público alvo
Fonte: Pinterest (2015).

4.2.1 Perfil do Consumidor

O público alvo da marca W FACE é formado por homens entre 30 e 35 anos, pertencentes à classe A e que prezam pela compra de produtos com qualidade. Esse grupo constitui-se de pessoas que adoram andar bem vestidos para todas as ocasiões. São sofisticados e buscam sempre peças inovadoras, exclusivas e com caimento perfeito.

Vaidosos, sempre estão preocupados com a sua aparência e não tem medo de ousar no vestuário. Além do uso de trajes sociais em ocasiões como casamentos, formaturas, confraternizações e aniversários, alguns deles não dispensam o terno/*costume* no trabalho ou em reuniões empresarias, ou até mesmo em encontros com os amigos em bares e restaurantes.

Grande parte desse público possui formação superior e estão em constante busca por novos conhecimentos para o crescimento profissional. São homens bem informados e que seguem tendências de moda, vestindo-se de acordo com as últimas novidades lançadas no mercado.

Possuem uma situação financeira sólida e independente e têm uma vida emocional estável e bem resolvida. Apreciam carros sofisticados, pratos da culinária internacional e bons vinhos. Costumam usar suas horas de lazer para práticas de esportes e viagens, além de frequentar eventos e festas na companhia de amigos.

4.3 PESQUISAS DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)

Tendências são fenômenos em evoluções que atingem a tecnologia, a arquitetura, a moda, o design, a gastronomia e assim por diante. A interpretação visual dos acontecimentos no decorrer do tempo a serem refletidos na moda, dá-se devido às pesquisas de comportamento que visam captar macrotendências de consumo especialmente fortes.

Macrotendências são grandes movimentos ou correntes socioculturais, que influenciam as sociedades, a cultura, o consumo, por períodos de tempo mais longos. São também chamadas de tendências de fundo, em sociologia. Já os modismos, as tendências de moda, o *boom*, etc, são tendências de ciclo curto. Este último tipo de tendência também é importante para o mercado, mas as macrotendências são mais estratégicas, no sentido de permitirem a identificação de territórios de posicionamento e de novas oportunidades (para o desenvolvimento de novos produtos, por exemplo, um processo que geralmente demanda um tempo mais longo de maturação, não dá pra pensar em termos de modismos – no caso do *fast fashion* isso funciona muito bem, mas se pensarmos em termos de automóveis, objetos, espaços, serviços... a história é outra). (CALDAS, 2010).

O portal WGSN – *World Global Style Network* (2015) uma das principais empresas de pesquisa e inteligência de estilo – lançou um *preview* sobre as macrotendências de comportamento e de consumo que estarão presentes em 2016 e uma delas é denominada como “Utopias Cotidianas”, que se enquadra na “vida simples e conectada à natureza”.

“Utopias Cotidianas”: Busca de pequenos paraísos no dia a dia, retirando o excesso e deixando apenas o que é essencial. Valorização dos elementos fundamentais da vida: o tempo, a simplicidade e o prazer (Figura 34).



Figura 34 - Macrotendências - Utopias Cotidianas
Fonte: Donna (2015).

4.3.2 Microtendências (Estéticas)

As microtendências são conhecidas como “tendências de ciclo curto”, que estão relacionadas com os eventos curtos da moda.

Se olharmos para as pessoas ao nível da rua, veremos o que vestem e o que têm nas mãos. Poderemos até mesmo ouvir certas palavras em suas conversas referindo-se a eventos atuais. Estas são as microtendências ou tendências de moda. Costumam durar de um a cinco anos e ditam que roupa vestimos, que tipo de engenhocas eletrônicas usamos e que tipo de expressões do momento permeiam nossa linguagem. (LINDKVIST, 2010, p. 6).

Quando se trata de tendências referentes ao vestuário e comportamento, podemos usar dois termos: “*Fad*” e “*Trend*”.

“*Fad*” é uma moda passageira que some com a mesma intensidade que apareceu. Geralmente são peças fáceis de serem produzidas e de baixo custo. Já “*Trend*” está ligado ao movimento ou à direção, vários designers produzem uma

peça, o varejista compra e o consumidor continua usando. Não é fácil diferenciar uma tendência (*trend*) de uma moda passageira (*fad*), mas pode se observar pelo modo como elas se constroem, pois uma tendência tem um local que se originou, já a moda passageira não tem esse alicerce.

A WGSN (2015) define os caminhos para as tendências do verão 2016. O “*Past Modern*” é uma delas. Com o passado assumindo outra relevância e o tempo se tornando não-linear, os termos “futuro” e “progresso” são interpretados de maneiras diferentes e as linhas do tempo estão sendo removidas da história.

“*Past Modern*” – A alfaiataria contemporânea parece ser fácil, porém não no dia a dia, pois necessita de peças combinando para manter um certo sentido, independente do estilo. Combinações de cores claras e alta-costura com uma abordagem mais despojada conferem uma elegância moderna e luxuosa (Figura 35).

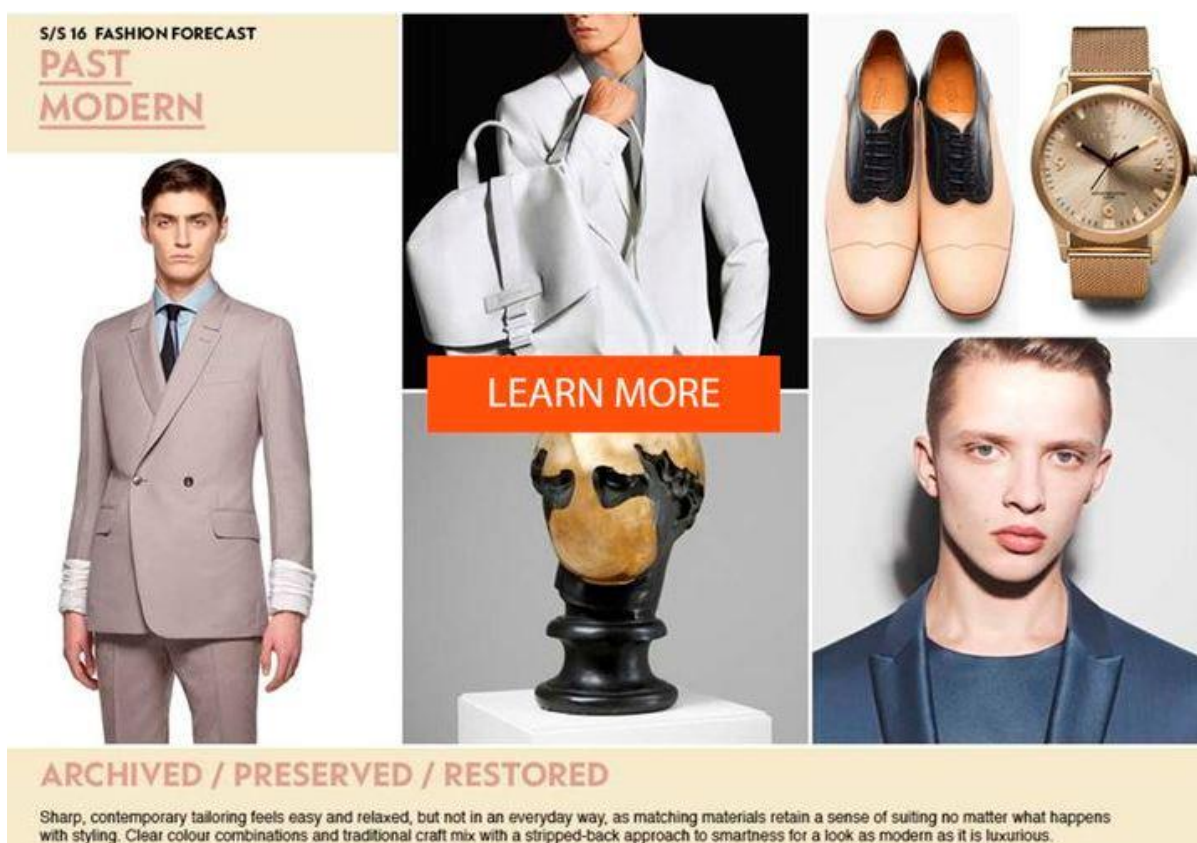


Figura 35 - Microtendências - *Past Modern*
Fonte: Pinterest (2015).

4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

4.4.1 Delimitação Projetual

O público alvo da marca W FACE constitui-se de pessoas que necessitam de peças de alfaiataria versáteis para serem usadas em eventos sociais e na rotina diária do trabalho. Esses homens precisam de vestuários que tenham uma modelagem adequada às conformações de seu corpo e que sejam confeccionadas com tecidos confortáveis que possam proporcionar bem-estar a todo instante.

As roupas traduzem a imagem do homem sofisticado e do profissional bem-sucedido da era globalizada. A aplicação da técnica *double face* utilizada como fator de inovação na coleção e que promove o uso das peças em ambos os lados, representa a versatilidade do homem contemporâneo, que consegue manter a sua elegância sem repetir o mesmo modelo.

4.4.2 Especificações do Projeto

4.4.2.1 Conceito da coleção

A técnica do desenho gráfico permite criar uma ilusão de espaço e distância em uma superfície plana, de modo que a representação do objeto possa ser percebida sob ângulos em perspectiva. Esse efeito torna-se possível uma vez que todas as linhas do objeto apontam para um ponto colocado na linha do horizonte, denominado como “ponto de fuga”.

O “ponto de fuga” é o lugar para o qual a nossa visão se volta naturalmente no horizonte, e quando se presta mais atenção aos resultados obtidos diante desse fenômeno, as possibilidades de paisagens que os olhos captam são infinitas.

Essas paisagens são, nada mais nada menos, que um conjunto de elementos em sintonia com a natureza – criação de Deus – e as obras edificadas pelo homem. Muitas vezes a percepção pelo olhar de tudo isso que está ao nosso redor traz para o indivíduo a paz de espírito e o equilíbrio necessário para repor as suas energias diante dos desafios do dia a dia.

É sob essa ótica que a coleção Verão 2016 da marca W FACE pretende trabalhar. Desenvolver vestuários que ao entrarem em contato com o corpo masculino, permitam que o homem encontre o seu “ponto de fuga”. Uma fuga que possibilite levá-lo aos lugares mais fantásticos – quer seja no meio profissional, familiar ou social – em que ele possa realizar os seus sonhos e celebrar, com toda intensidade, a razão de sua existência.

4.4.2.2 Nome da coleção

A coleção Verão 2016 da marca W FACE é denominada como “Ponto de Fuga”.

4.4.2.3 Referências da coleção

A coleção Verão 2016 da marca W FACE é inspirada na arquitetura moderna e minimalista, que explora na projeção de espaços a pureza dos elementos geométricos em sintonia com a junção de planos paralelos, diagonais e perpendiculares, que resultam na tridimensionalidade de configurações de volumes leves, elegantes e refinados.

Como parâmetros de referência, a coleção se concentra no estudo das obras de três grandes arquitetos modernos: Le Corbusier, Frank Lloyd Wright e Oscar Niemeyer.

Considerado como um dos grandes ícones da Arquitetura Moderna no século XX, Le Corbusier desenvolveu vários projetos com o uso inteligente das

formas geométricas em harmonia com as necessidades de apropriação do espaço pelo homem.

Uma das obras mais conhecidas de Le Corbusier é a *Villa Savoye*, uma casa projetada em 1928 e localizada na França. As principais características da arquitetura moderna presentes na obra são: a planta livre de estrutura (em que as paredes divisórias dos espaços são projetadas sem a função de sustentação); a construção sobre pilotis; a presença do terraço-jardim e a janela em fita contínua – atributos que até hoje são incorporados pelos arquitetos da era contemporânea (Figura 36).



Figura 36 - *Villa Savoye* - Le Corbusier, 1928
Fonte: Montakasa (2015).

Outros dois grandes nomes da arquitetura moderna são o americano Frank Lloyd Wright – que projetou a famosa “Casa da Cascata”, um projeto integrado em harmonia com a natureza – e o brasileiro Oscar Niemeyer – que marcou história revolucionando a plástica da arquitetura moderna com curvas sinuosas em suas obras (Figura 37).



Figura 37 - Casa da Cascata (Wright) / Palácio do Planalto (Niemeyer)
Fontes: Habitar (2015) / Viver AU (2015).

O conceito do purismo e da materialidade das formas geométricas incorporadas nas obras da arquitetura moderna está presente na coleção Verão 2016 da W FACE, principalmente na concepção das modelagens das estruturas-bases dos vestuários

Uma outra referência para a coleção Verão 2016 da W FACE são os “cobogós”. Os cobogós são blocos vazados que podem ser feitos com diversos tipos de materiais, tais como cerâmica, cimento, madeira, vidro, entre outros (Figura 38). De acordo com o site Anual Design Brasil (2015), eles foram criados em 1929 por três engenheiros e a origem do nome partiu das iniciais de seus inventores: Amadeu Oliveira Coimbra (CO), Ernest August Boeckmann (BO) e Antônio de Góes (GÓ).



Figura 38 - Cobogós
Fonte: Papo de Arquitetas (2015).

Originalmente em concreto, o cobogó foi criado e patenteado em 1929, pelo comerciante português Amadeu Oliveira Coimbra, o alemão Ernst August Boeckmann e o engenheiro pernambucano Antônio de Góes. Os três moravam em Recife, no início do século, trabalhavam na construção civil, e a criação foi uma solução para amenizar as condições climáticas no interior das casas nordestinas, e levantar paredes sem vedar a entrada de ar no ambiente. Uma ideia simples e barata, que se popularizou rapidamente, passando, nos anos 1940 e 1950, a ocupar também o interior de casas, servindo como divisória de ambientes. Adotado pela arquitetura modernista, esse recurso passou por mutações, e foi muito usado na construção da nova capital, sendo facilmente encontrado em casas e prédios públicos do plano piloto. (ANUAL DESIGN BRASIL, 2015).

Os cobogós são inspirados em elementos da arquitetura árabe, denominado como “muxarabis” – que consiste em um entrelaçado de tiras de madeira que eram aplicados nas janelas das residências do período colonial para que as mulheres pudessem ver a rua sem serem vistas. (ANUAL DESIGN BRASIL, 2015).

Esses elementos são utilizados até hoje como um excelente recurso decorativo em projetos de arquitetura, tanto para fachadas como para ambientes internos, e também para mobiliários. Além do apelo estético, os cobogós ainda possuem o seu lado funcional, uma vez que permitem a passagem de luz e a ventilação de ar nos ambientes (Figura 39).

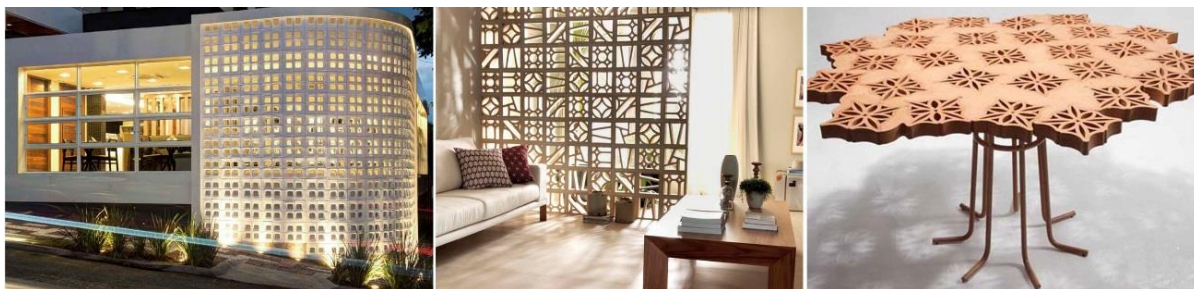


Figura 39 - Cobogós aplicados em fachadas, ambientes internos e mobiliários
Fontes: Pastilon Acabamentos (2015) / Portobello (2015) / Anual Design Brasil (2015).

Na coleção da W FACE, as configurações dos desenhos dos cobogós são referenciadas nos tratamentos das superfícies por meio de estampas utilizadas em algumas peças.

Ainda nesse sentido, dentro da linha de concepção do arquiteto americano Frank Lloyd Wright – que mistura o brutalismo das cores lisas dos materiais de seus edifícios junto com o entorno da natureza – também são adotadas

como referências de inspiração na coleção da W FACE os diversos tipos de detalhes de texturas presentes na natureza (Figura 40).



Figura 40 - Detalhes de texturas da natureza
Fontes: Freepik (2015) / Fotosearch (2015).

4.4.2.4 Cores

As cores selecionadas para a coleção Verão 2016 da W FACE se constituem em uma variedade de matizes que estão presentes em matérias-primas têxteis lisas e estampadas.

Dentre elas, destacam-se o branco *off white* (11-0601 TPX) e o preto (19-4305 TPX), com as variações de tons bege (16-1333 TPX) e marfim (19-0820 TPX), que são perfeitos para a estação de verão. Também há a presença dos tons pastéis, em matizes como azul celeste (12-4608 TPX), verde (15-0336 TPX), verde claro (16-0220 TPX), rosa (12-1010 TPX) e cru (12-1009 TPX), além do uso de tonalidades mais vibrantes como vermelho (17-1664 TPX), turquesa (16-4535 TPX), verde bandeira (17-6030 TPX), verde musgo (18-6011 TPX) e azul royal (18-4247 TPX), cores que proporcionam o toque de ousadia nos modelos, em especial nas estampas, nos detalhes e nos complementos.

4.4.2.5 Materiais

A marca W FACE utiliza para a coleção Verão 2016 tecidos de toque leve e suave, tais como cambraia, chambri, brim, linho, percau, sarja e tricoline.

São adotados tecidos de tramas lisas e maquinados, além dos jacquards e das matérias-primas têxteis com padronagens diversas de estampas. Os forros são empregados de maneira a oferecer uma sutil aparência de modernidade, que proporciona como resultado final características próprias de uma alfaiataria *handmade* (feito à mão).

4.4.2.6 Formas e estruturas (*shapes*)

As formas e estruturas selecionadas para a coleção Verão 2016 da W FACE se baseiam em *shapes* nas linhas “trapézio”, “ajustado” e “reto” (Figura 41).

Os vestuários concebidos nos *shapes* “trapézio” e “ajustado” são desenvolvidos com modelagens mais próximas ao corpo, que segue uma conformação mais acinturada, com o objetivo de valorizar mais a silhueta masculina.

Já o *shape* “reto” promove a sensação de conforto e bem-estar nas peças, que é uma exigência indispensável para o homem moderno.



Figura 41 - *Shapes*
Fonte: Adaptado de Yahoo! Lifestyle (2015).

4.4.2.7 Tecnologias

Além da concepção dos desenhos manuais, o departamento de criação e desenvolvimento da W FACE utiliza alguns softwares gráficos como o *CorelDraw* e o *Adobe Photoshop* para otimizar o processo de execução dos desenhos planejados que são adicionados nas fichas técnicas.

Para a confecção dos modelos, os maquinários utilizados são os equipamentos de corte para enfeitos e as máquinas de costura do tipo reta e overlock, além de ferro industrial à vapor para a fase de passadoria ou processos de montagem de golas, colarinhos e punhos.

A W FACE adota o uso dos sistemas de modelagem plana e tridimensional, com a utilização de ferramentas apropriadas como régua, esquadros, curvas francesas, fitas métricas, além de manequins de provas com diversas numerações de tamanhos.

4.4.2.8 Mix da coleção

Tabela 2 - Mix da Coleção

COLEÇÃO VERÃO 2016 – “PONTO DE FUGA”					
Produto	Modelo	Referência	Mix	Look	Quantidade
TOPS	Camisa Manga Curta	CMC001DF	Vanguarda	Look 09	3
		CMC002DF	Vanguarda	Look 10	
		CMC003DF	Vanguarda	Look 15	
	Camisa Manga Longa	CML001DF	Vanguarda	Look 01	22
		CML002DF	Fashion	Look 02	
		CML003DF	Vanguarda	Look 03	
		CML004	Fashion	Look 04	
		CML005	Fashion	Look 05	
		CML006DF	Vanguarda	Look 06	
		CML007DF	Vanguarda	Look 07	
		CML008	Vanguarda	Look 08	
		CML009	Vanguarda	Look 11	
		CML010	Básico	Look 12	
		CML011	Básico	Look 13	
		CML012DF	Fashion	Look 14	
		CML013	Fashion	Look 16	
		CML014DF	Vanguarda	Look 17	
		CML015DF	Fashion	Look 18	
		CML016DF	Vanguarda	Look 19	
		CML017DF	Vanguarda	Look 20	
		CML018DF	Fashion	Look 21	
		CML019	Fashion	Look 22	
	CML020DF	Fashion	Look 23		
	CML021	Básico	Look 24		
	CML022DF	Fashion	Look 25		
Colete	COL001DF	Fashion	Look 25	1	
Blazer	BLZ001	Fashion	Look 01	4	
	BLZ002DF	Vanguarda	Look 16		
	BLZ003	Fashion	Look 18		
	BLZ004	Fashion	Look 21		
BOTTOMS	Bermuda	BRD001DF	Vanguarda	Look 01	5
		BRD002	Básico	Look 03	
		BRD003	Fashion	Look 09	
		BRD004	Básico	Look 10	
		BRD005DF	Fashion	Look 11	
	Calça	CAL001DF	Fashion	Look 05	15
		CAL002DF	Fashion	Look 06	
		CAL003	Básico	Look 07	
		CAL004DF	Fashion	Look 08	
		CAL005	Básico	Look 14	
		CAL006	Básico	Look 15	
		CAL007	Fashion	Look 16	
		CAL008	Fashion	Look 17	
		CAL009DF	Fashion	Look 18	
		CAL010	Fashion	Look 19	
		CAL011DF	Fashion	Look 20	
		CAL012	Básico	Look 21	
		CAL013DF	Fashion	Look 22	
		CAL014DF	Fashion	Look 24	
		CAL015DF	Fashion	Look 25	
SUITS	Terno Completo	TRN001DF	Vanguarda	Look 02	5
		TRN002DF	Vanguarda	Look 04	
		TRN003DF	Vanguarda	Look 12	
		TRN004DF	Fashion	Look 13	
		TRN005DF	Vanguarda	Look 23	
TOTAL					55

Obs.: As referências com a identificação “DF” no final são para as peças “Double Face”.

Fonte: Do autor (2015).

4.5 PAINEL SEMÂNTICO

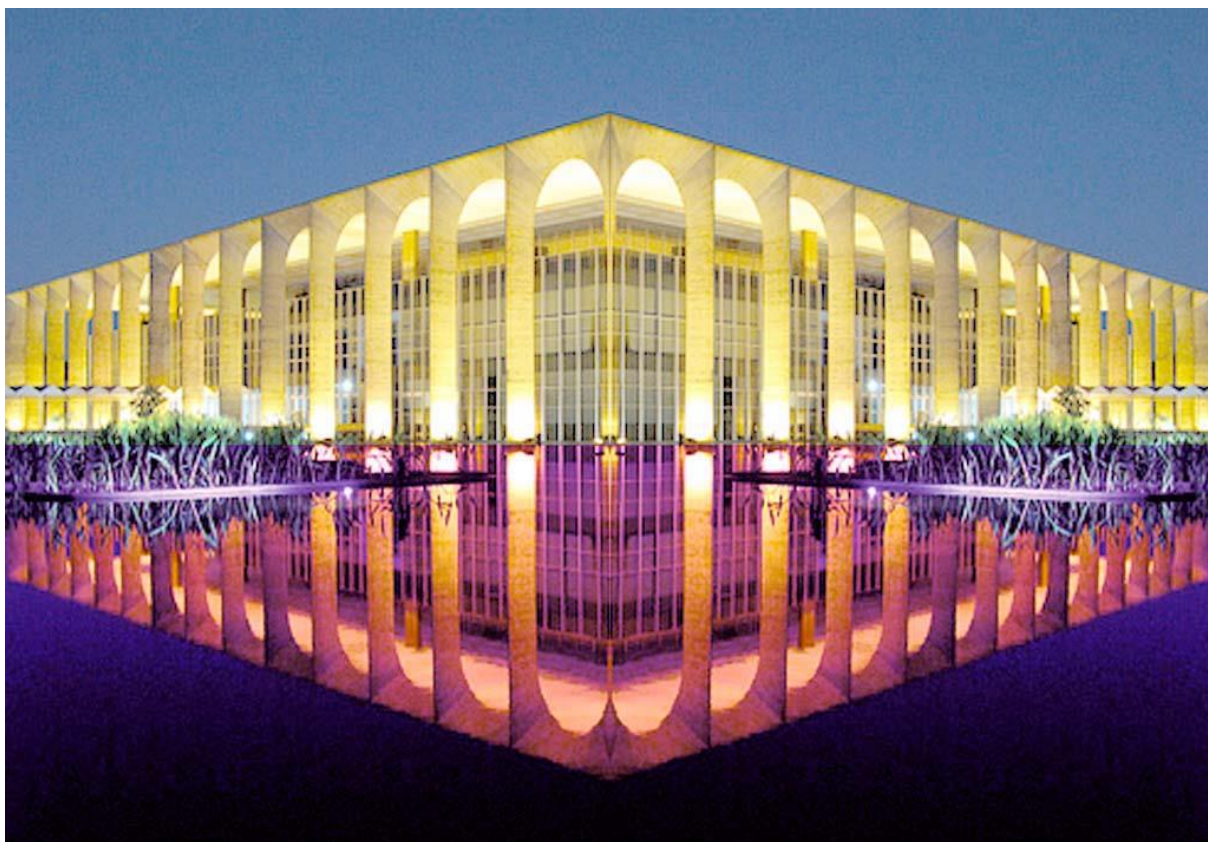


Figura 42 - Painel semântico
Fonte: Adaptado de Pinterest (2015).

4.6 CARTELA DE CORES

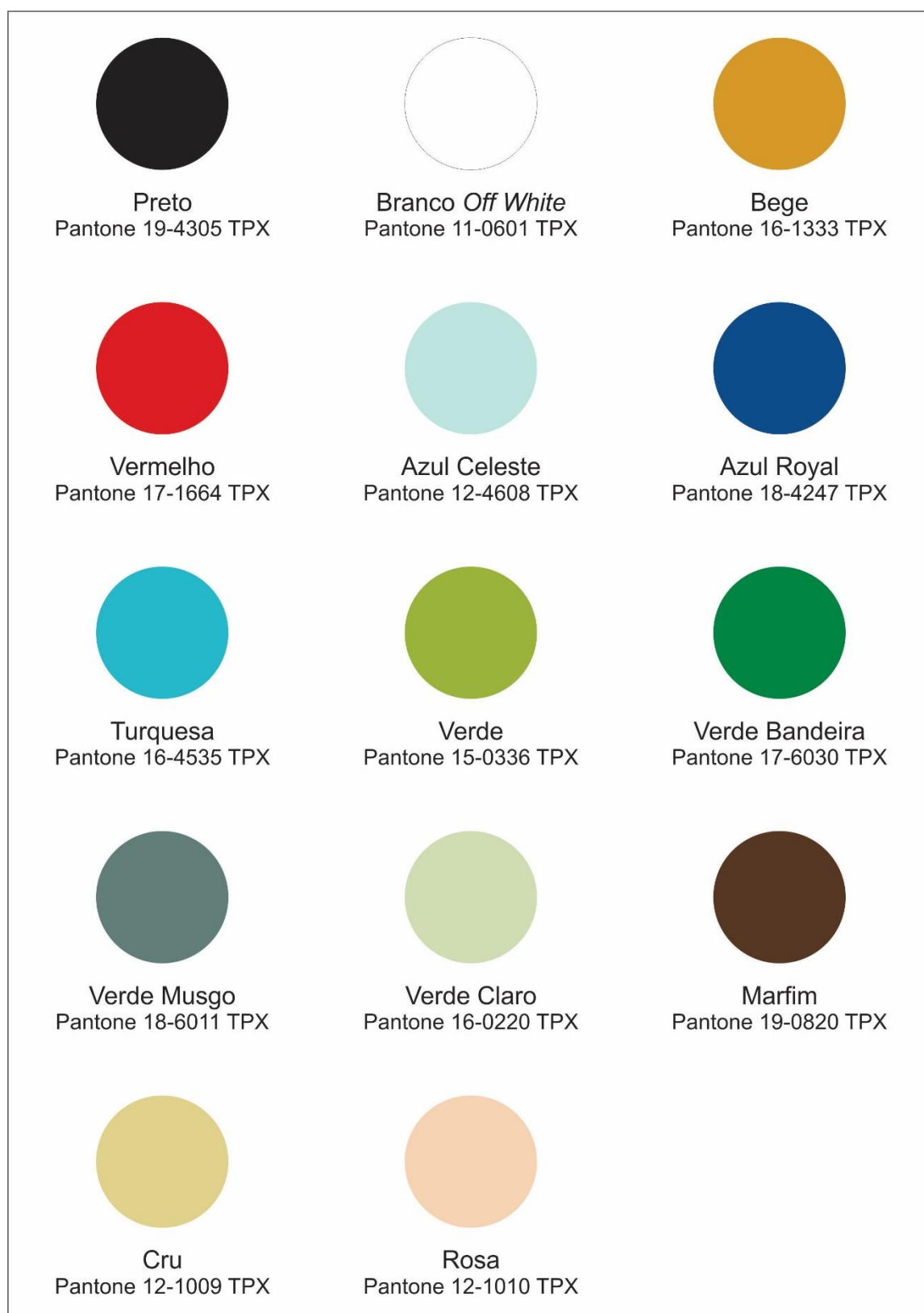


Figura 43 - Cartela de cores
Fonte: Do autor (2015).

4.7 CARTELA DE MATERIAIS



Figura 44 - Cartela de materiais - 1ª parte
Fonte: Do autor (2015).



Figura 45 - Cartela de materiais - 2ª parte
Fonte: Do autor (2015).

4.8 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS

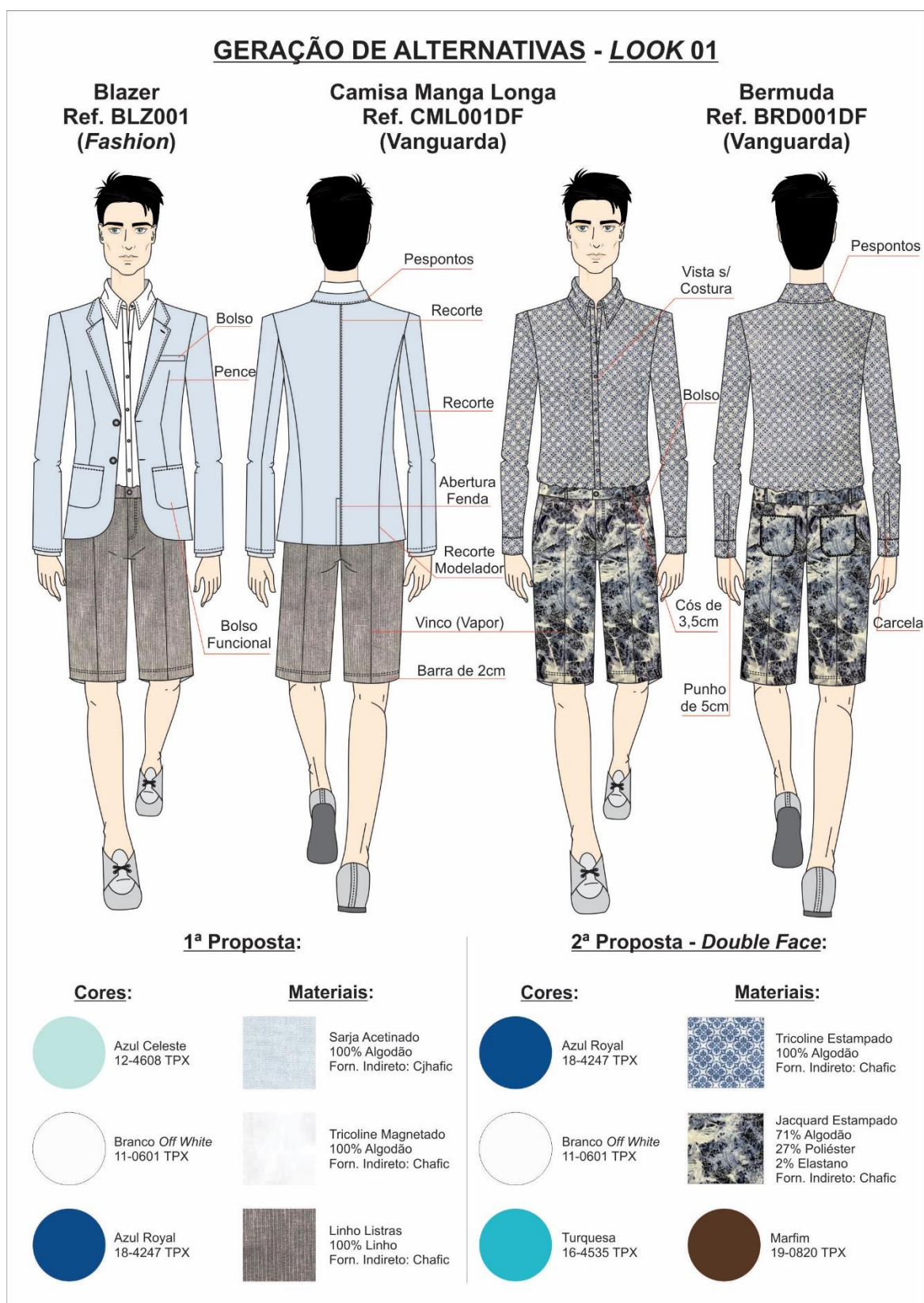


Figura 46 - Geração de alternativa - look 01
Fonte: Do autor (2015).

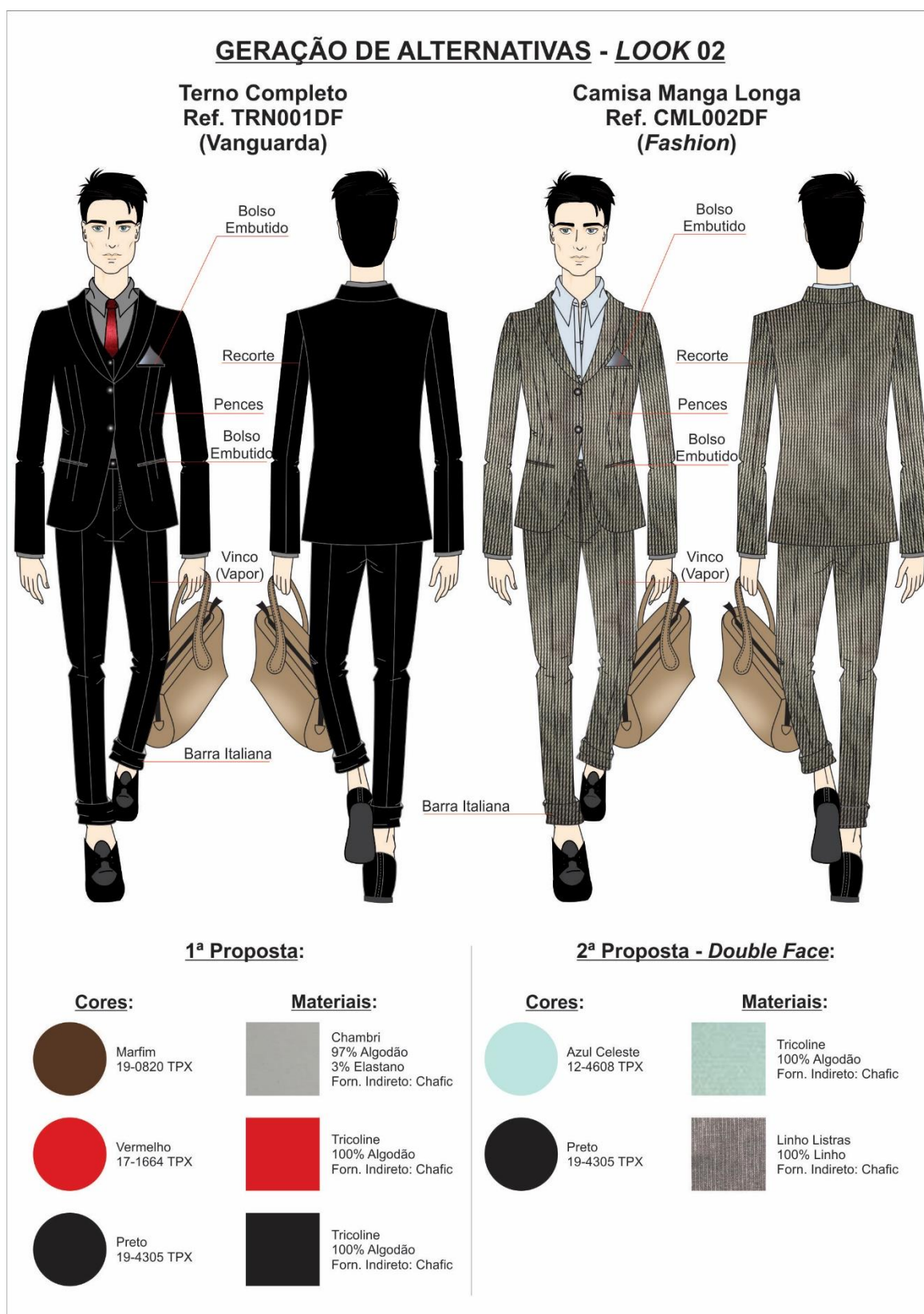


Figura 47 - Geração de alternativa - look 02
Fonte: Do autor (2015).

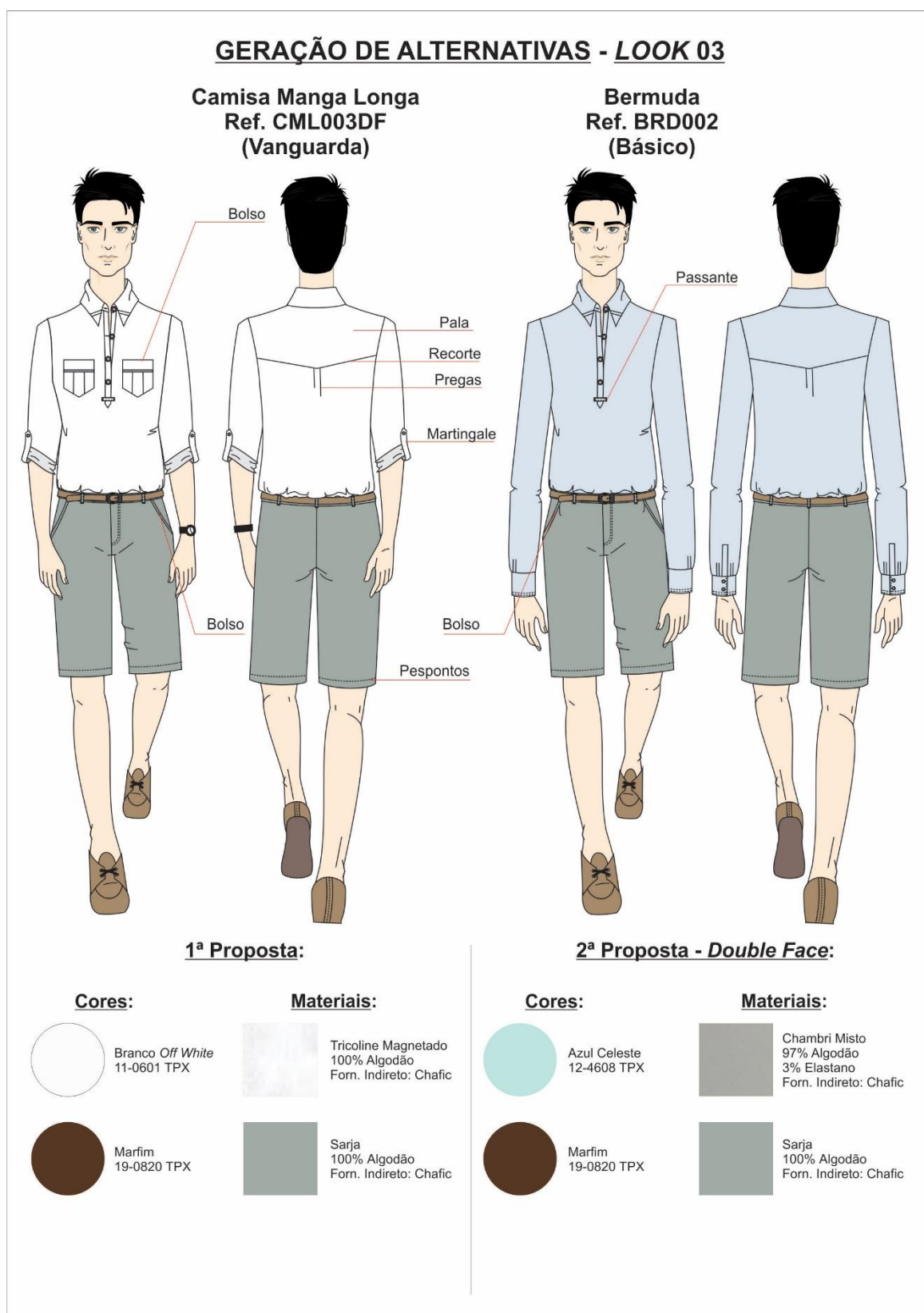


Figura 48 - Geração de alternativa - look 03
Fonte: Do autor (2015).

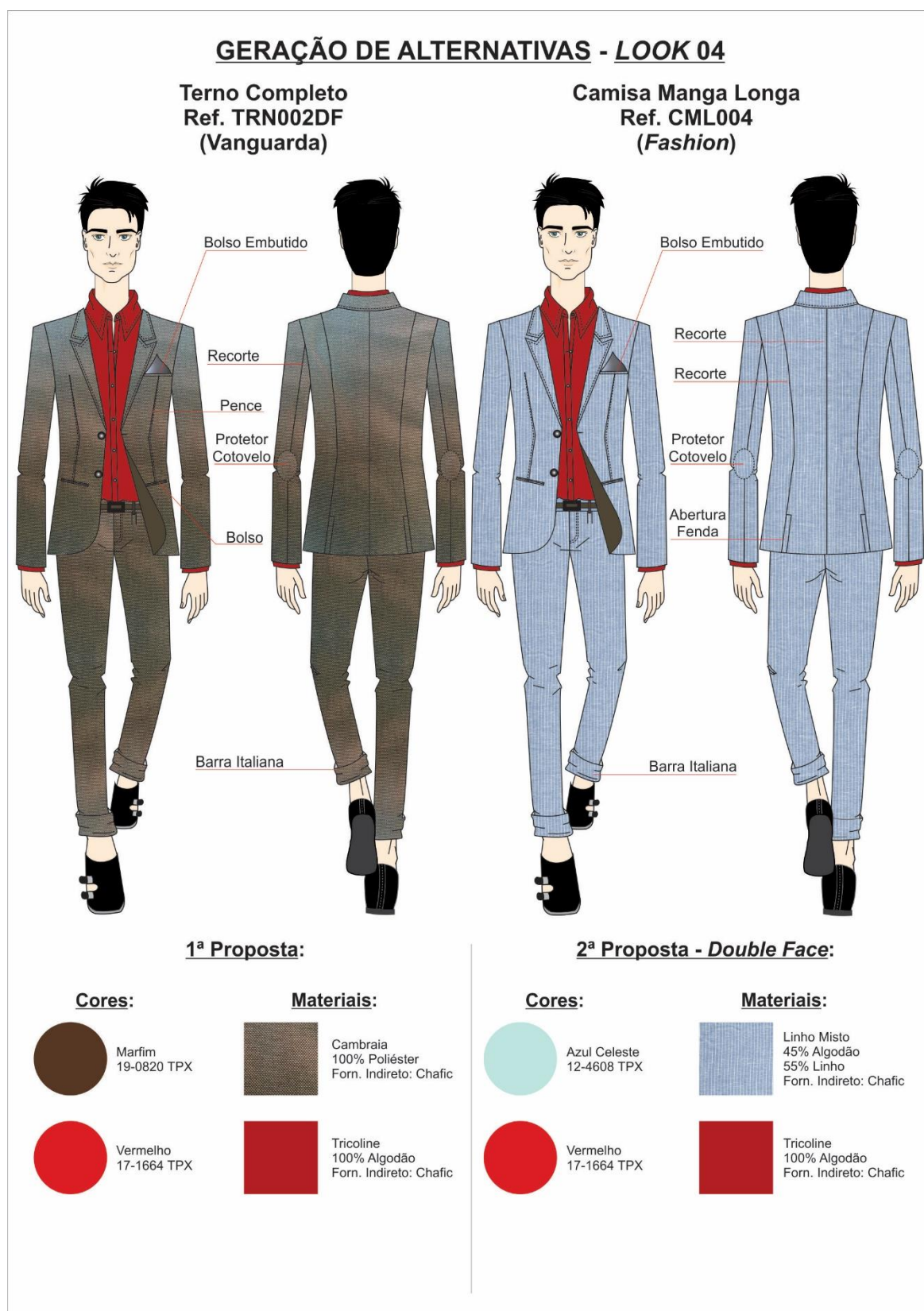


Figura 49 - Geração de alternativa - look 04
Fonte: Do autor (2015).

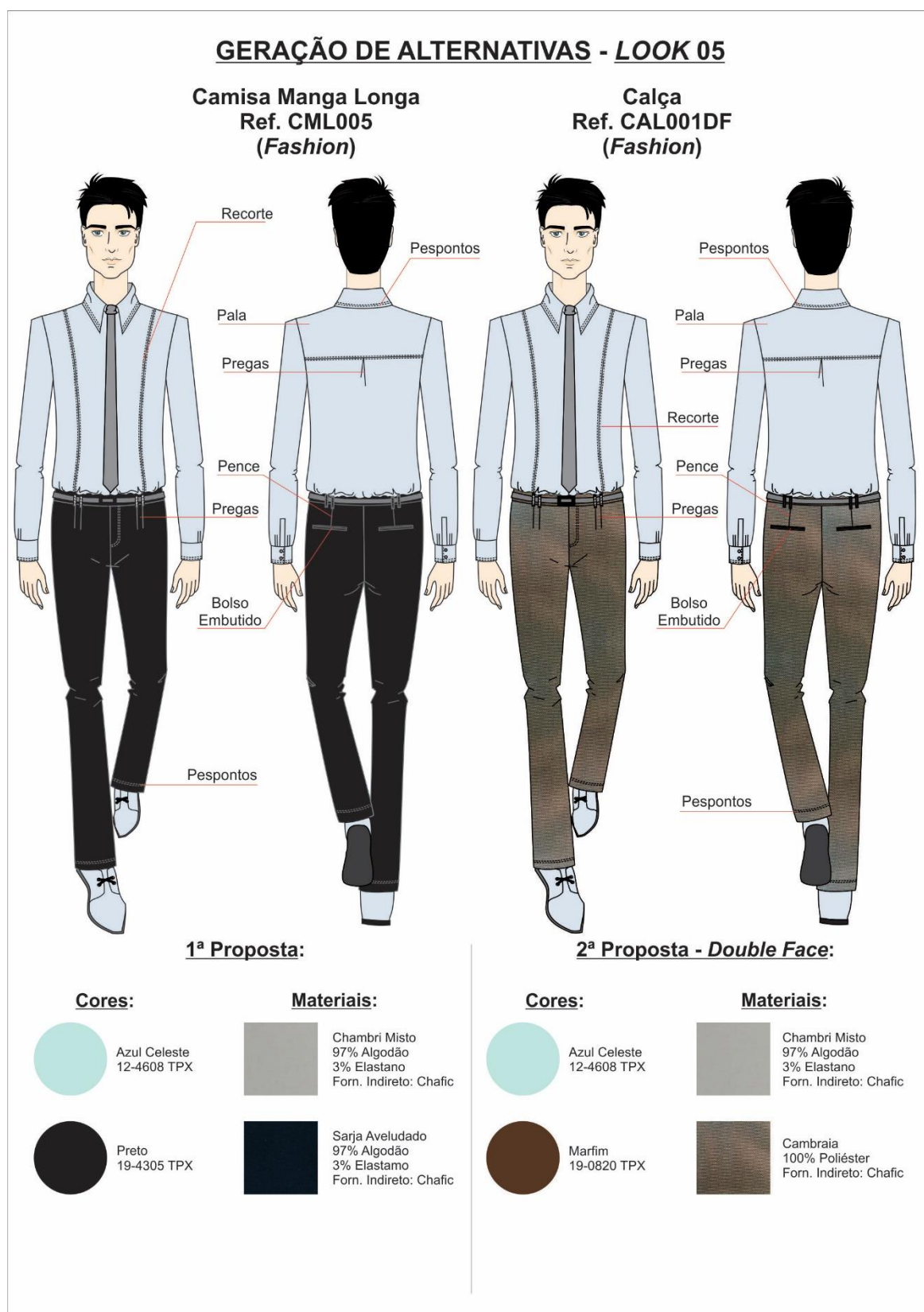


Figura 50 - Geração de alternativa - look 05
Fonte: Do autor (2015).

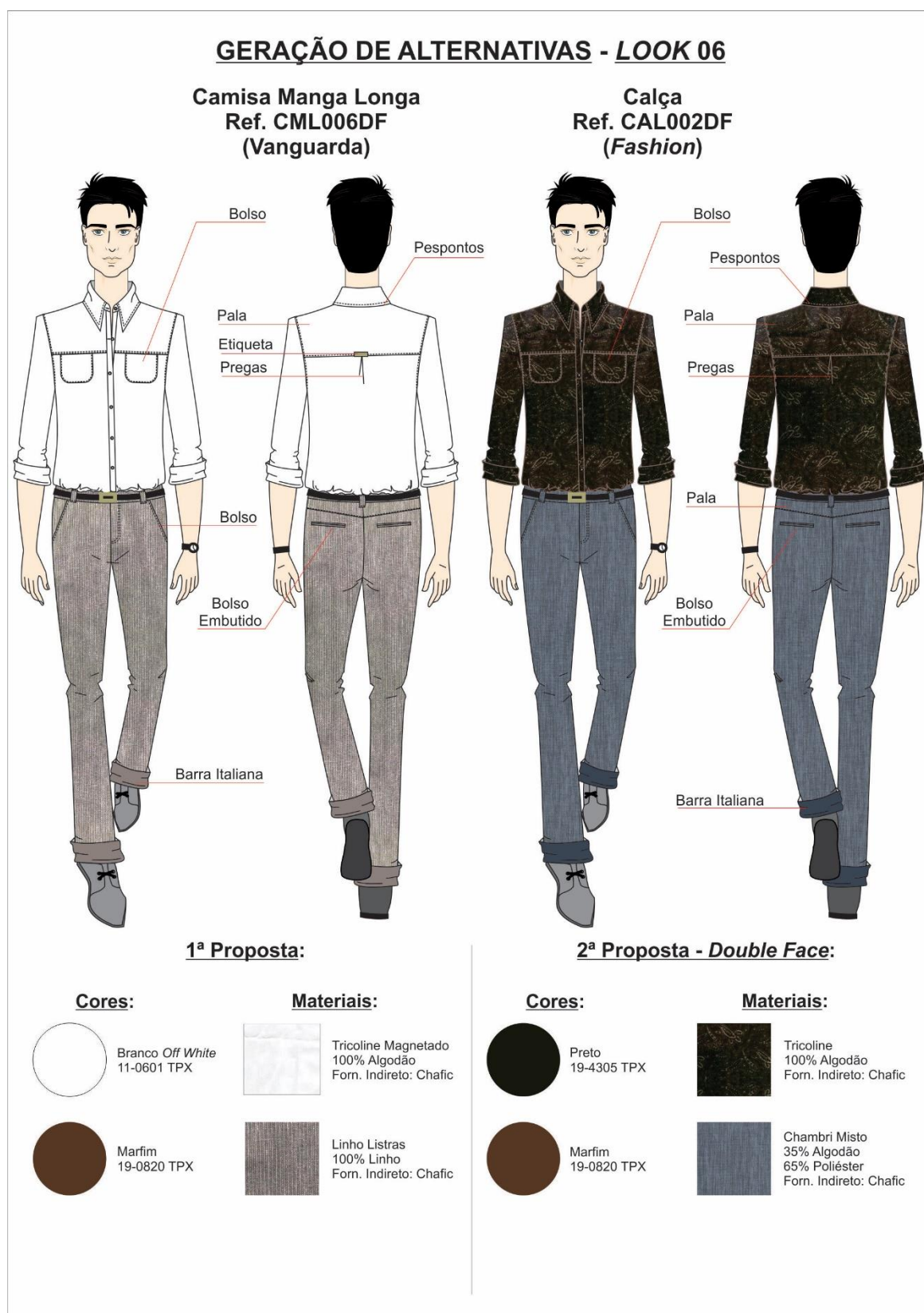


Figura 51 - Geração de alternativa - look 06
Fonte: Do autor (2015).

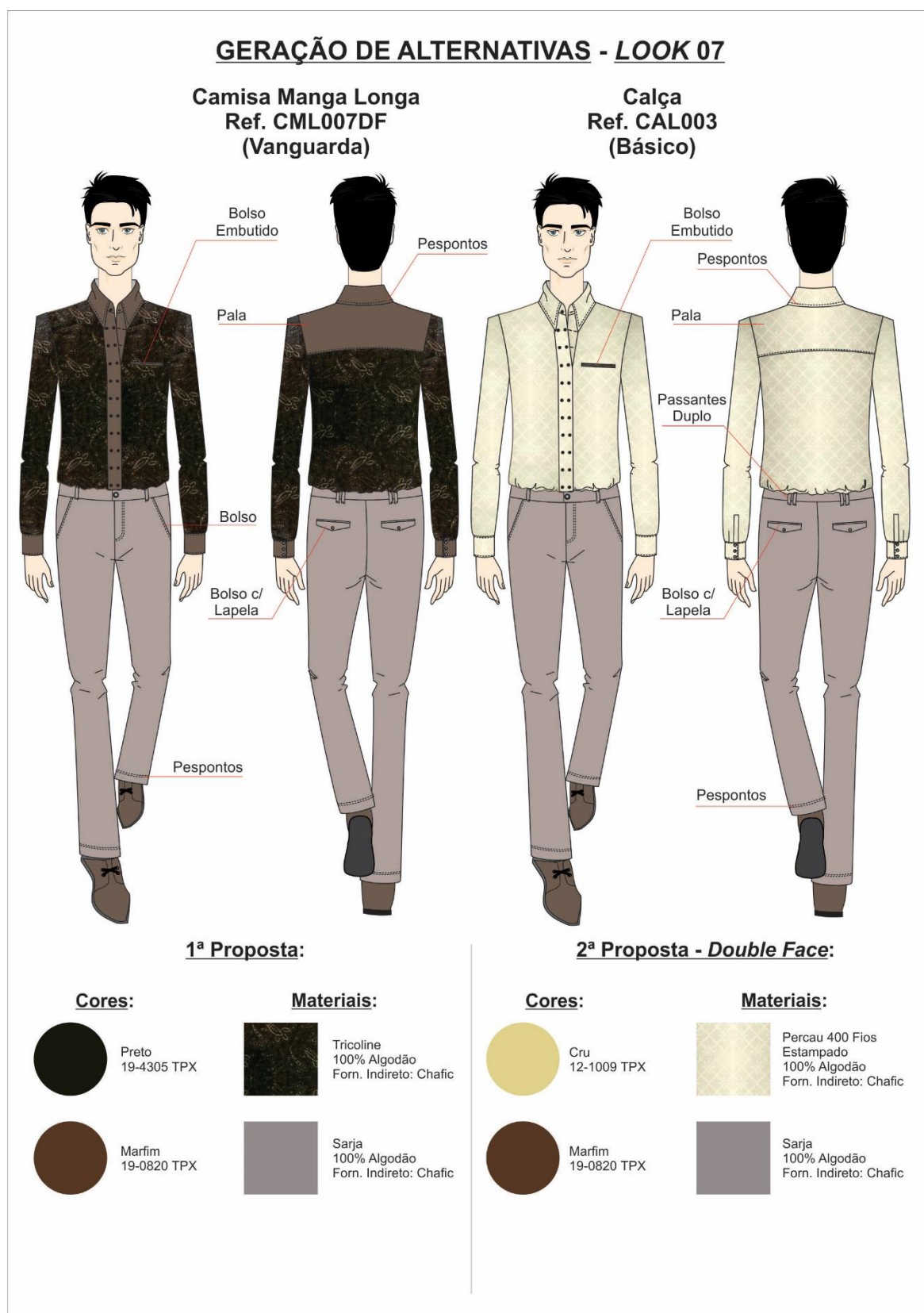


Figura 52 - Geração de alternativa - look 07
Fonte: Do autor (2015).

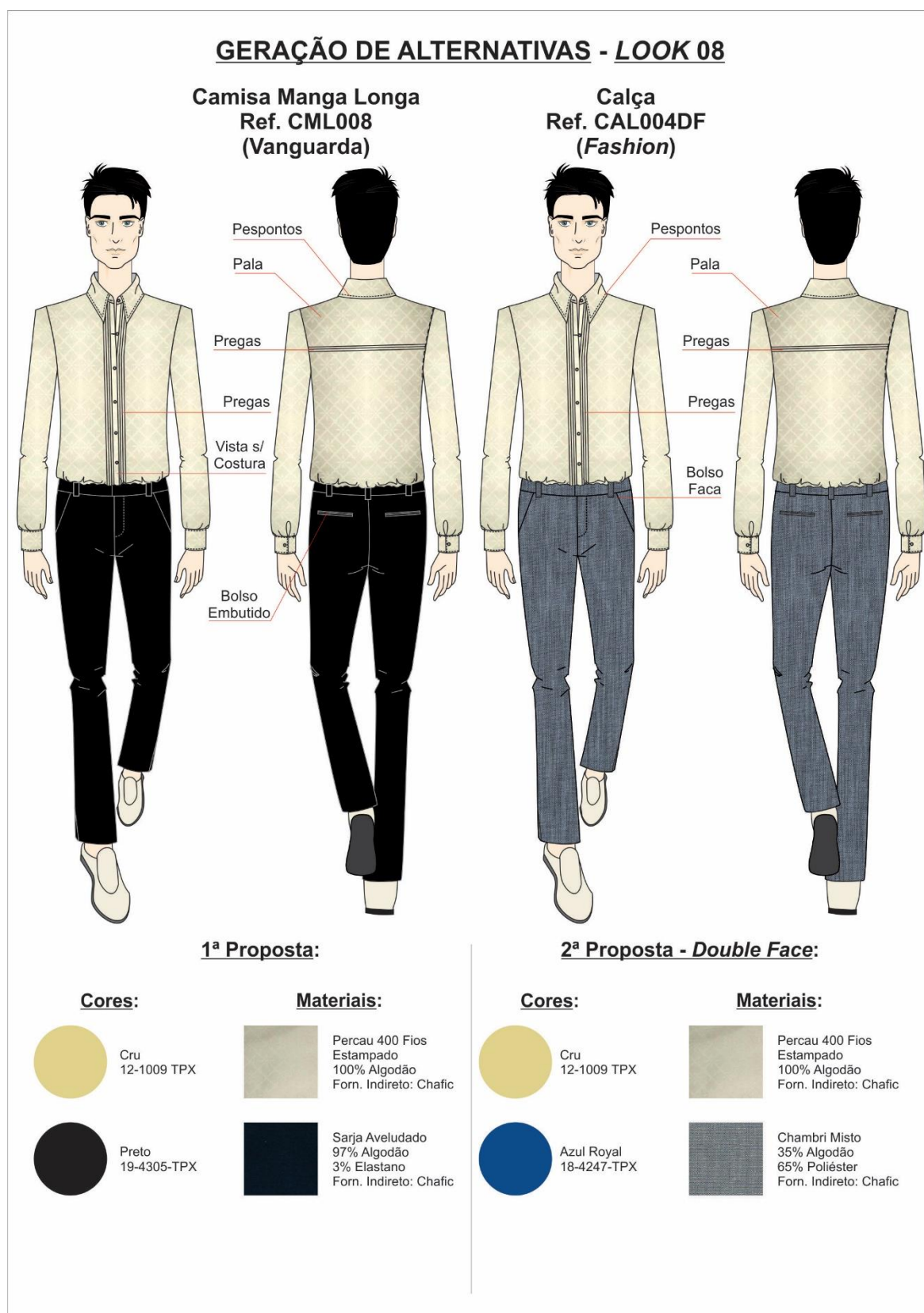


Figura 53 - Geração de alternativa - look 08
Fonte: Do autor (2015).

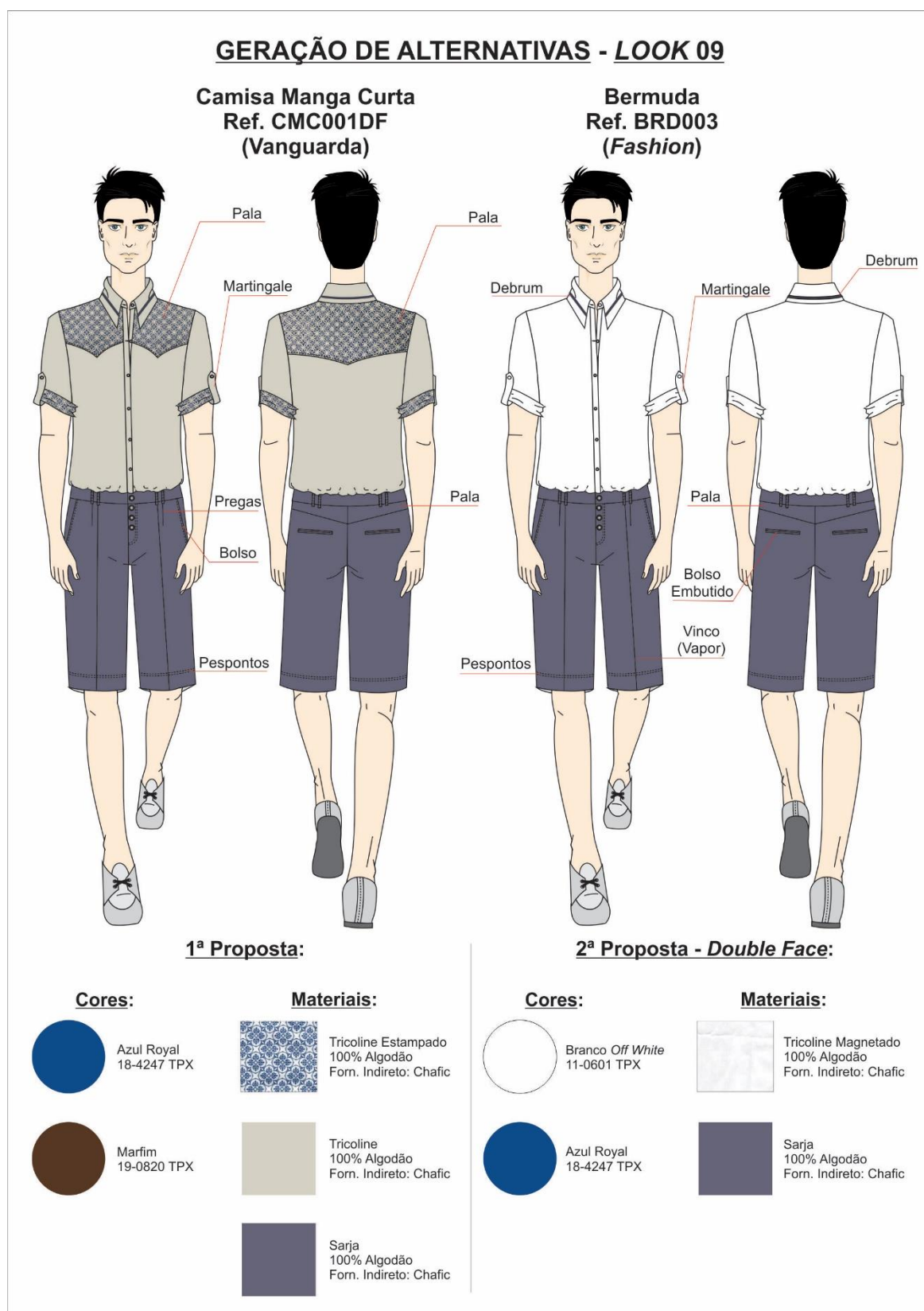


Figura 54 - Geração de alternativa - look 09
Fonte: Do autor (2015).

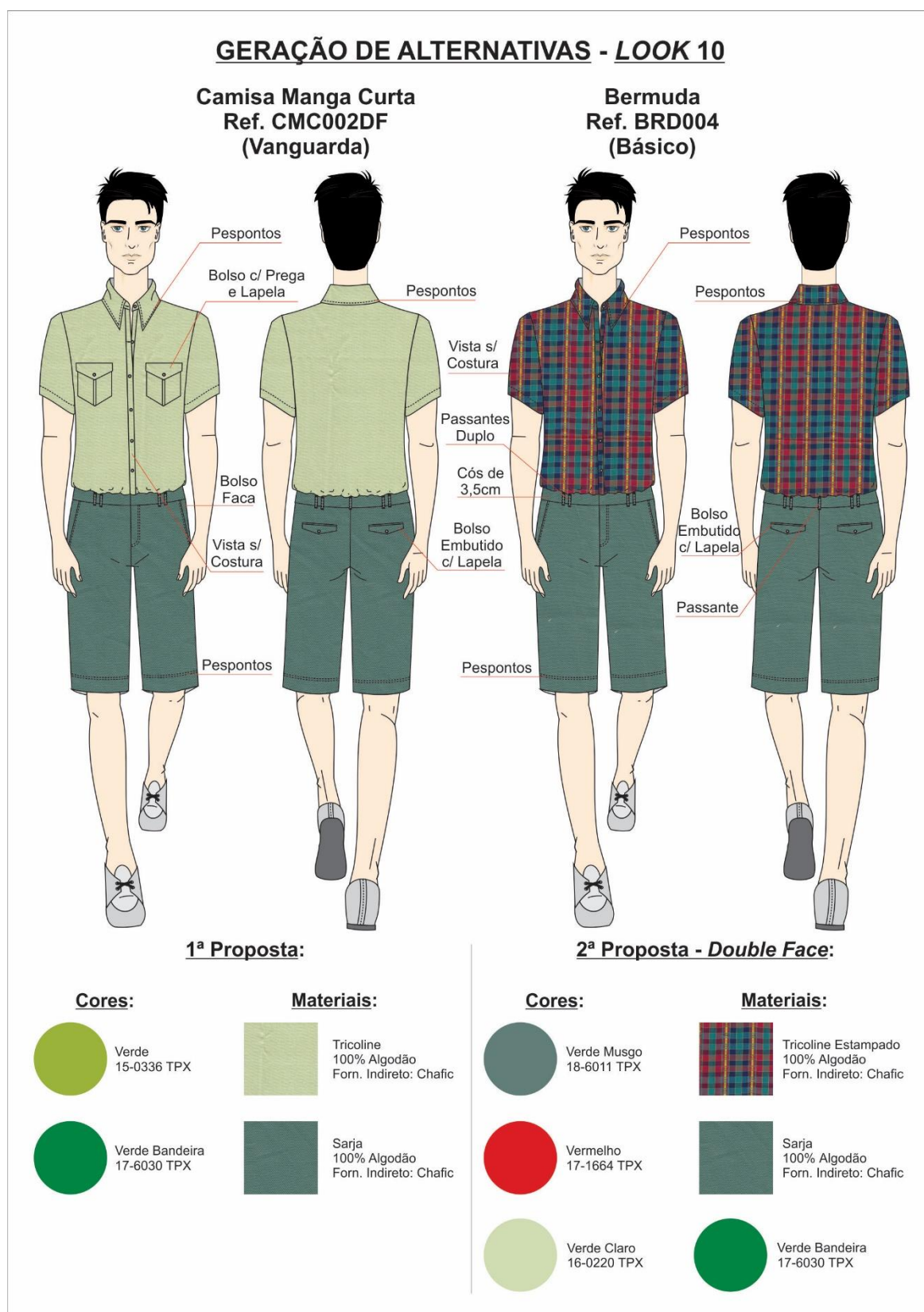


Figura 55 - Geração de alternativa - look 10
Fonte: Do autor (2015).

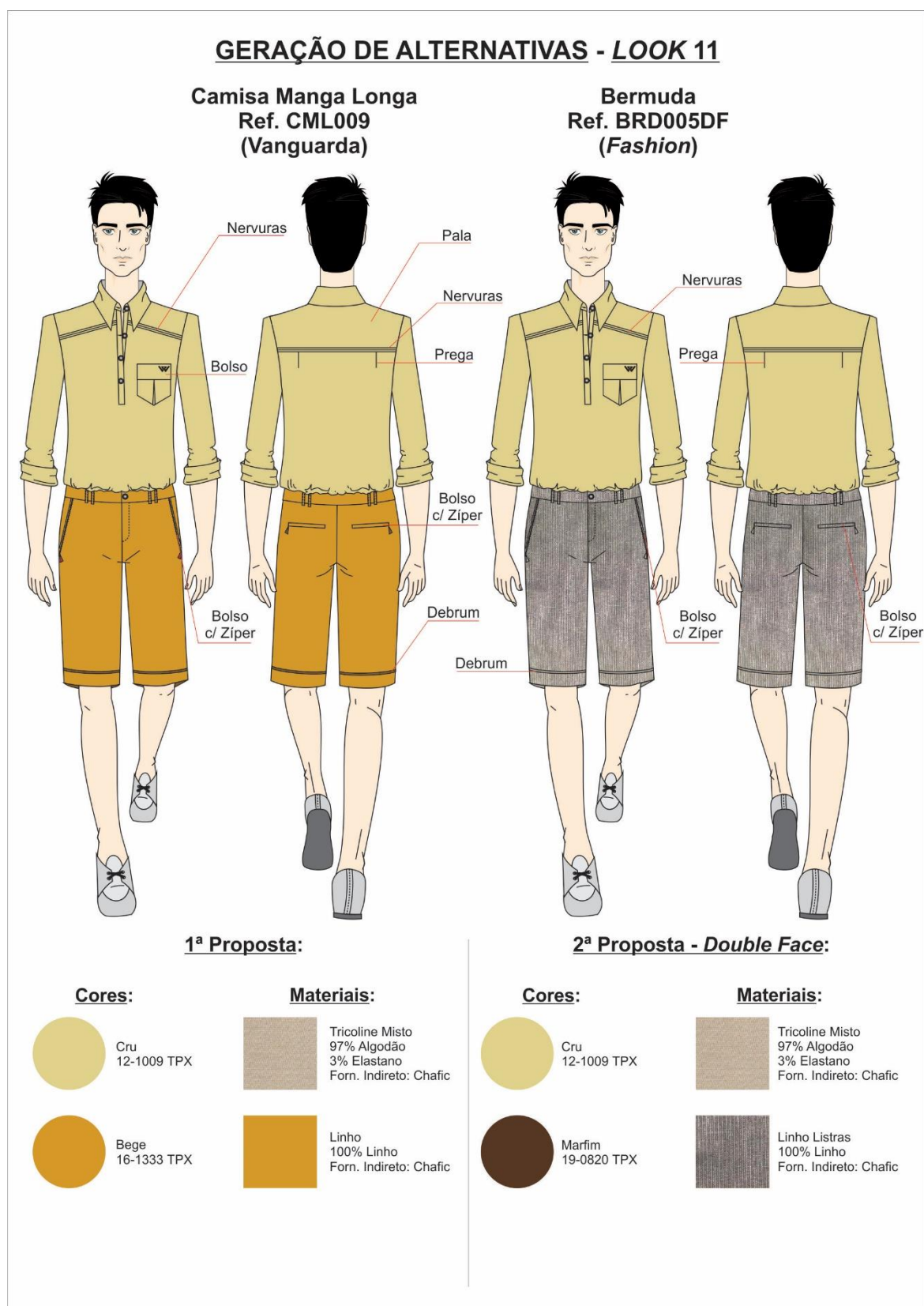


Figura 56 - Geração de alternativa - look 11
Fonte: Do autor (2015).



Figura 57 - Geração de alternativa - look 12
Fonte: Do autor (2015).

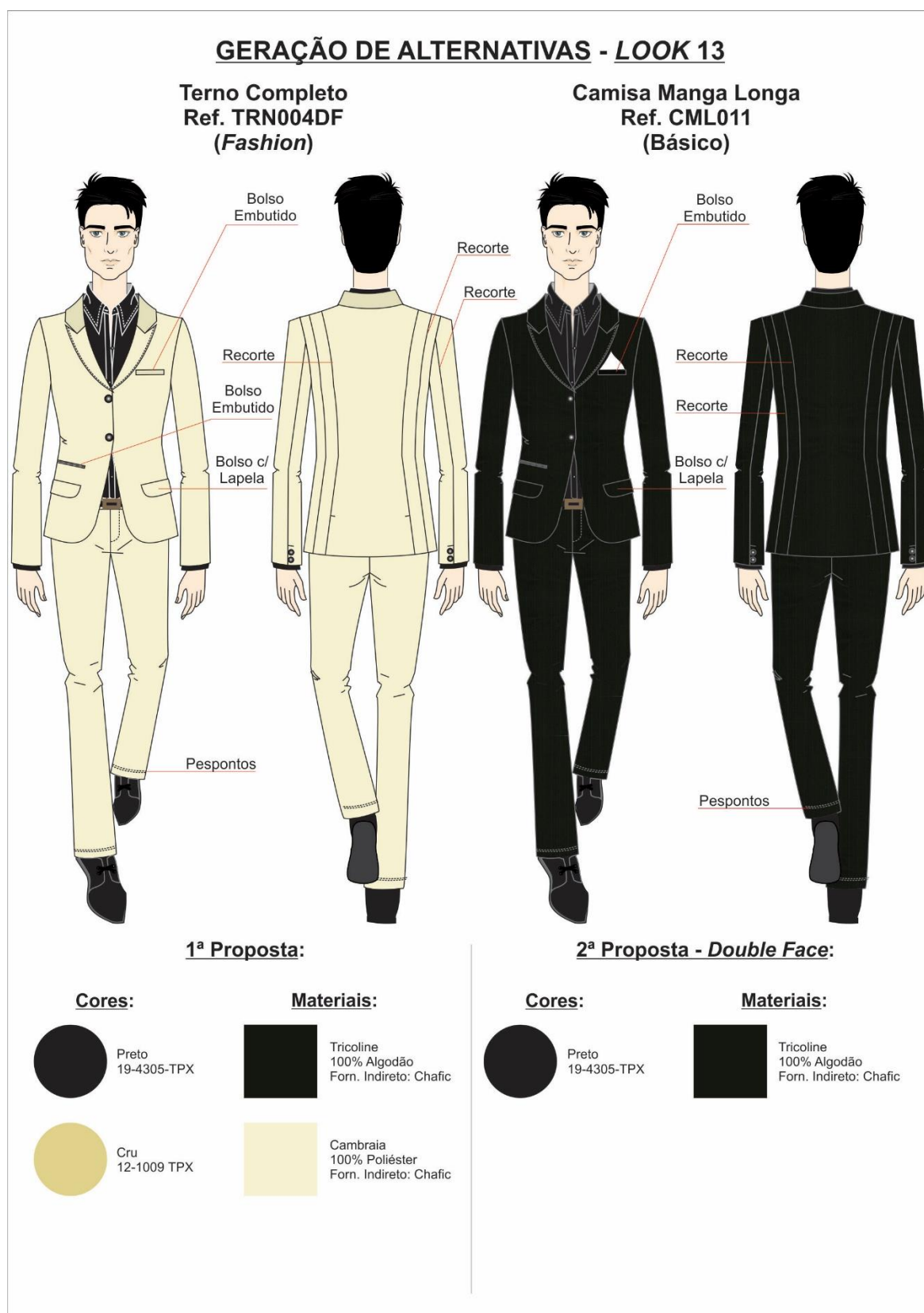


Figura 58 - Geração de alternativa - look 13
Fonte: Do autor (2015).

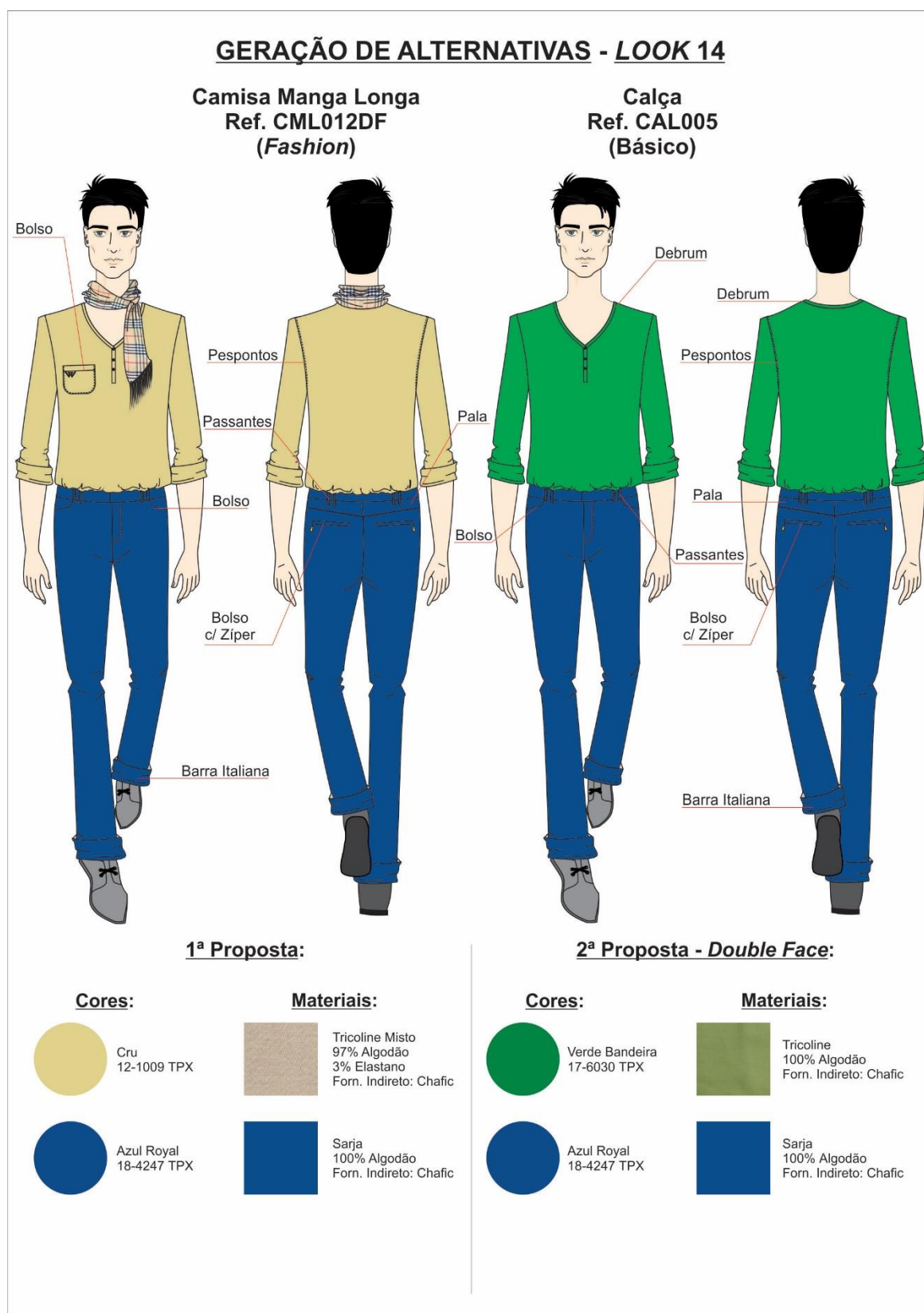


Figura 59 - Geração de alternativa - look 14
Fonte: Do autor (2015).

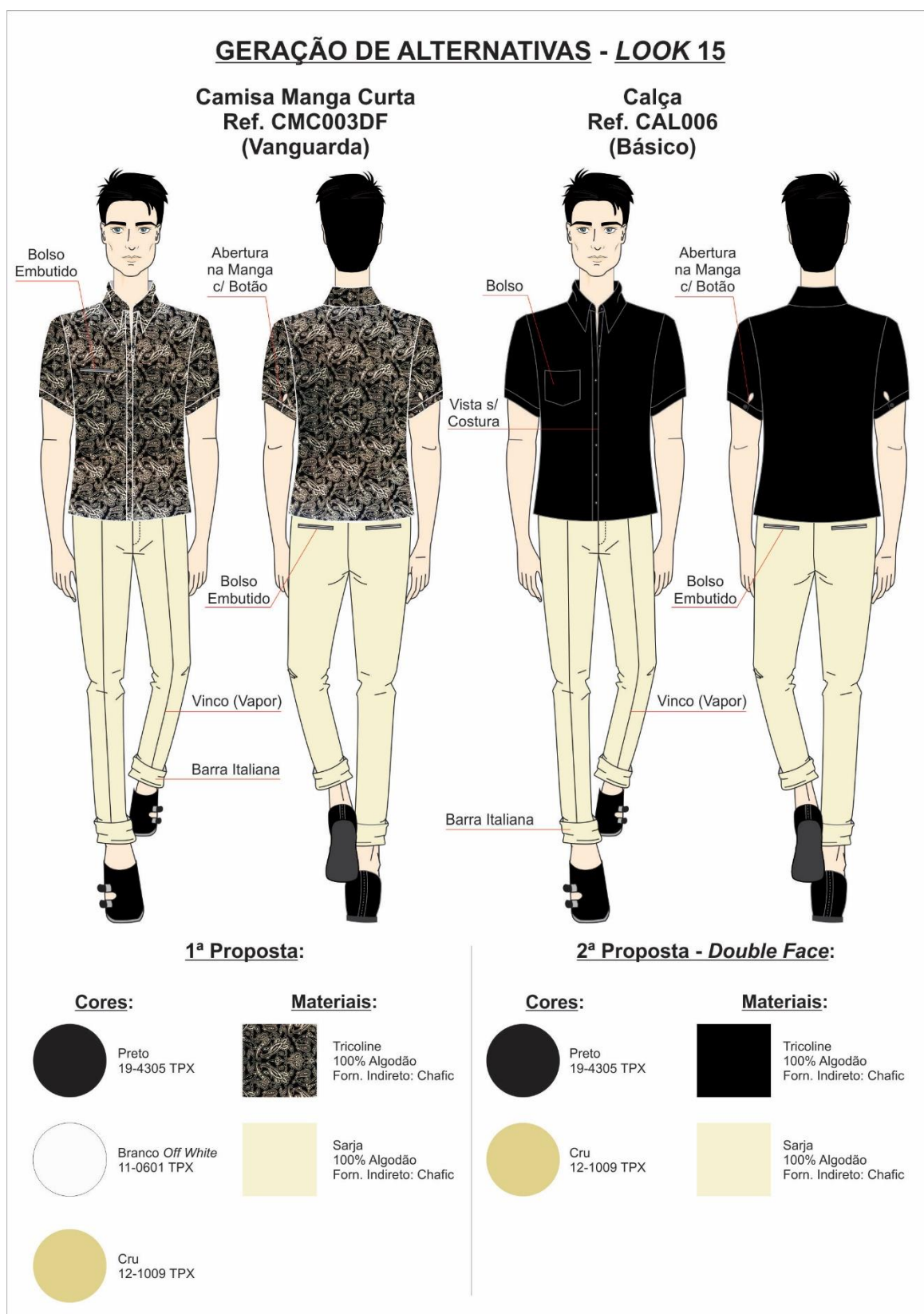


Figura 60 - Geração de alternativa - look 15
Fonte: Do autor (2015).

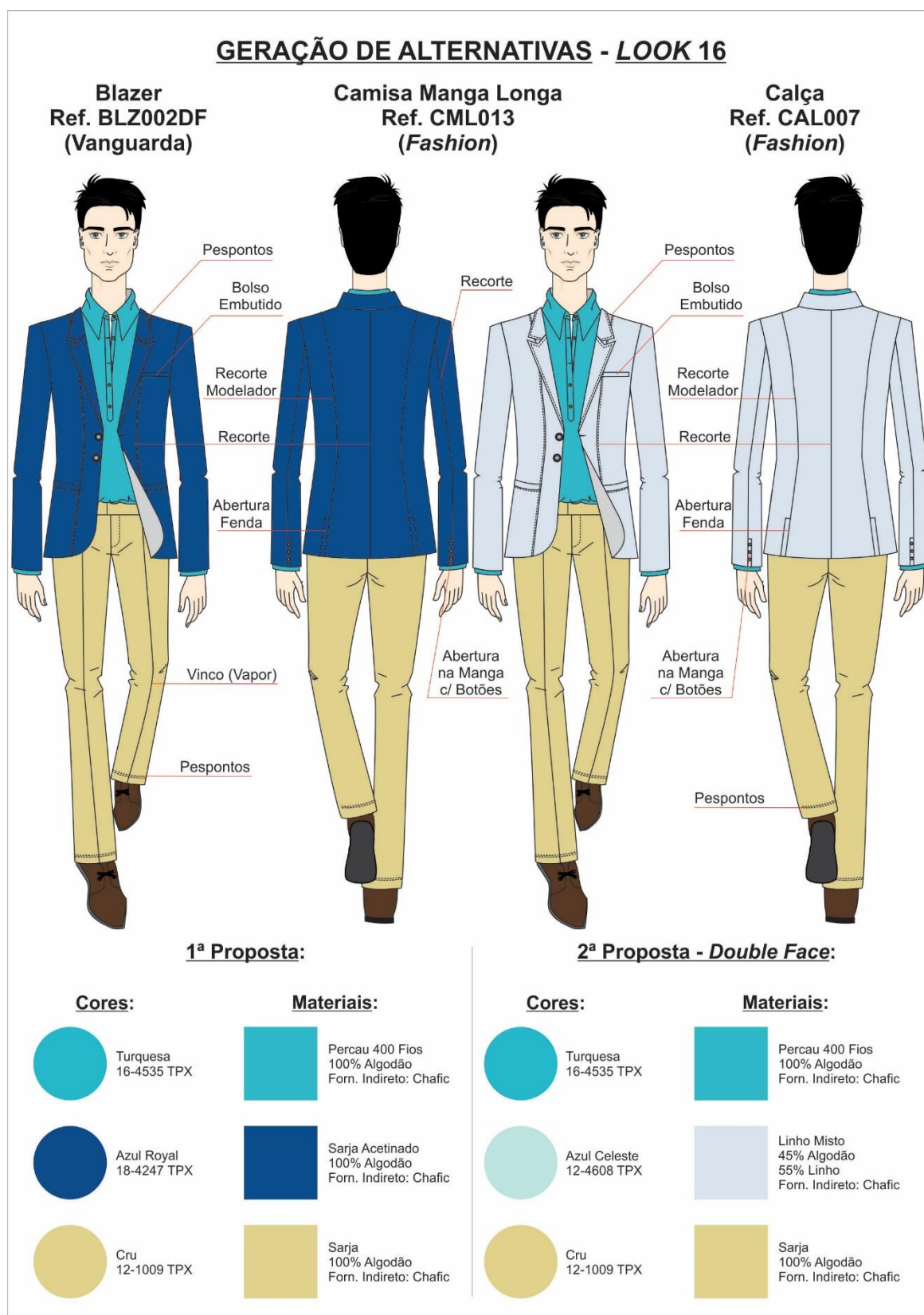


Figura 61 - Geração de alternativa - look 16
Fonte: Do autor (2015).

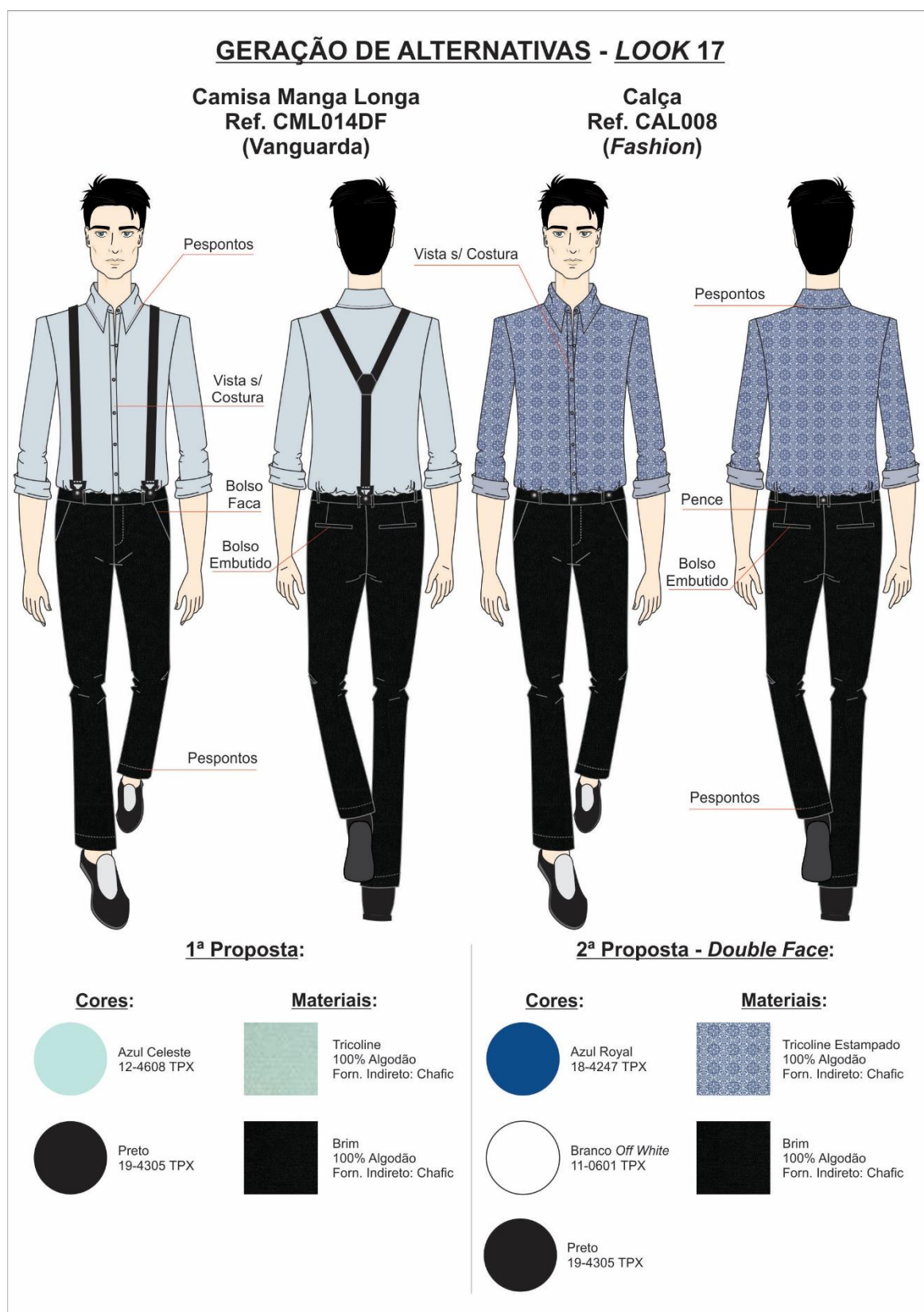


Figura 62 - Geração de alternativa - look 17
Fonte: Do autor (2015).

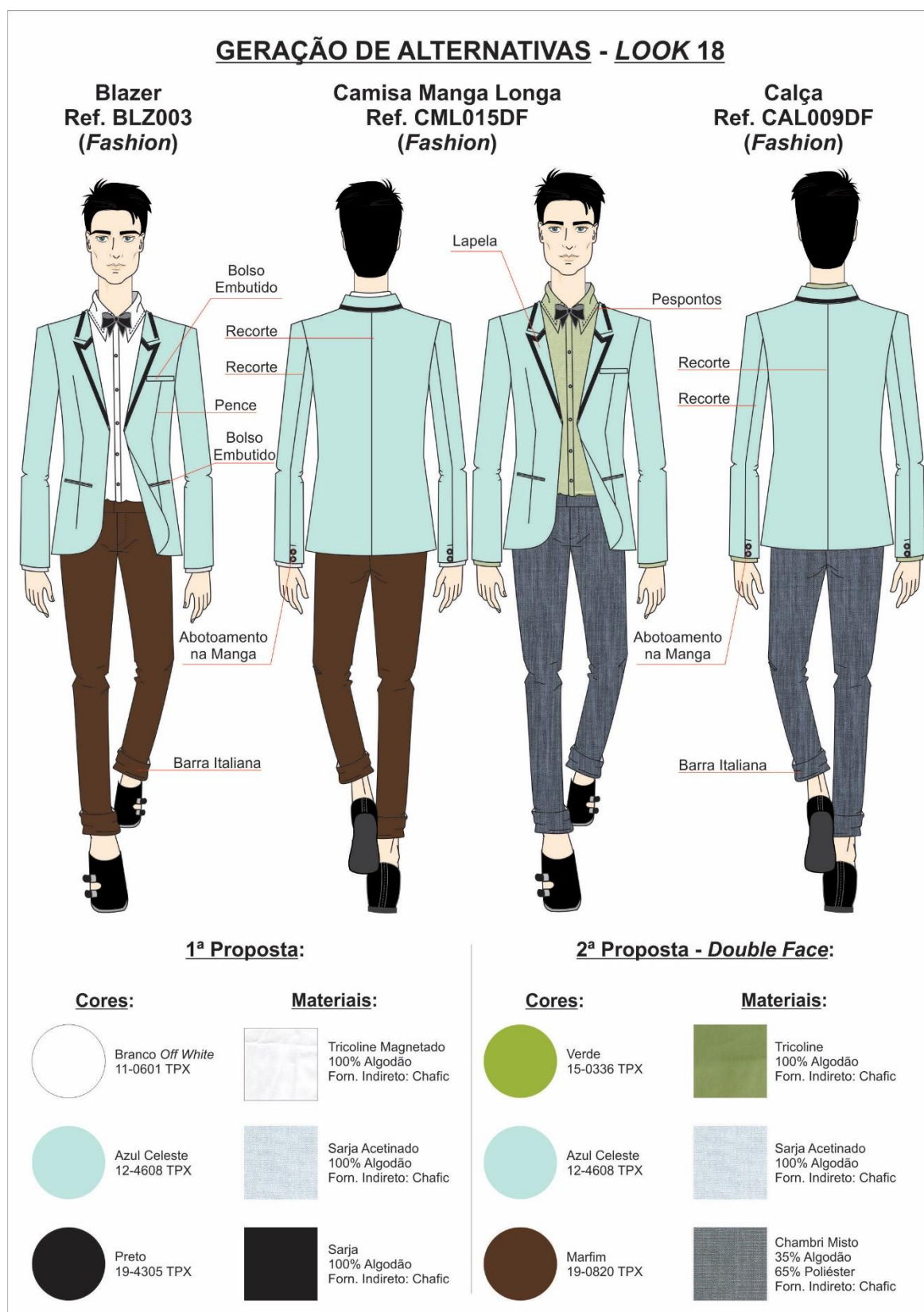


Figura 63 - Geração de alternativa - look 18
Fonte: Do autor (2015).

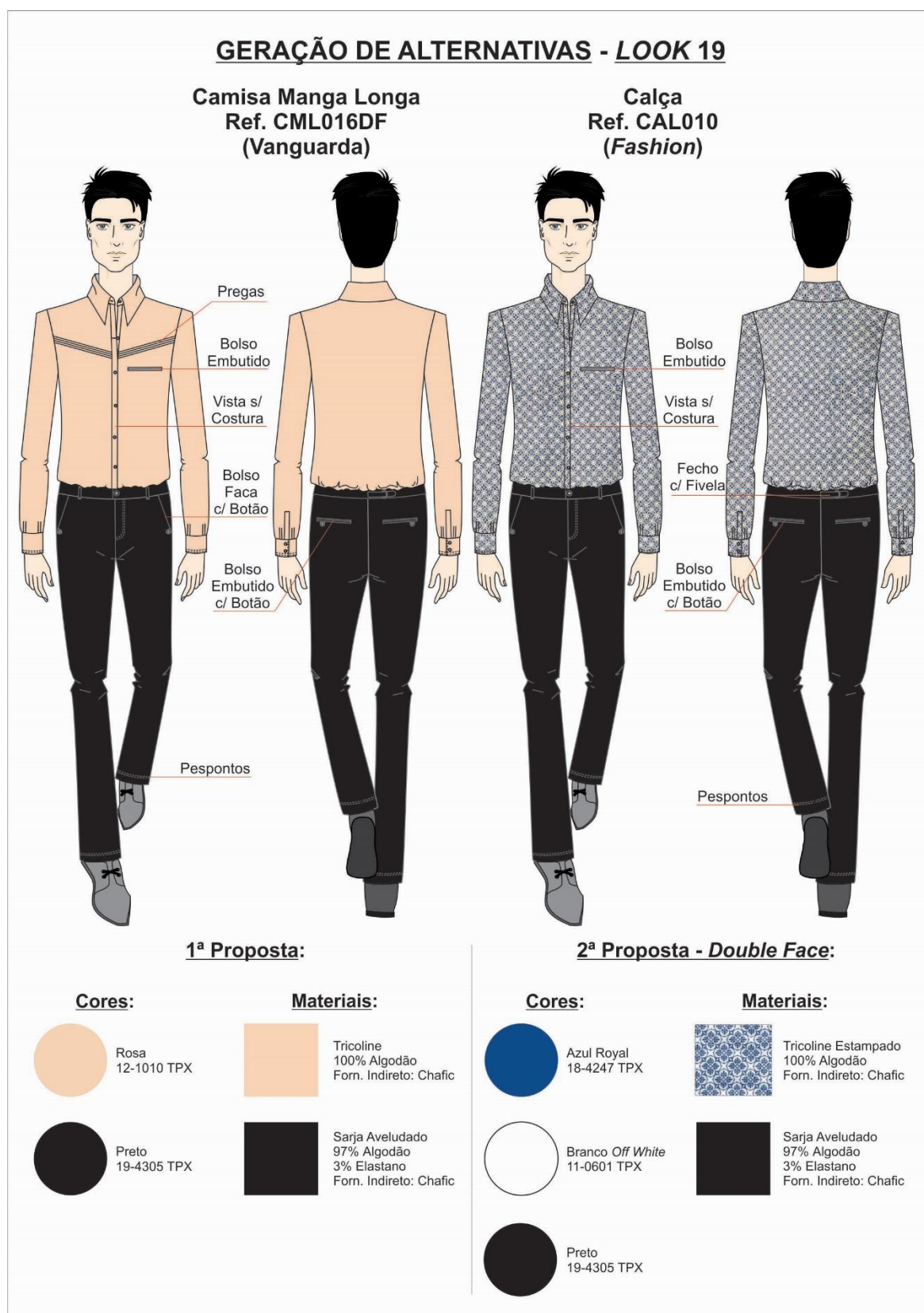


Figura 64 - Geração de alternativa - look 19
Fonte: Do autor (2015).

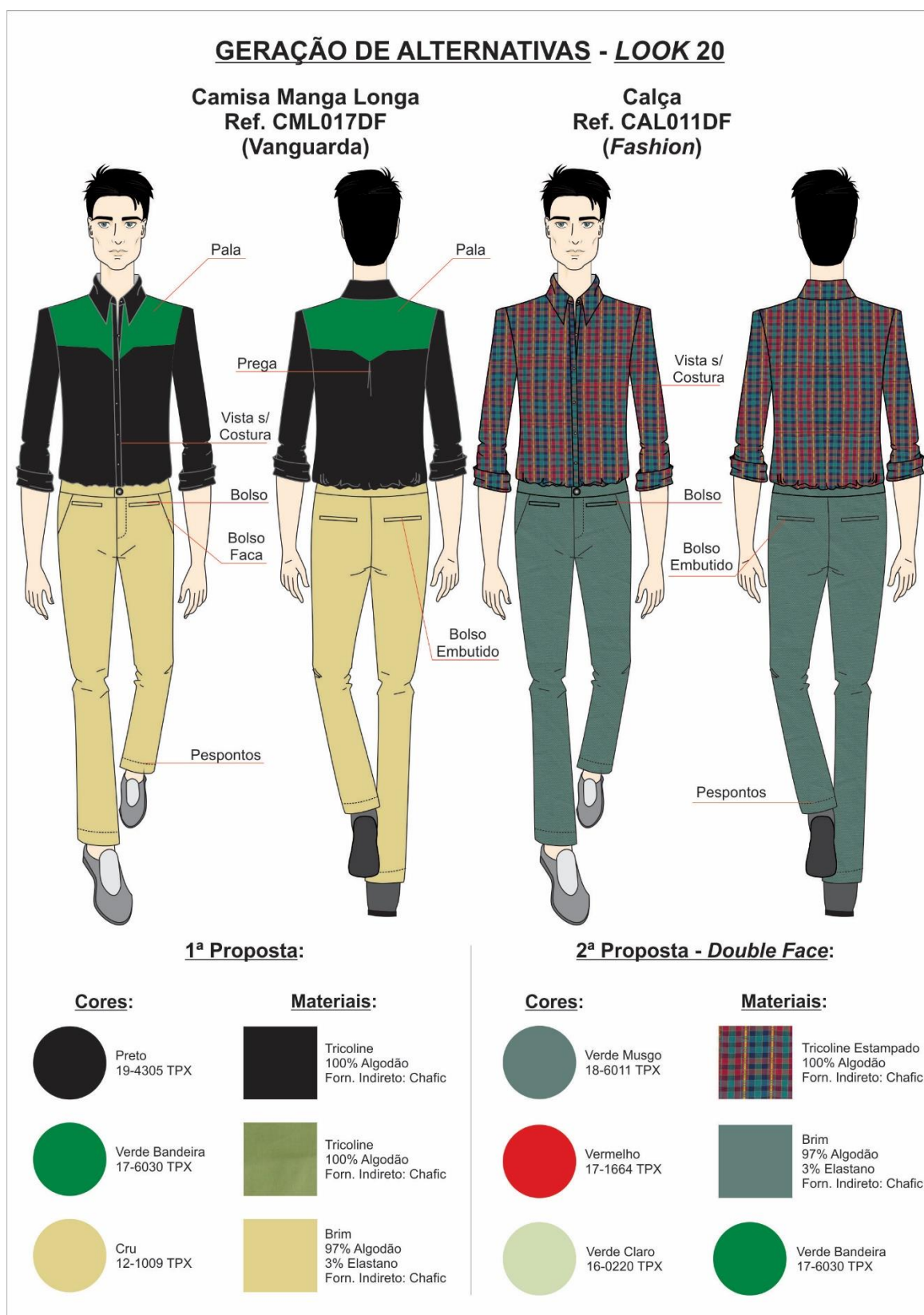


Figura 65 - Geração de alternativa - look 20
Fonte: Do autor (2015).

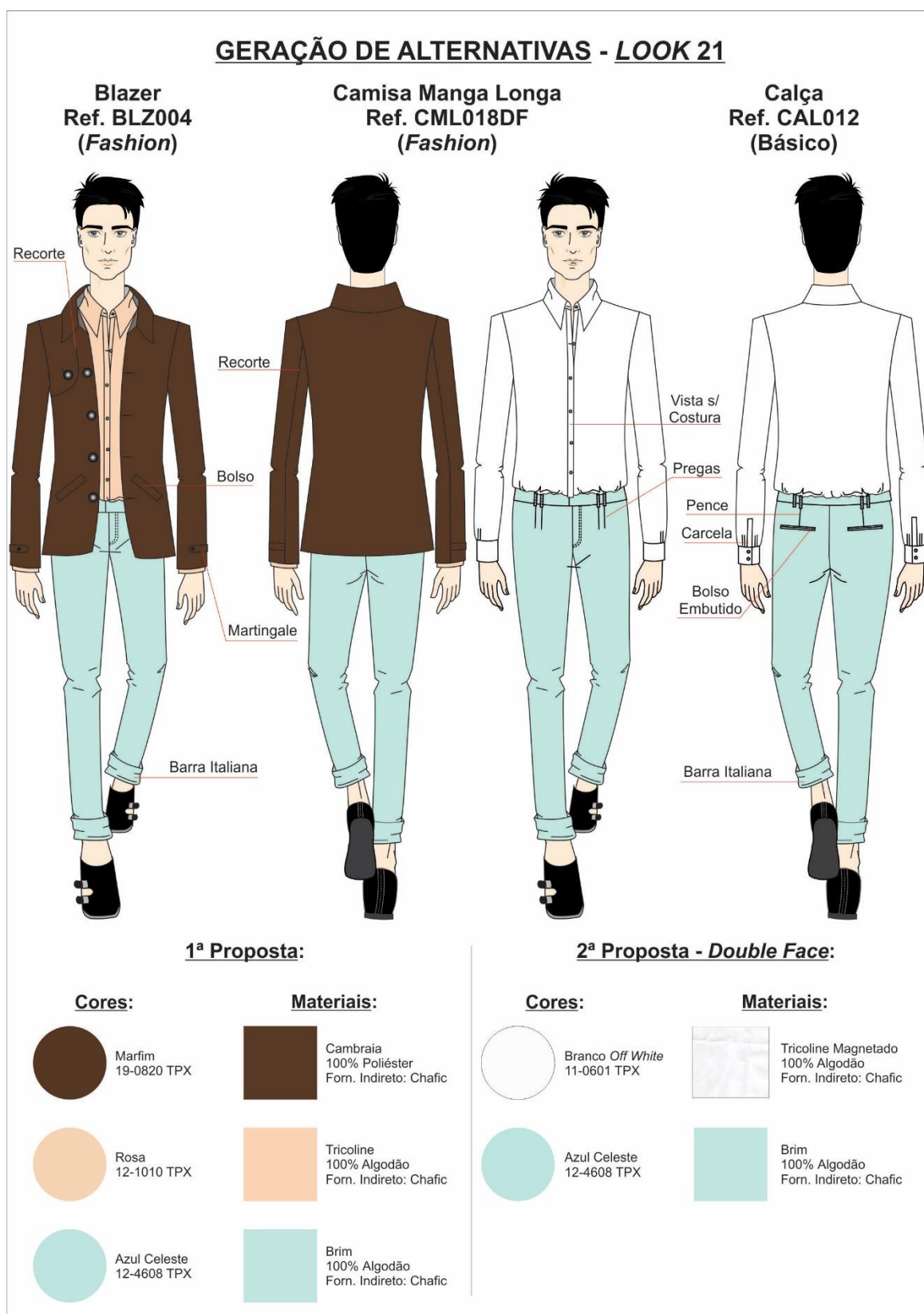


Figura 66 - Geração de alternativa - look 21
Fonte: Do autor (2015).

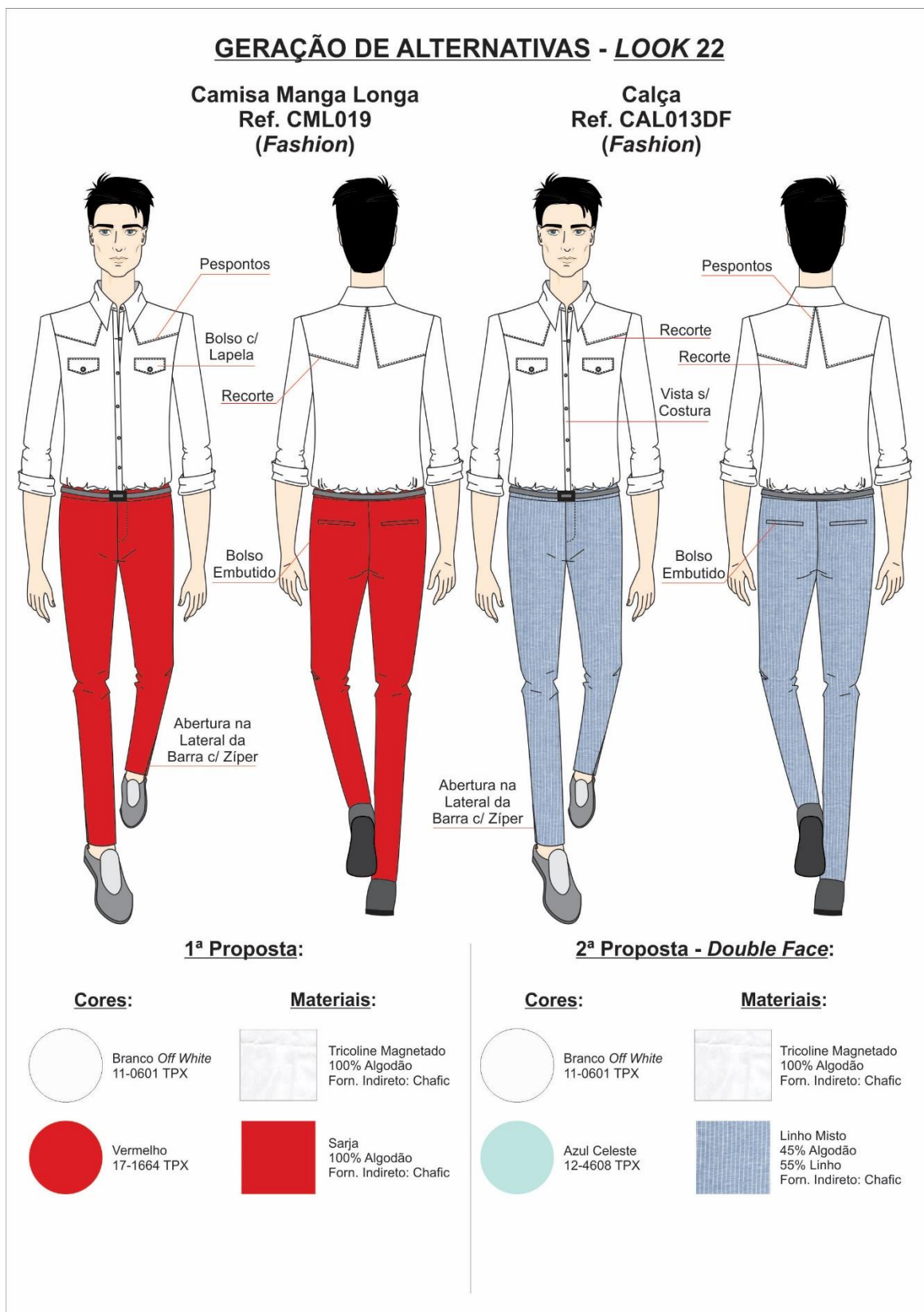


Figura 67 - Geração de alternativa - look 22
Fonte: Do autor (2015).

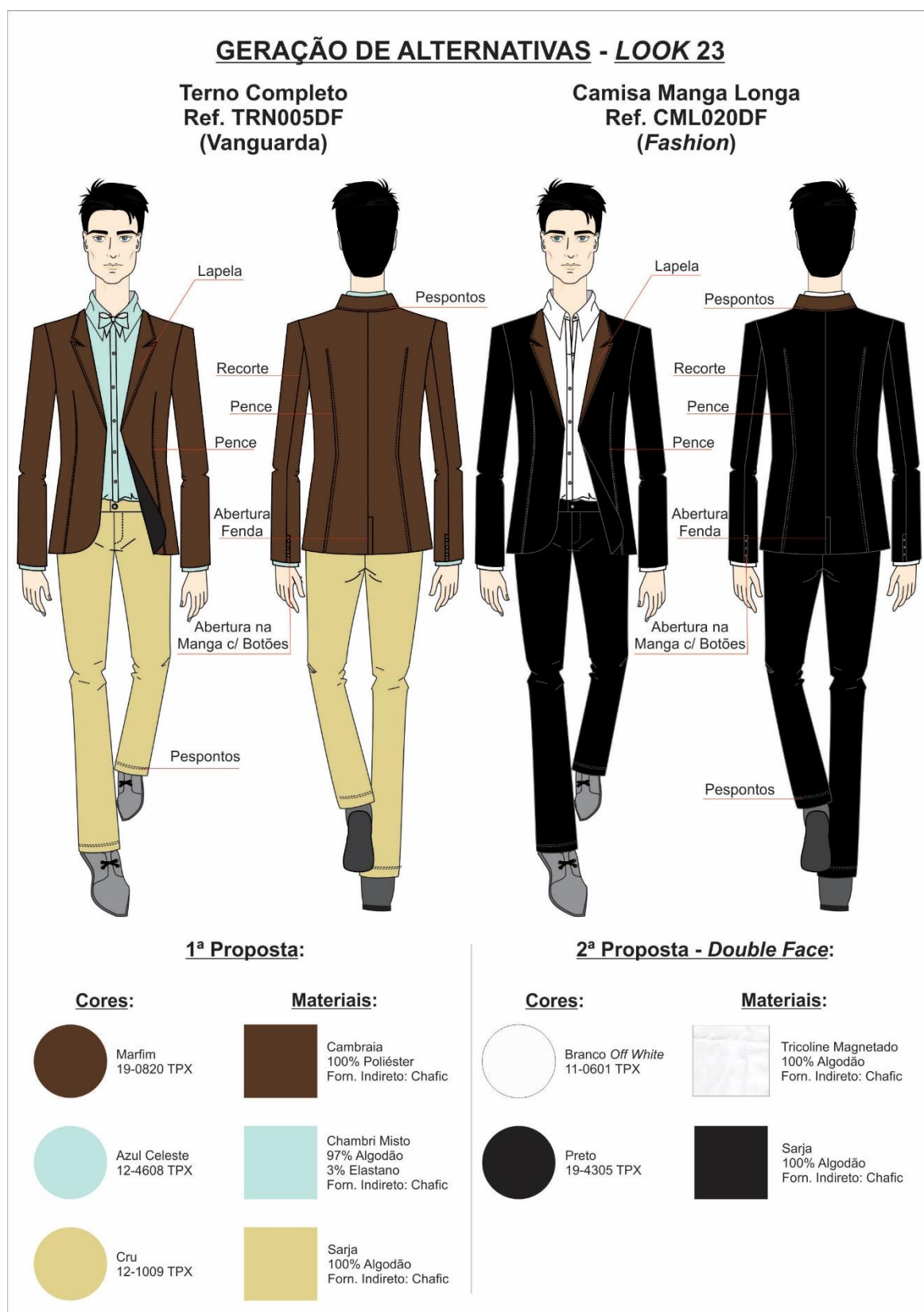


Figura 68 - Geração de alternativa - look 23
Fonte: Do autor (2015).

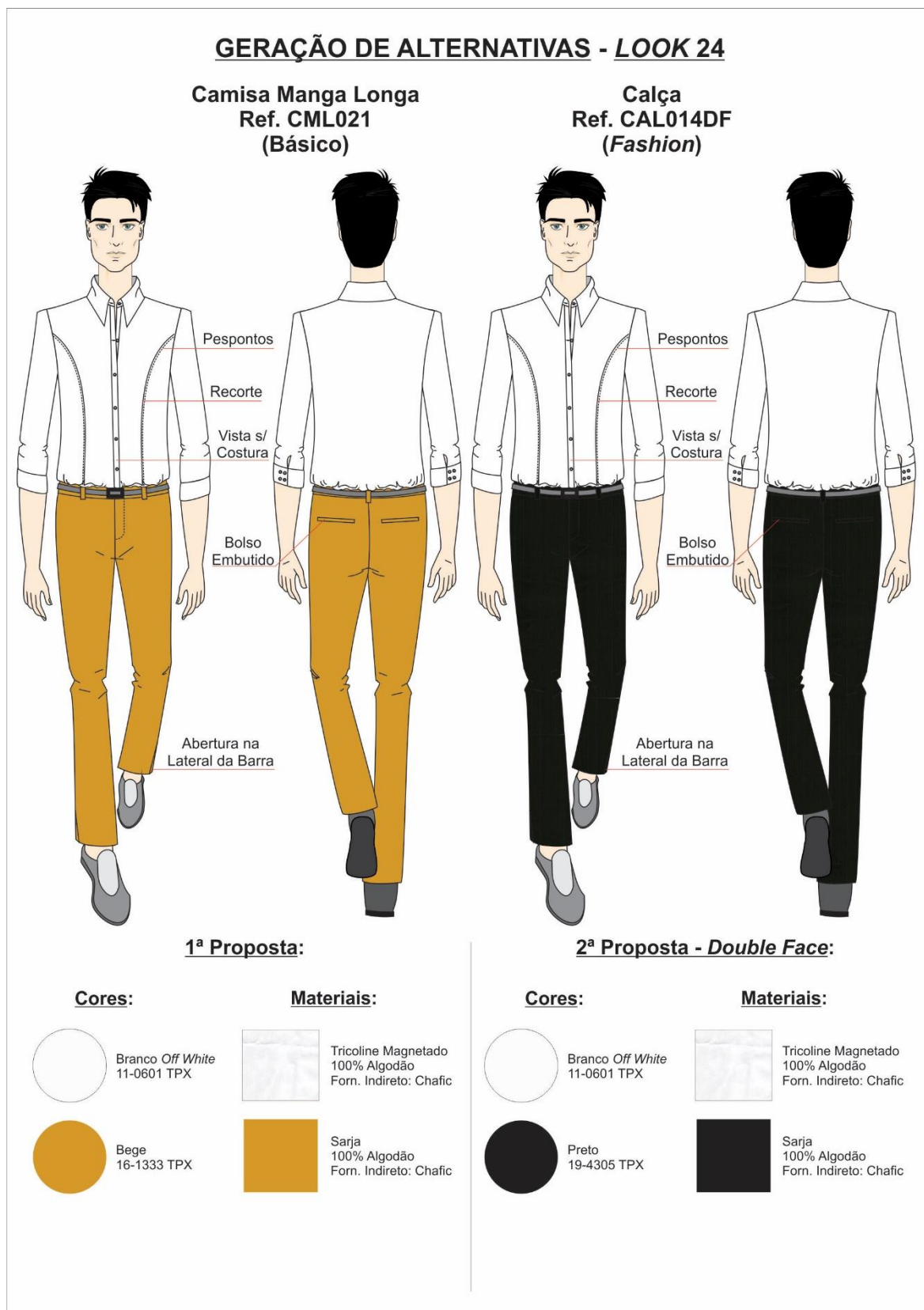


Figura 69 - Geração de alternativa - look 24
Fonte: Do autor (2015).

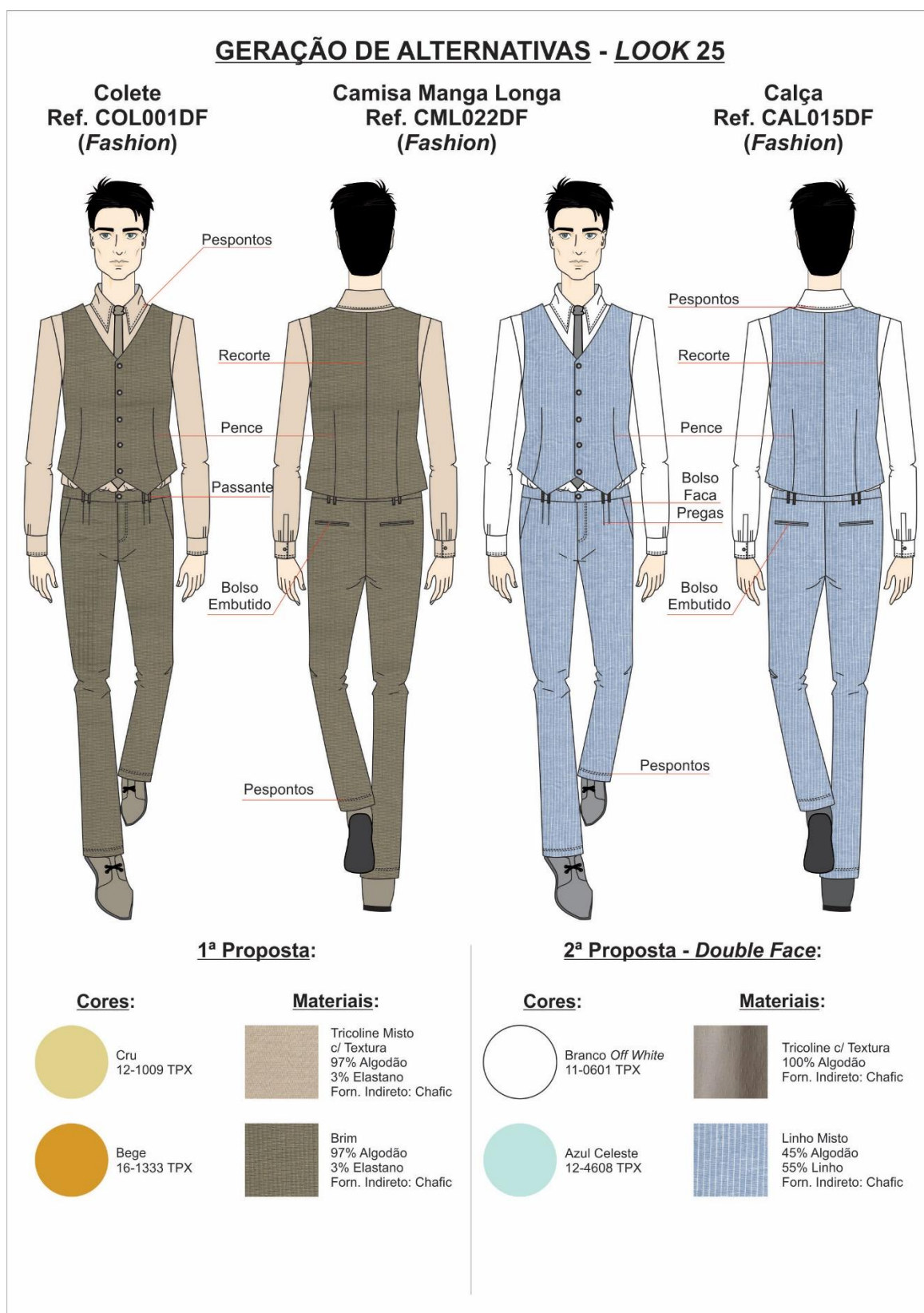
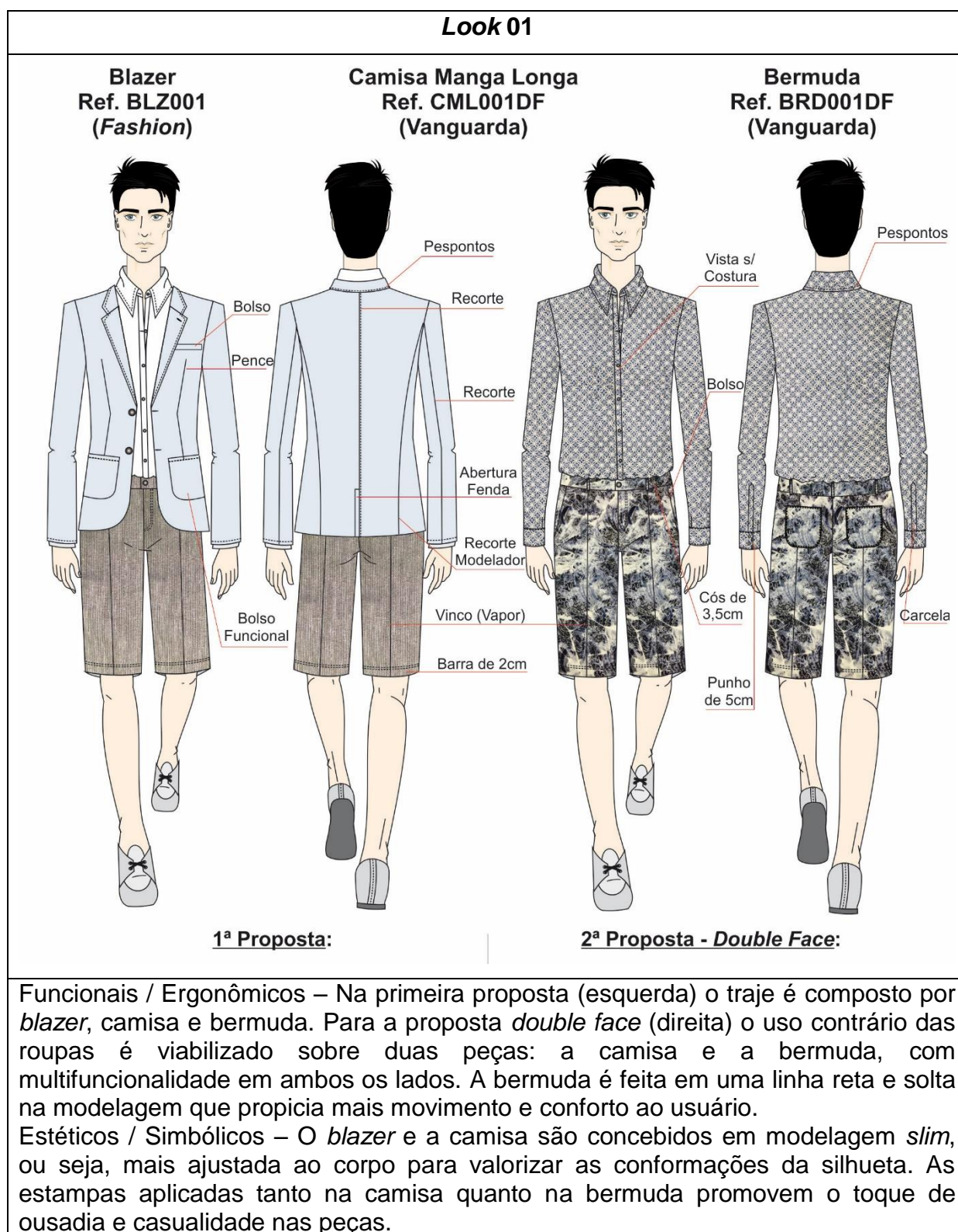


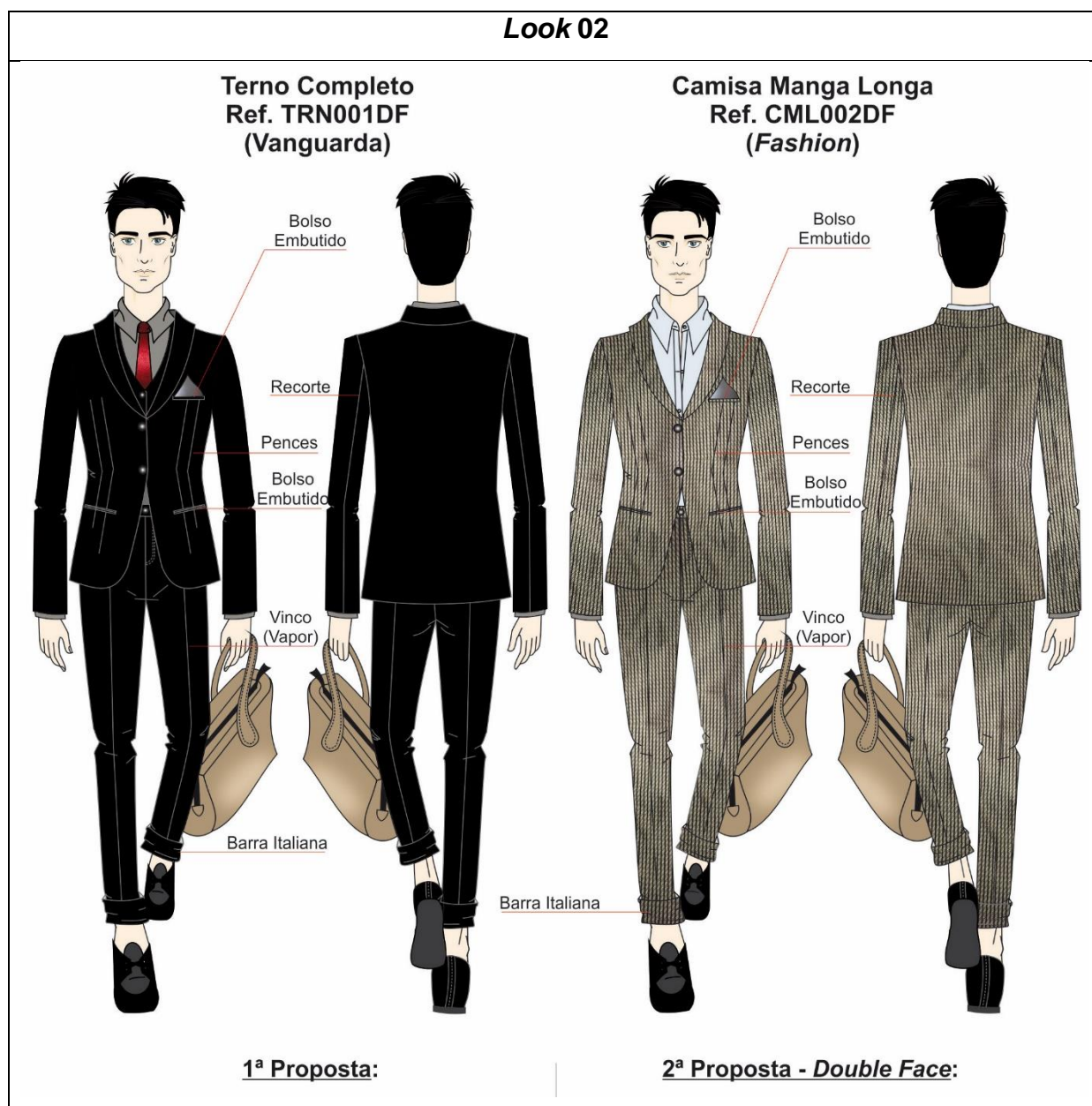
Figura 70 - Geração de alternativa - look 25
Fonte: Do autor (2015).

4.9 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS



Quadro 26 - Análise justificada do look 01

Fonte: Do autor (2015).

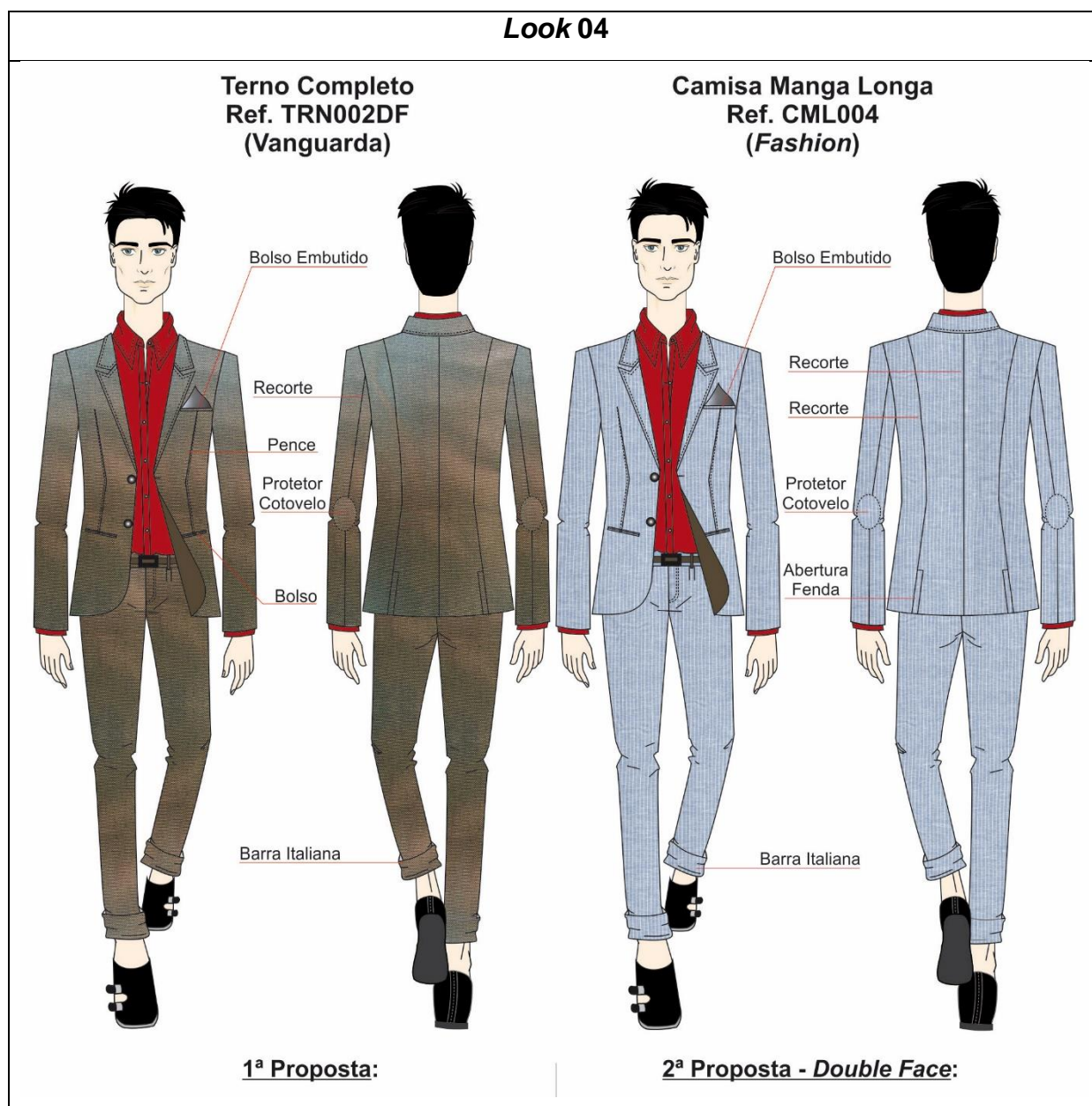


Funcionais / Ergonômicos – Na primeira proposta (esquerda) o *costume* é composto por *blazer*, camisa, colete e calça. Para a proposta *double face* (direita) o *costume* fica composto por *blazer*, camisa e calça. O traje é multi-uso, com a opção na primeira proposta de um visual mais formal para ocasiões especiais como casamentos, formaturas e confraternizações. Já na proposta *double face*, a ideia é utilizar o traje de maneira mais casual no trabalho ou nos encontros com os amigos em bares e restaurantes.

Estéticos / Simbólicos – O *costume* possui uma linha de modelagem *slim*, com as peças confeccionadas com materiais de texturas levemente metalizadas.

Quadro 27 - Análise justificada do look 02

Fonte: Do autor (2015).

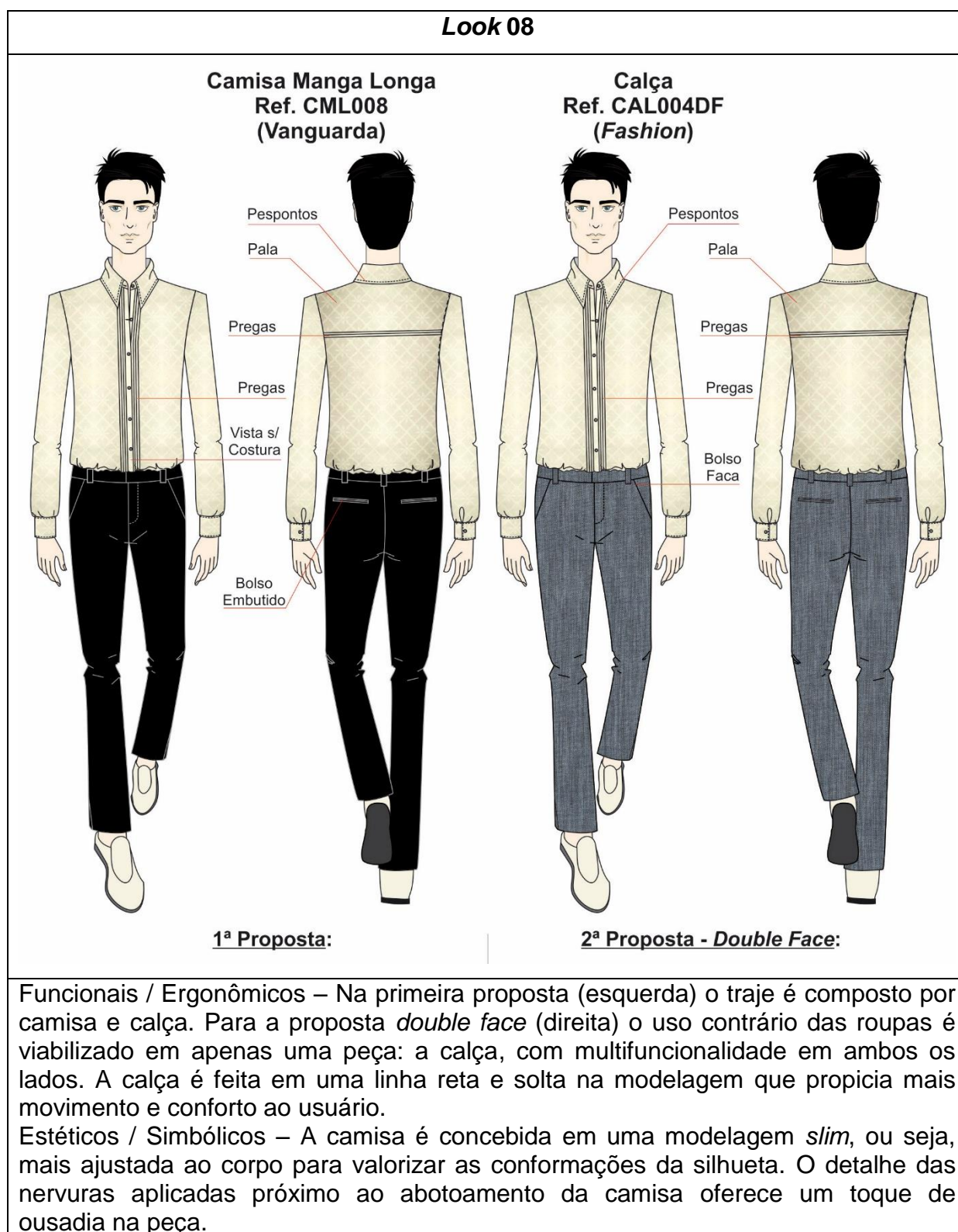


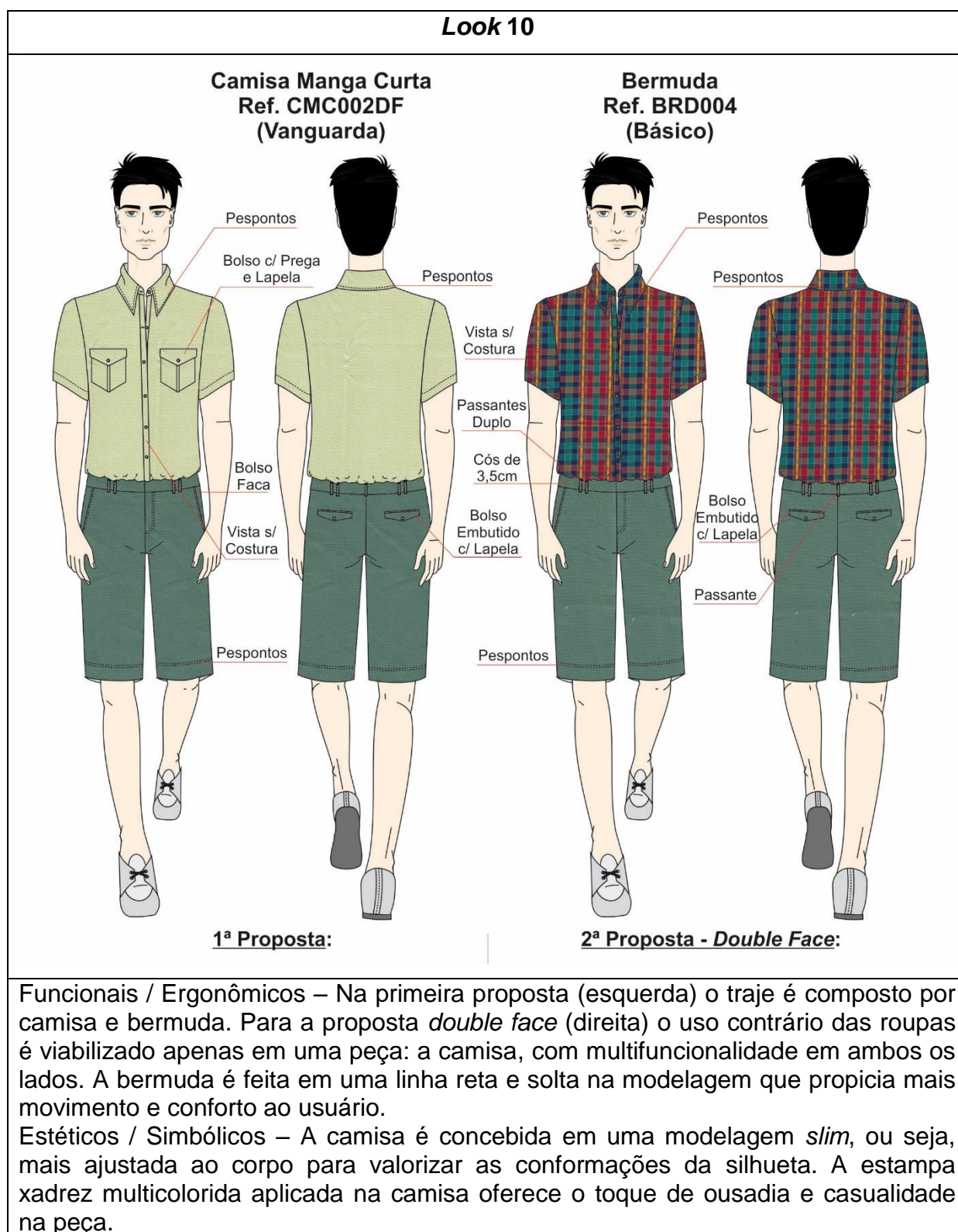
Funcionais / Ergonômicos – Na primeira proposta (esquerda) o traje é composto por *blazer*, camisa e calça. Para a proposta *double face* (direita) o uso contrário das roupas é viabilizado sobre duas peças: o *blazer* e a calça, com multifuncionalidade em ambos os lados. A calça é feita em uma linha reta e solta na modelagem que propicia mais movimento e conforto ao usuário.

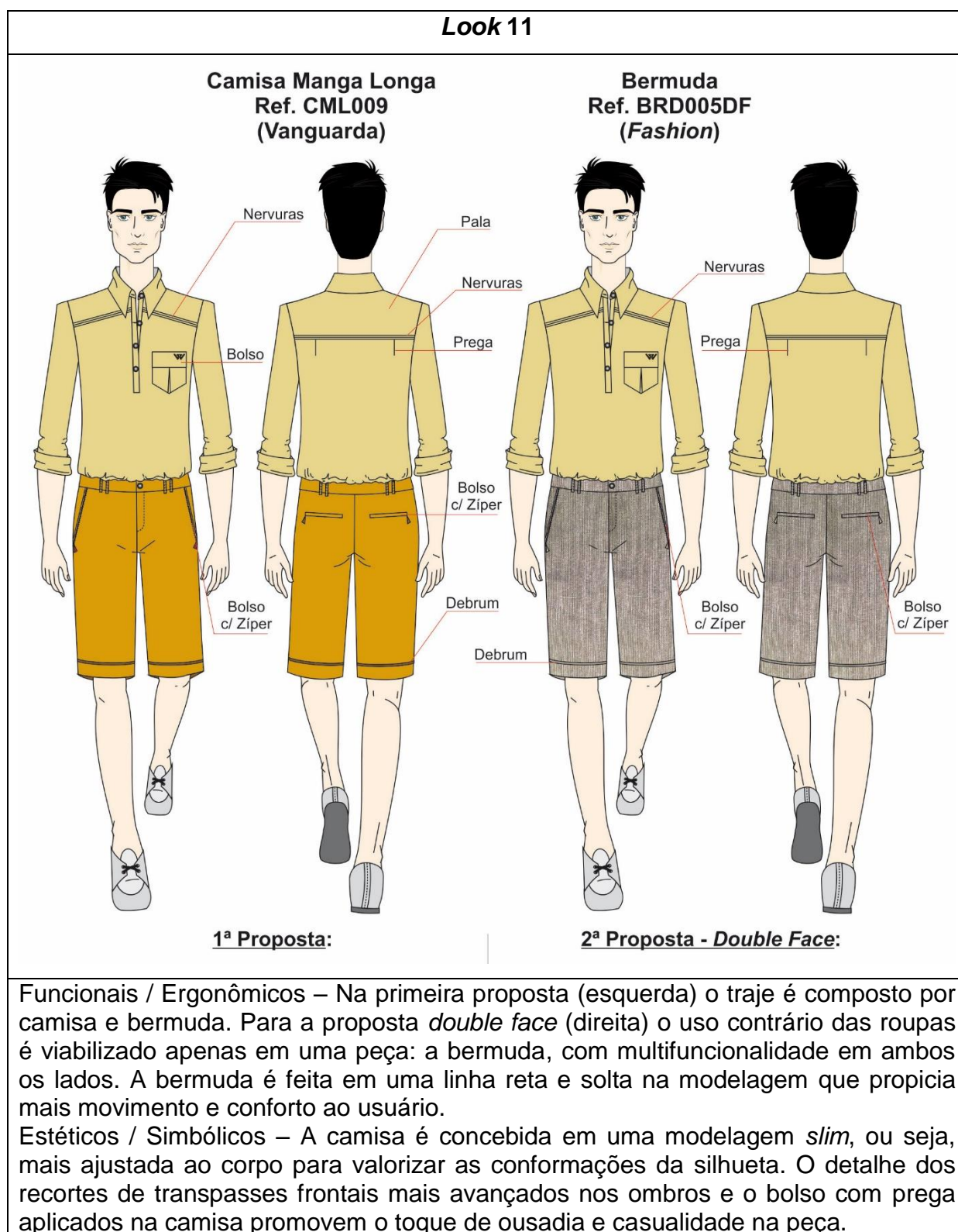
Estéticos / Simbólicos – O *blazer* e a camisa são concebidos em modelagem *slim*, ou seja, mais ajustada ao corpo para valorizar as conformações da silhueta. Nas cores do *blazer* e da calça, o toque de ousadia é marcado com o uso de uma cor mais escura e sóbria em um lado e de outra tonalidade mais clara e descontraída do lado contrário.

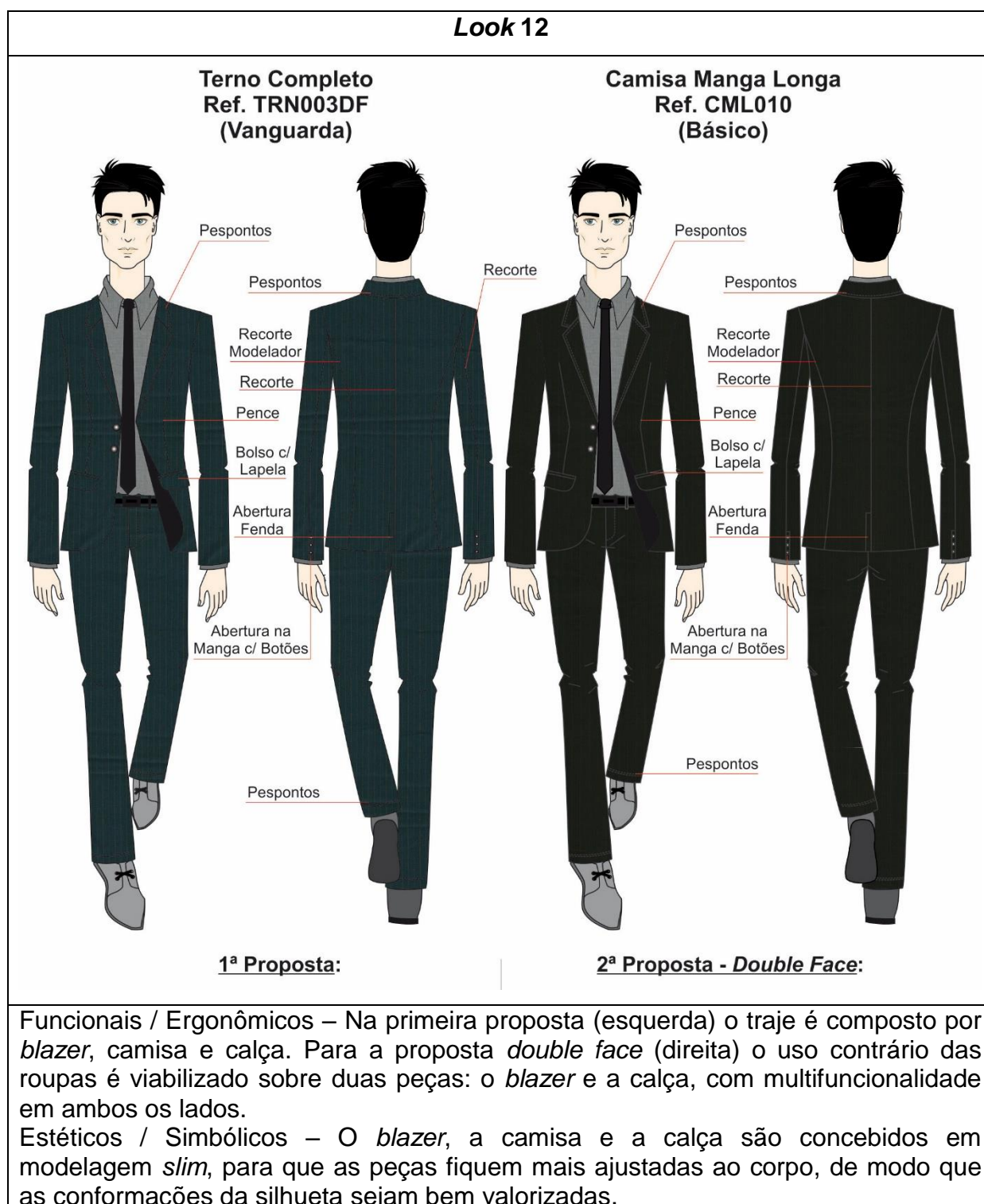
Quadro 28 - Análise justificada do look 04

Fonte: Do autor (2015).



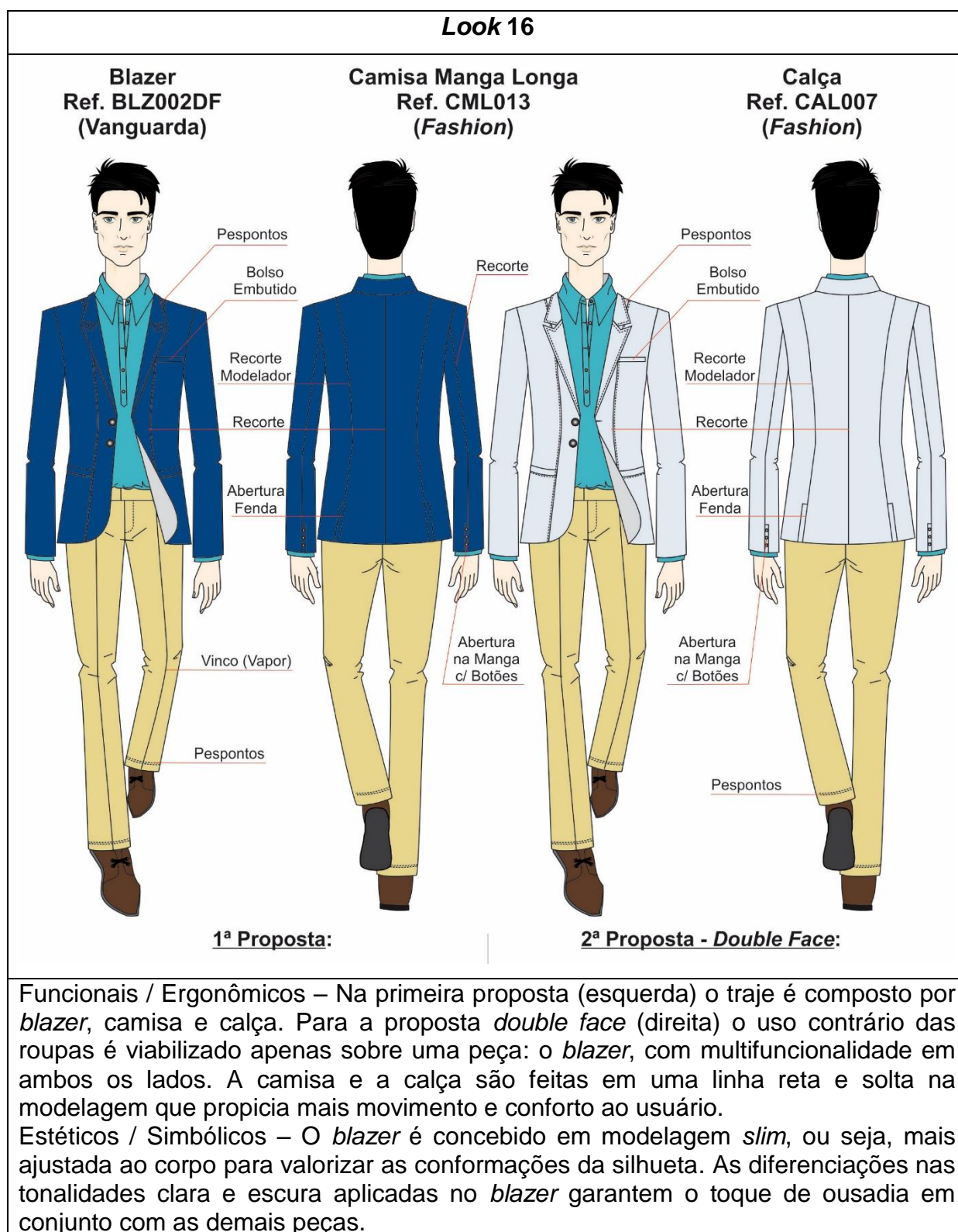


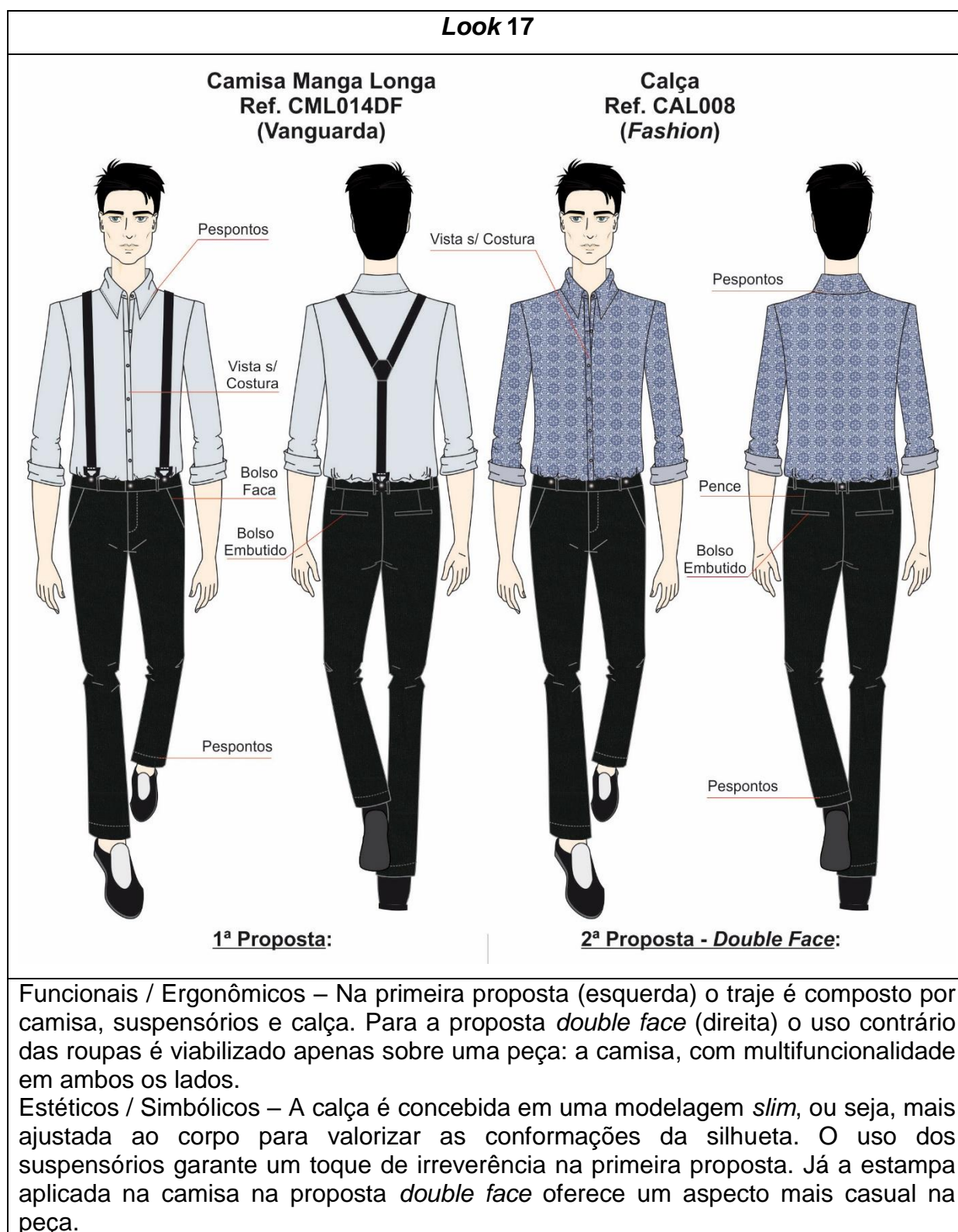


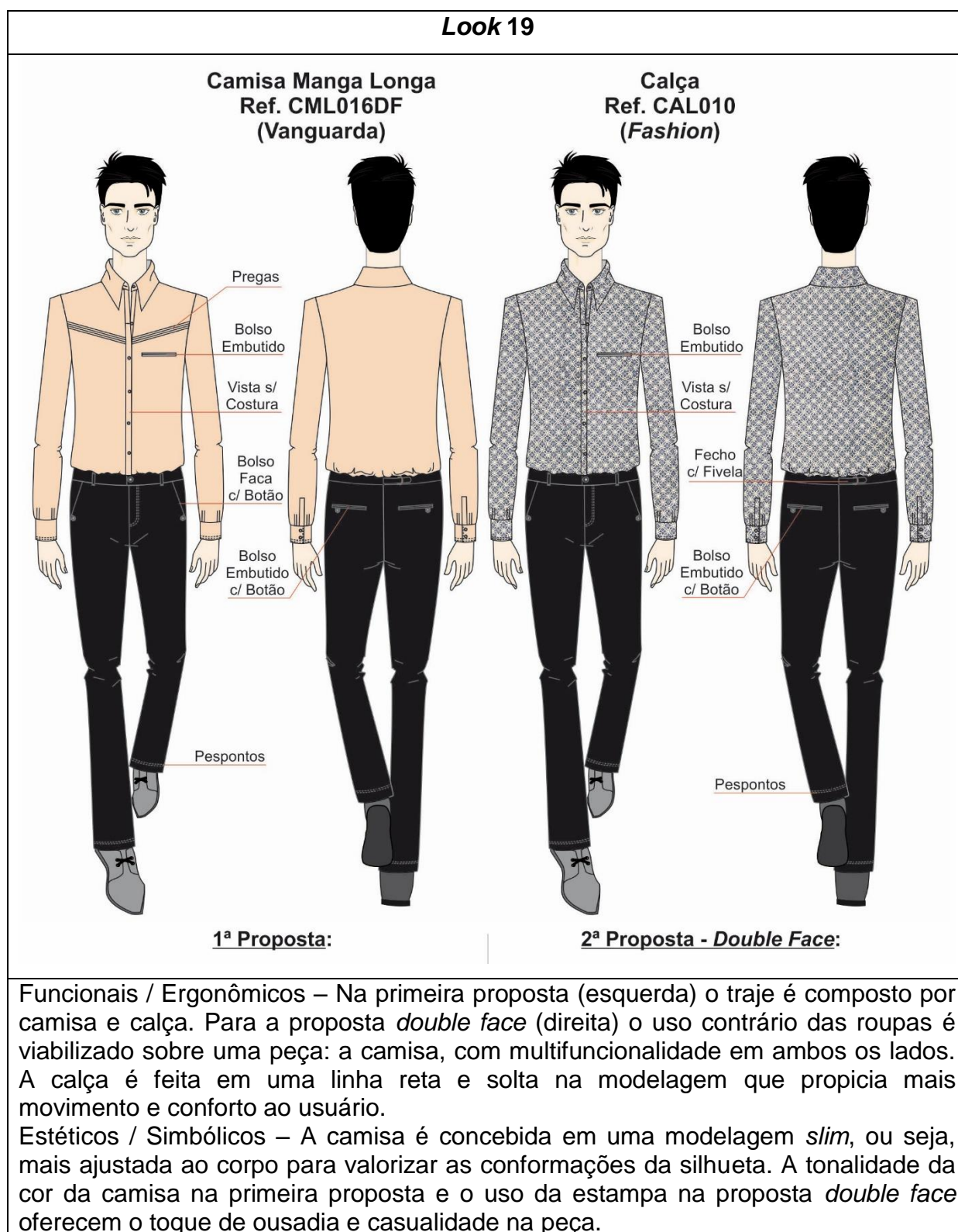


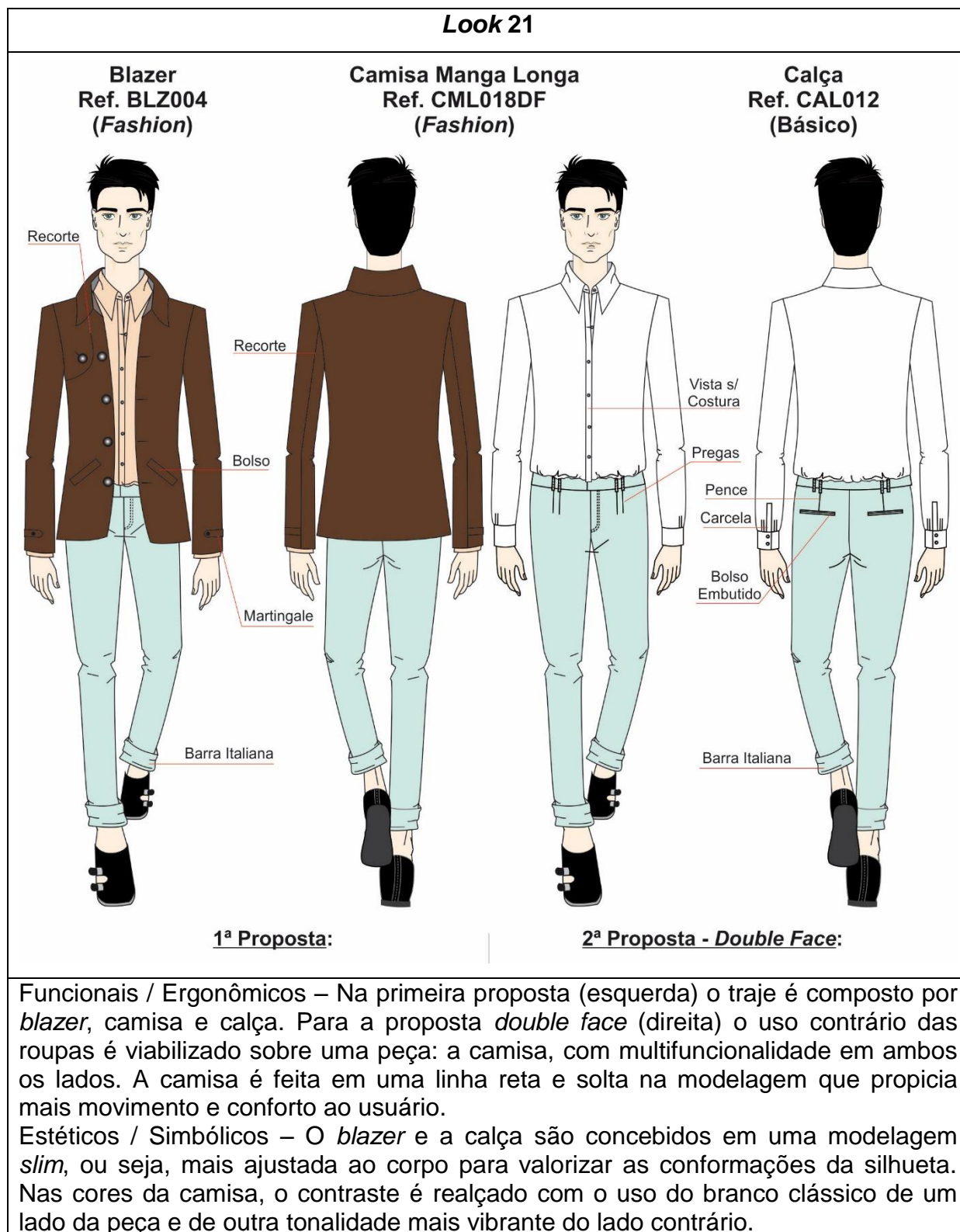
Quadro 32 - Análise justificada do look 12

Fonte: Do autor (2015).







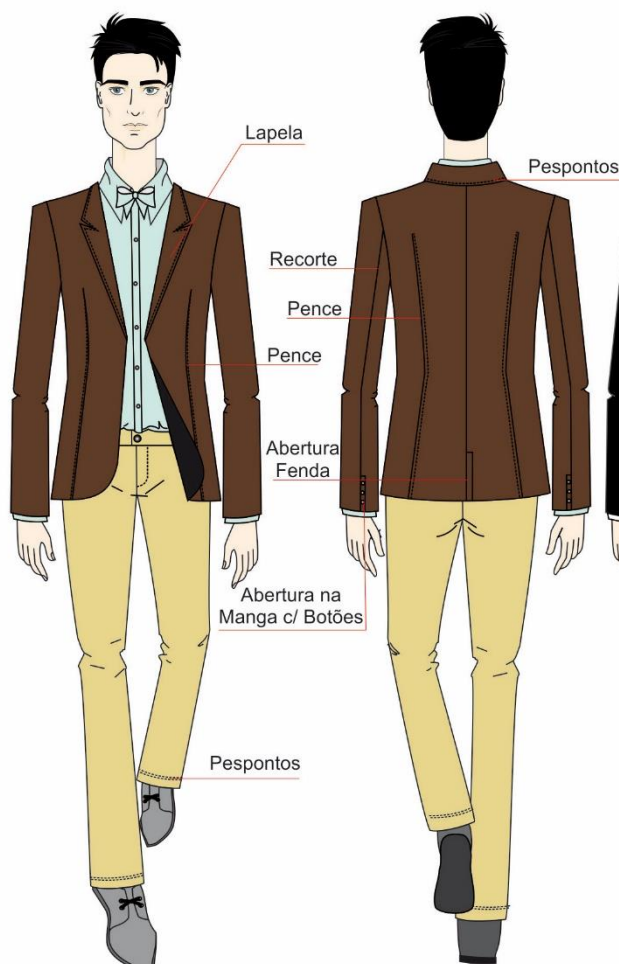


Quadro 36 - Análise justificada do look 21

Fonte: Do autor (2015).

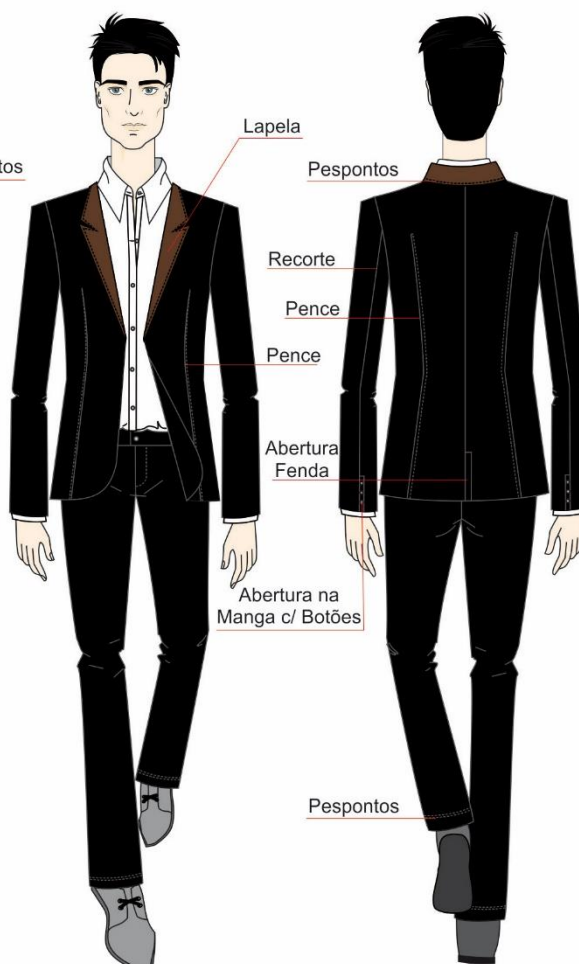
Look 23

Terno Completo
 Ref. TRN005DF
 (Vanguarda)



1ª Proposta:

Camisa Manga Longa
 Ref. CML020DF
 (Fashion)



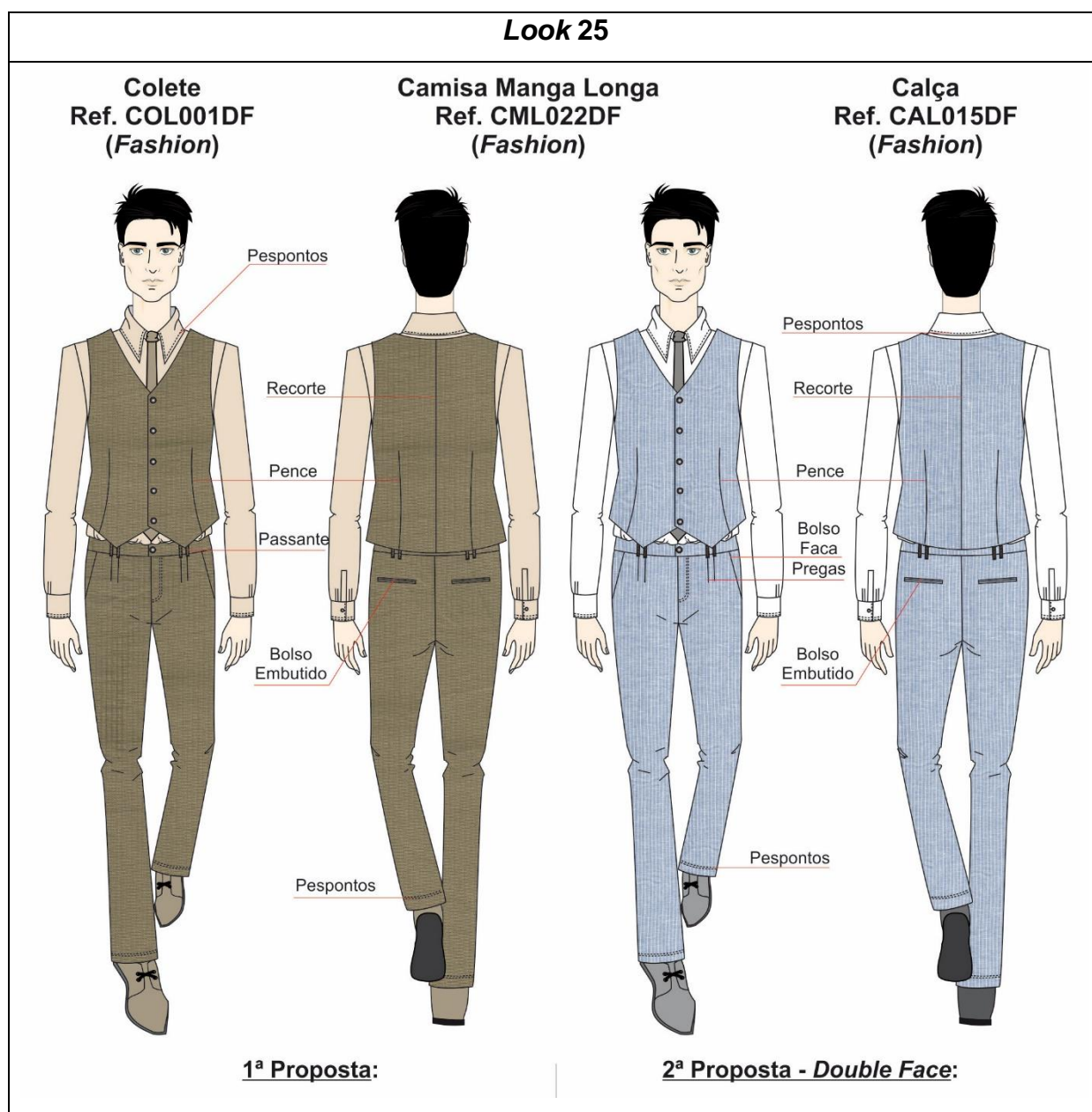
2ª Proposta - Double Face:

Funcionais / Ergonômicos – Na primeira proposta (esquerda) o traje é composto por *blazer*, camisa e calça. Para a proposta *double face* (direita) o uso contrário das roupas é viabilizado sobre todas as peças: o *blazer*, a camisa e a calça, com multifuncionalidade em ambos os lados. O *blazer* e a calça são feitos em uma linha reta e solta na modelagem que propicia mais movimento e conforto ao usuário.

Estéticos / Simbólicos – A camisa é concebida em uma modelagem *slim*, ou seja, mais ajustada ao corpo para valorizar as conformações da silhueta. Nas cores da camisa, o contraste é realçado com o uso do branco clássico de um lado da peça e de outra tonalidade mais escura do lado contrário.

Quadro 37 - Análise justificada do look 23

Fonte: Do autor (2015).



Funcionais / Ergonômicos – O traje é composto por camisa, colete e calça e para a proposta *double face* (direita), o uso contrário das roupas é viabilizado sobre todas as peças, com multifuncionalidade em ambos os lados. A calça é feita em uma linha reta e solta na modelagem que propicia mais movimento e conforto ao usuário.

Estéticos / Simbólicos – A camisa e o colete são concebidos em modelagem *slim*, ou seja, mais ajustada ao corpo para valorizar as conformações da silhueta. Nas cores da camisa, o contraste é realçado com o uso do branco clássico de um lado e de outra tonalidade mais escura do lado contrário. Já o colete e a calça são valorizados com o uso de uma cor mais discreta em um lado – o que garante mais sobriedade ao modelo – e de uma estampa listrada com efeito rajado do lado contrário, que promove um aspecto mais jovial ao traje.

Quadro 38 - Análise justificada do look 25

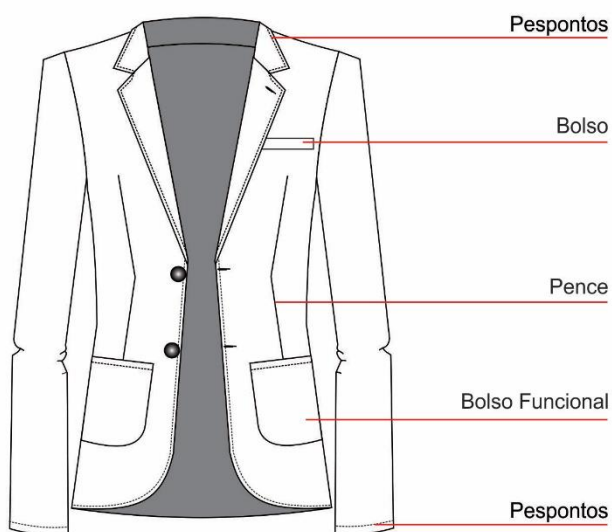
Fonte: Do autor (2015).

4.10 FICHAS TÉCNICAS

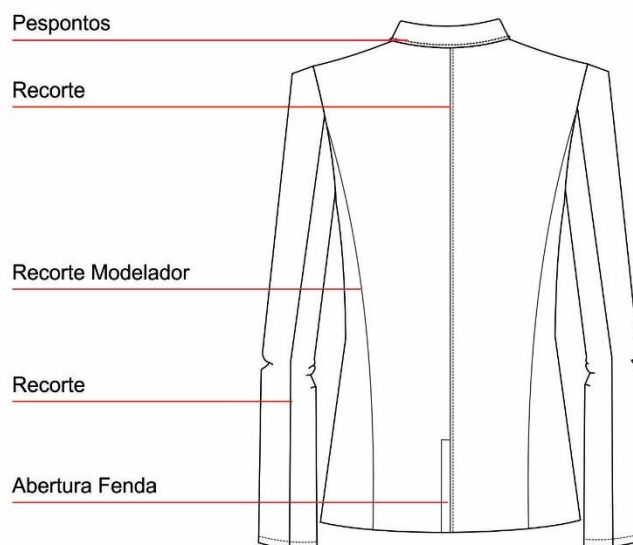


FICHA DESENVOLVIMENTO

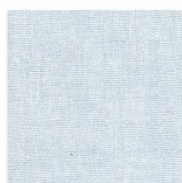
REF: BLZ001	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Blazer	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



Sarja Acetinado
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

Figura 71 - Ficha técnica - look 01 (blazer) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

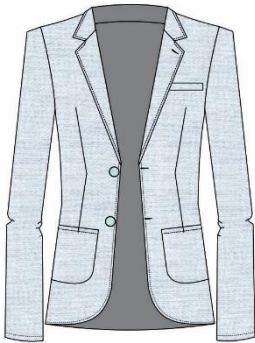
TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Sarja Acetinado	Chafic	100% CO	1,6 m	R\$ 16,00
AMOSTRAS				
 <p>Sarja Acetinado 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic</p>				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Azul Céu	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Azul Céu	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	0,5 m	R\$ 2,00
Botão 28"	Rei do Aviamento	Azul Céu	2 un	R\$ 0,15
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP - p/ Blazer	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,25
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05
VARIAÇÃO CORES				
 <p>Azul Celeste 12-4608 TPX</p>				

Figura 72 - Ficha técnica - look 01 (blazer) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

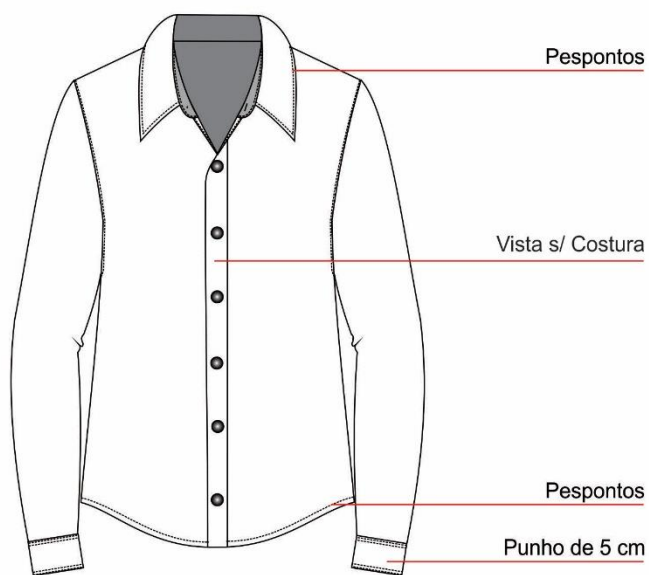
SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Colar entretela: gola e revel	Manual / Ferro
02	Costurar gola	Reta
03	Refilar gola	Manual
04	Preparar pregas das mangas	Reta
05	Montar mangas - forro	Reta
06	Unir mangas com forro	Reta
07	Fazer pences - frente	Reta
08	Fechar recortes - costas	Reta
09	Preparar abertura da fenda inferior das costas	Reta
10	Passar viés de acabamento	Reta
11	Pregar revel na parte da frente	Reta
12	Unir ombros	Reta
13	Pregar gola	Reta
14	Unir laterais - forro	Reta
15	Fazer acabamento da barra	Reta
16	Pregar mangas	Reta
17	Pregar forro das mangas - cavas	Reta
18	Casear	Caseadeira
19	Pregar botões	Botoneira
20	Limpeza da peça	Manual
21	Passadoria	A vapor
22	Embalagem da peça	Manual

Figura 73 - Ficha técnica - look 01 (blazer) - página 03
Fonte: Do autor (2015).

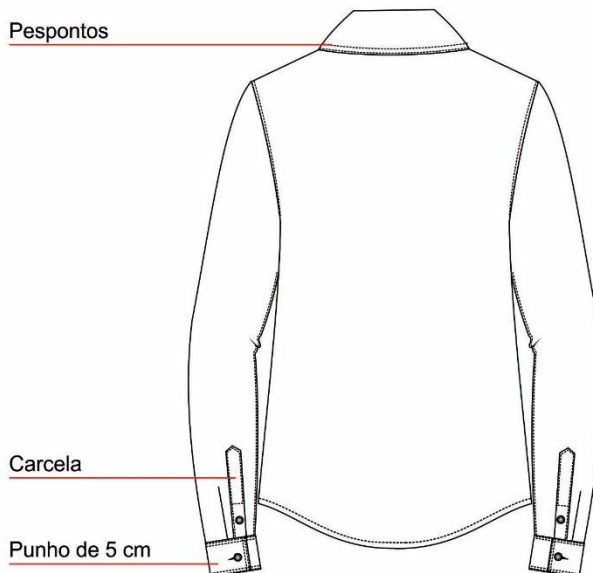


FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CML001DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Camisa Mga. Longa <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



Tricoline Magnetado
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

Figura 74 - Ficha técnica - look 01 (camisa) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

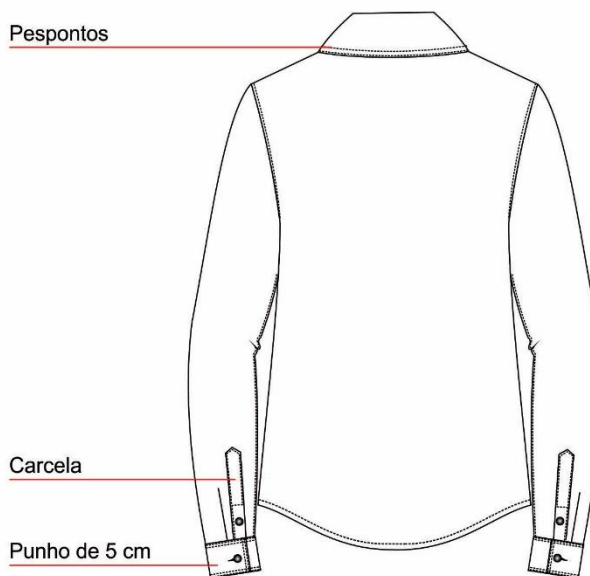


FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CML001DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Camisa Mga. Longa <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE





COSTAS



Tricoline Estampado
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

Figura 75 - Ficha técnica - look 01 (camisa) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Tricoline Magnetado	Chafic	100% CO	1,8 m	R\$ 28,90
Tricoline Estampado	Chafic	100% CO	1,8 m	R\$ 28,90

AMOSTRAS	
 <p>Tricoline Magnetado 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic</p>	 <p>Tricoline Estampado 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic</p>

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Azul	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Azul	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	0,5 m	R\$ 2,00
Botão 18"	Rei do Aviamento	Azul	22 un	R\$ 0,05

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,20
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05

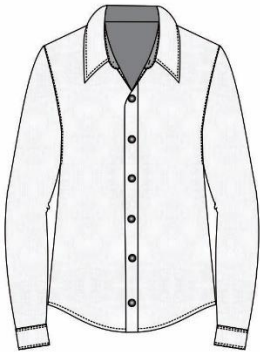

VARIAÇÃO CORES	
 <p>Branco Off White 11-0601 TPX</p>	<p>Double Face</p>  <p>Branco Off White 11-0601 TPX Azul Royal 18-4247 TPX</p>

Figura 76 - Ficha técnica - look 01 (camisa) - página 03
Fonte: Do autor (2015).

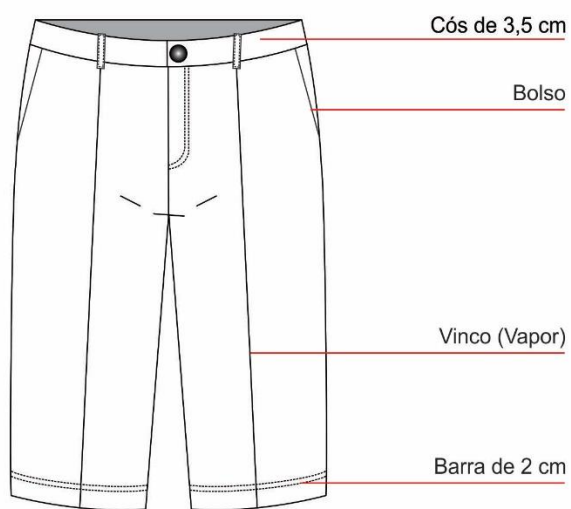
SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Colar entretela: punhos, gola e carcelas	Manual / Ferro
02	Montar e pespontar gola e pala	Reta
03	Preparar vista	Reta
04	Fazer carcelas das mangas	Reta
05	Montar punhos e carcelas	Reta
06	Aplicar punhos	Reta
07	Unir ombros	Interloque
08	Pespontar ombros	Reta
09	Pregar mangas	Interloque
10	Pespontar cavas	Reta
11	Unir laterais	Interloque
12	Unir faces	Reta
13	Aplicar gola	Reta
14	Pespontar gola	Reta
15	Embanhar barra	Reta
16	Casear	Caseadeira
17	Pregar botões	Botoneira
18	Passadoria	A vapor
19	Limpeza da peça	Manual
20	Embalagem da peça	Manual

Figura 77 - Ficha técnica - look 01 (camisa) - página 04
Fonte: Do autor (2015).

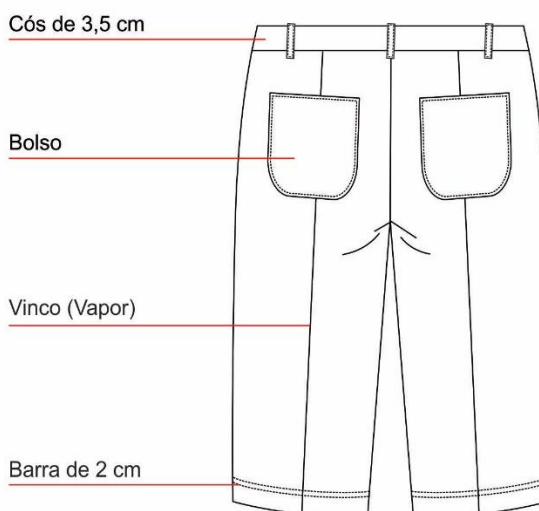


FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: BRD001DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 44	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Bermuda <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



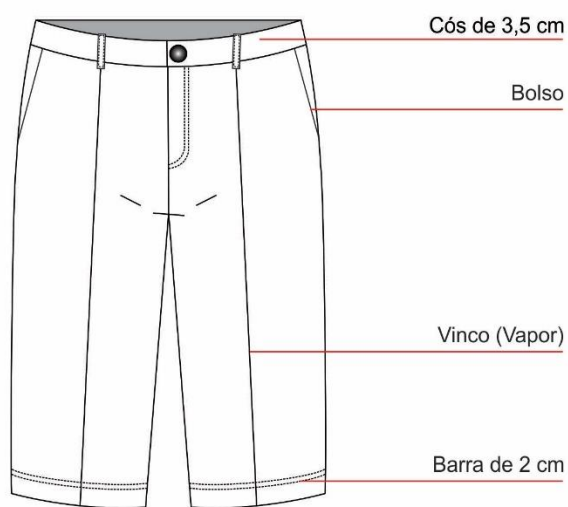
Linho Listras
100% Linho
Forn. Indireto: Chafic

Figura 78 - Ficha técnica - look 01 (bermuda) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

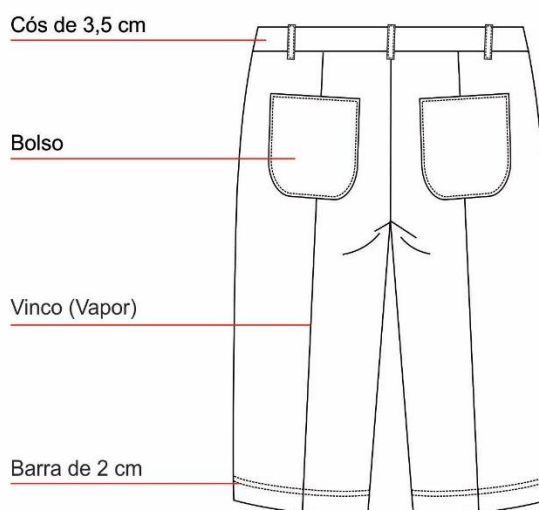


FICHA DESENVOLVIMENTO

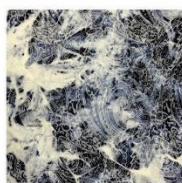
REF: BRD001DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 44	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Bermuda <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



Jacquard Estampado
71% Algodão
27% Poliéster
2% Elastano
Forn. Indireto: Chafic

Figura 79 - Ficha técnica - look 01 (bermuda) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linho Listras	Chafic	100% CL	1,2 m	R\$ 60,00
Jacquard Estampado	Chafic	71% CO 27% PES 2% PUE	1,2 m	R\$ 70,90

AMOSTRAS				
	Linho Listras 100% Linho Forn. Indireto: Chafic		Jacquard Estampado 71% Algodão 27% Poliéster 2% Elastano Forn. Indireto: Chafic	

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Bege	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Bege	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	0,5 m	R\$ 2,00
Botão 28"	Rei do Aviamento	Prata	2 un	R\$ 0,15
Zíper 14 cm	Rei do Aviamento	Bege	1 un	R\$ 0,85

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,20
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05

VARIAÇÃO CORES				
<i>Double Face</i>				
				
Azul Royal 18-4247 TPX		Turquesa 16-4535 TPX	Azul Royal 18-4247 TPX	Marfim 19-0820 TPX

Figura 80 - Ficha técnica - look 01 (bermuda) - página 03
 Fonte: Do autor (2015).

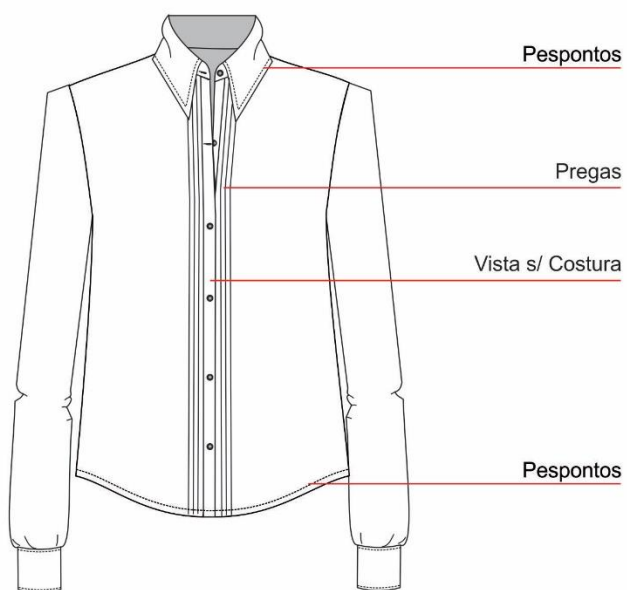
SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Unir recortes	Reta
02	Preparar braguilha	Reta
03	Aplicar zíper na braguilha	Reta
04	Pespontar braguilha	Reta
05	Unir gancho dianteiro e embutir gancho frente	Reta
06	Preparar cós	Reta
07	Unir entrepernas	Reta
08	Unir laterais	Reta
09	Unir gancho traseiro	Reta
10	Unir faces	Reta
11	Aplicar cós	Reta
12	Embanhar barras	Reta
13	Casear	Caseadeira
14	Aplicar botões frente e dupla face	Botoneira
15	Limpeza da peça	Manual
16	Passadoria	A vapor
17	Embalagem da peça	Manual

Figura 81 - Ficha técnica - look 01 (bermuda) - página 04
 Fonte: Do autor (2015).

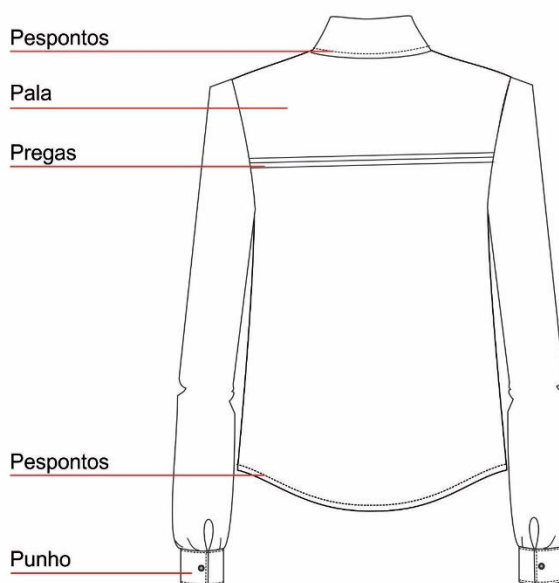


FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CML008	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Camisa Mga. Longa c/ Pregas	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



Percau 400 Fios Estampado
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

Figura 82 - Ficha técnica - look 08 (camisa) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Percau 400 Fios Estampado	Chafic	100% CO	1,5 m	R\$ 59,90

AMOSTRAS				
		Percau 400 Fios Estampado 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic		

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Bege	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Bege	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	0,5 m	R\$ 2,00
Botão 18"	Rei do Aviamento	Bege	8 un	R\$ 0,05

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,20
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05

VARIAÇÃO CORES				
				
Cru 12-1009 TPX				

Figura 83 - Ficha técnica - look 08 (camisa) - página 02
 Fonte: Do autor (2015).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Colar entretela: punhos e gola	Manual / Ferro
02	Montar e pespontar gola e pala	Reta
03	Preparar vistas	Reta
04	Fazer pregas da frente	Reta
05	Montar punhos	Reta
06	Aplicar punhos	Reta
07	Preparar pala e aplicar as costas com pregas	Reta
08	Unir ombros	Interloque
09	Pespontar ombros	Reta
10	Pregar mangas	Interloque
11	Pespontar cavas	Reta
12	Unir laterais	Interloque
13	Aplicar gola	Reta
14	Pespontar gola	Reta
15	Embanhar barra	Reta
16	Casear	Caseadeira
17	Pregar botões	Botoneira
18	Passadoria	A vapor
19	Limpeza da peça	Manual
20	Embalagem da peça	Manual

Figura 84 - Ficha técnica - look 08 (camisa) - página 03
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CAL004DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 44	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Calça <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

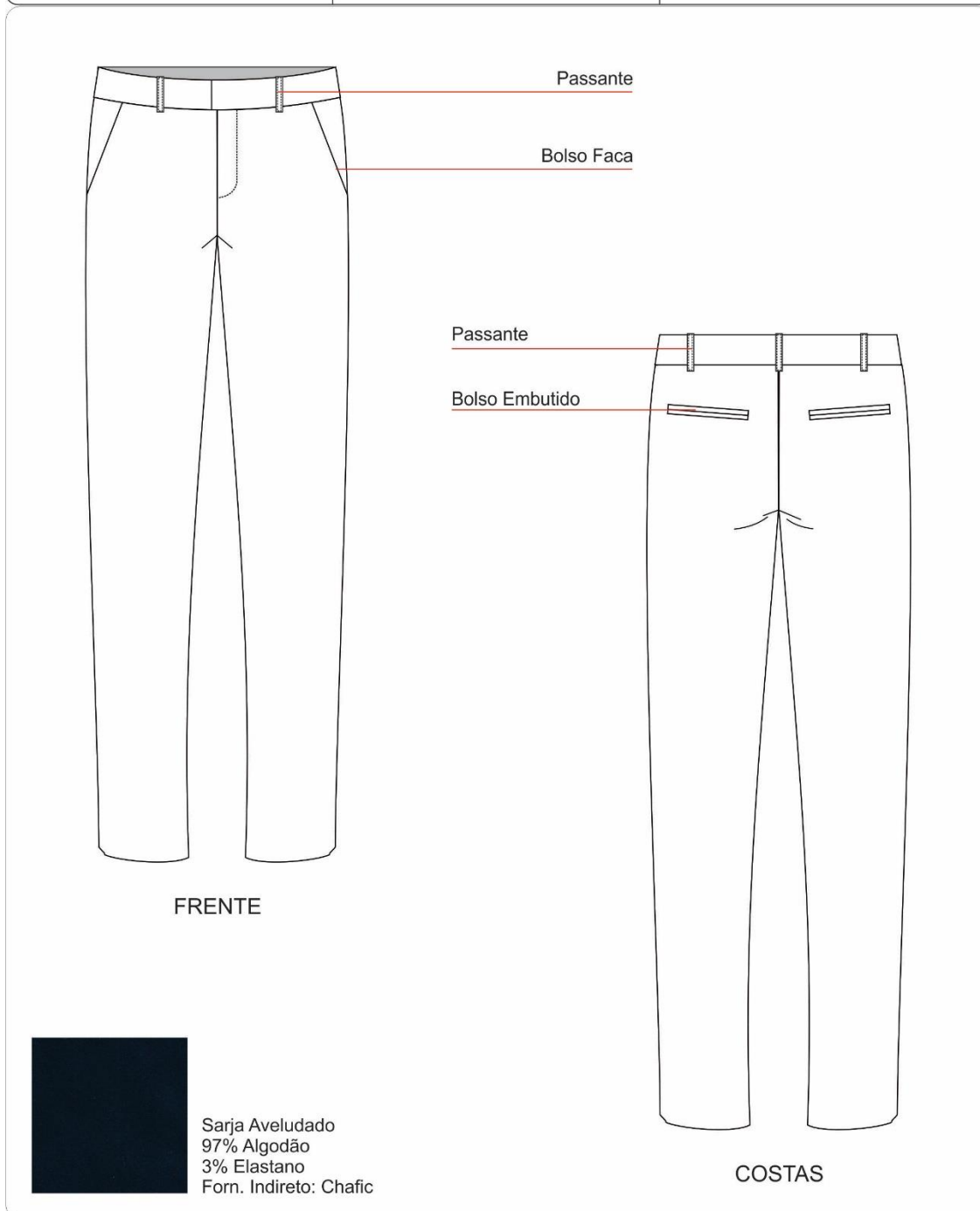


Figura 85 - Ficha técnica - look 08 (calça) - página 01
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CAL004DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 44	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Calça <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

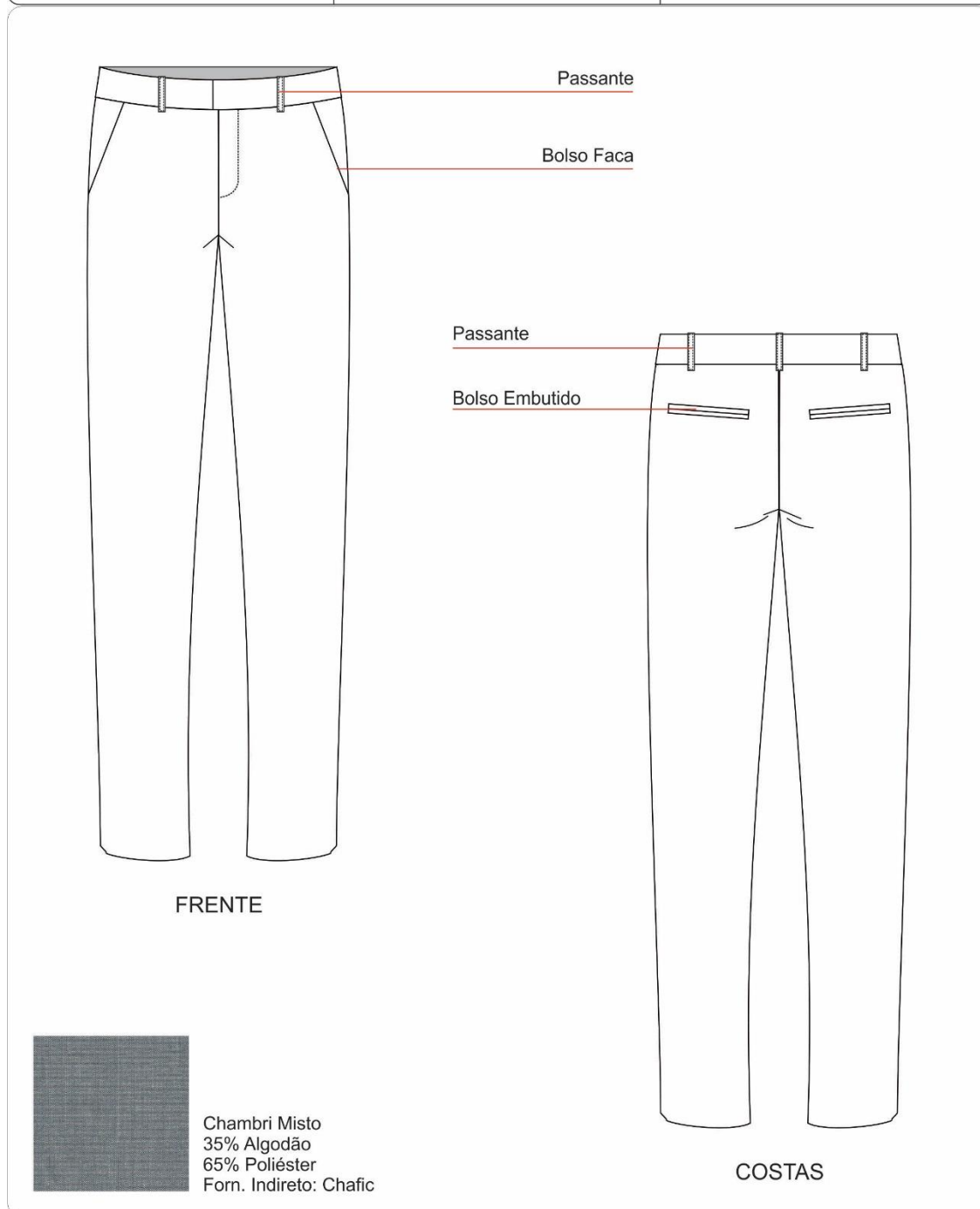


Figura 86 - Ficha técnica - look 08 (calça) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Sarja Aveludado	Chafic	97% CO 3% PUE	1,2 m	R\$ 18,90
Chambri Misto	Chafic	35% CO 65% PES	1,2 m	R\$ 28,90

AMOSTRAS	
	<p>Sarja Aveludado 97% Algodão 3% Elastano Forn. Indireto: Chafic</p>
	<p>Chambri Misto 35% Algodão 65% Poliéster Forn. Indireto: Chafic</p>

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Azul	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Azul	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	0,5 m	R\$ 2,00
Botão 28"	Rei do Aviamento	Prata	2 un	R\$ 0,15
Zíper 14 cm	Rei do Aviamento	Verde	1 un	R\$ 0,85

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,20
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05

VARIAÇÃO CORES	
 <p>Preto 19-4305-TPX</p>	<p><i>Double Face</i></p>  <p>Azul Royal 18-4247-TPX</p>

Figura 87 - Ficha técnica - look 08 (calça) - página 03
Fonte: Do autor (2015).

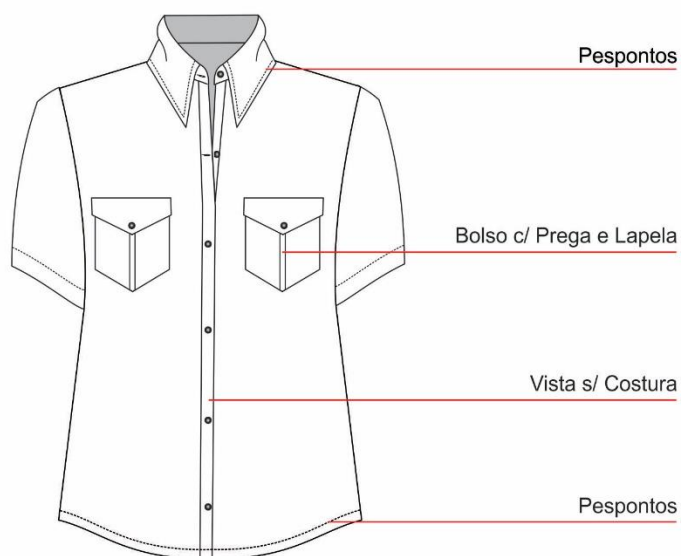
SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Pregar forro dos bolsos	Reta
02	Rebater bolsos	Reta
03	Fazer pences frente	Reta
04	Aplicar recortes costas	Interloque
05	Preparar braguilha	Reta
06	Aplicar zíper na braguilha	Reta
07	Pespontar braguilha	Reta
08	Unir gancho dianteiro e embutir gancho frente	Reta
09	Preparar abertura lateral pernas	Reta
10	Unir entrepernas	Reta
11	Unir laterais	Reta
12	Unir gancho traseiro	Reta
13	Unir faces	Reta
14	Aplicar cós	Reta
15	Embanhar barras	Reta
16	Casear	Caseadeira
17	Aplicar botões	Botoneira
18	Limpeza da peça	Manual
19	Passadoria	A vapor
20	Embalagem da peça	Manual

Figura 88 - Ficha técnica - look 08 (calça) - página 04
Fonte: Do autor (2015).

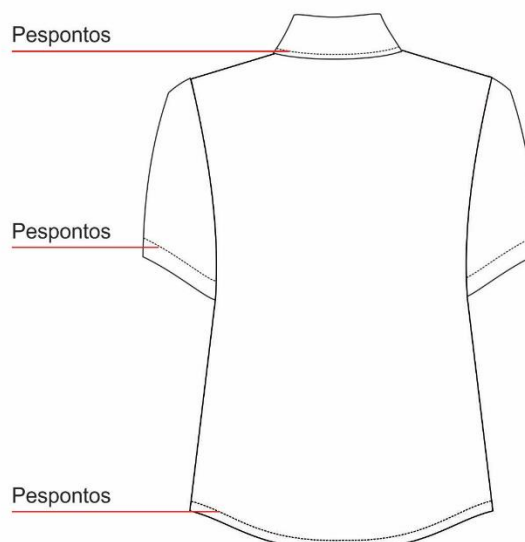


FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CMC002DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Camisa Mga. Curta <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



Tricoline
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

Figura 89 - Ficha técnica - look 10 (camisa) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

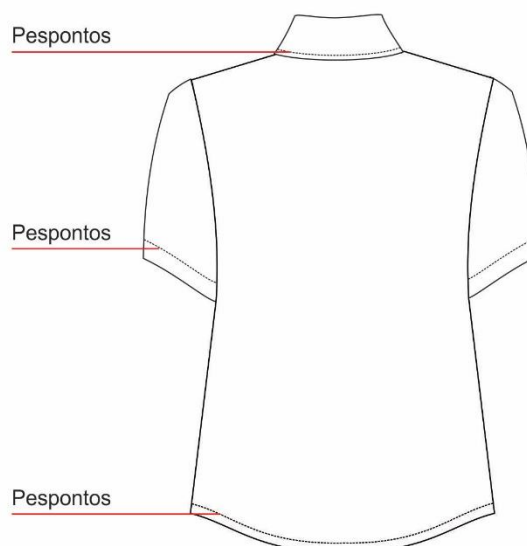


FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CMC002DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Camisa Mga. Curta <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



Tricoline Estampado
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

Figura 90 - Ficha técnica - look 10 (camisa) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Tricoline	Chafic	100% CO	1,8 m	R\$ 22,90
Tricoline Estampado	Chafic	100% CO	1,6 m	R\$ 39,90

AMOSTRAS				
	Tricoline 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic		Tricoline Estampado 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic	

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Verde	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Verde	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	0,5 m	R\$ 2,00
Botão 18"	Rei do Aviamento	Preto	14 un	R\$ 0,05

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,20
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05

VARIAÇÃO CORES				
		<i>Double Face</i>		
Verde Claro 15-0336 TPX		Verde Musgo 18-6011 TPX	Vermelho 17-1664 TPX	Verde Claro 16-0220 TPX

Figura 91 - Ficha técnica - look 10 (camisa) - página 03
 Fonte: Do autor (2015).

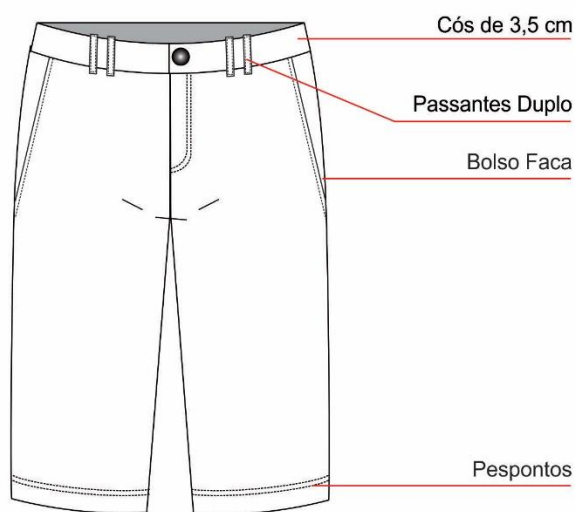
SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Colar entretela: gola e lapelas bolsos	Manual / Ferro
02	Montar e pespontar gola, colarinho, lapelas bolsos	Reta
03	Preparar vistas	Reta
04	Pregar bolsos 1 face	Reta
05	Fazer barras	Reta
06	Unir ombros - 2 faces separadas	Interloque
07	Pespontar ombros	Reta
08	Pregar mangas	Interloque
09	Pespontar cavas	Reta
10	Unir laterais	Interloque
11	Unir faces	Reta
12	Aplicar gola	Reta
13	Pespontar gola	Reta
14	Embanhar barra	Reta
15	Casear	Caseadeira
16	Pregar botões	Botoneira
17	Passadoria	A vapor
18	Limpeza da peça	Manual
19	Embalagem da peça	Manual

Figura 92 - Ficha técnica - look 10 (camisa) - página 04
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: BRD004	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 44	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Bermuda	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



Sarja
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

Figura 93 - Ficha técnica - look 10 (bermuda) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Sarja	Chafic	100% CO	1,2 m	R\$ 18,90
AMOSTRAS				
		Sarja 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic		
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Verde	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Verde	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	0,5 m	R\$ 2,00
Botão 28"	Rei do Aviamento	Verde	1 un	R\$ 0,15
Botão 18"	Rei do Aviamento	Verde	2 un	R\$ 0,05
Zíper 14 cm	Rei do Aviamento	Verde	1 un	R\$ 0,85
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,20
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05
VARIAÇÃO CORES				
				
Verde Bandeira 17-6030 TPX				

Figura 94 - Ficha técnica - look 10 (bermuda) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

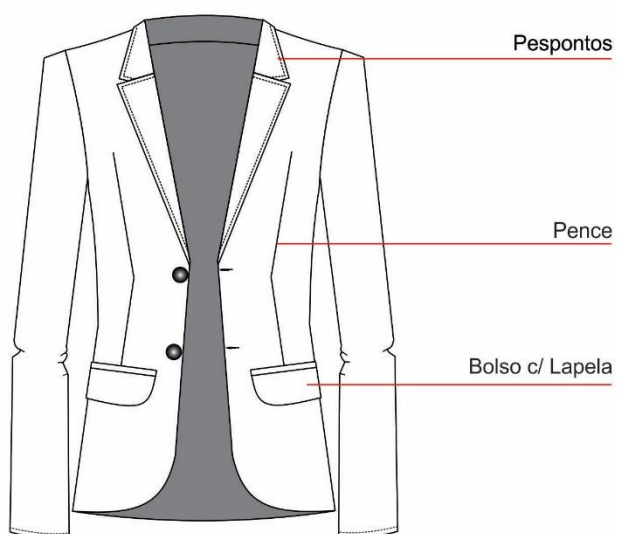
SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Pregar forro dos bolsos com vista	Reta
02	Rebater boca dos bolsos	Reta
03	Fazer lapelas bolsos traseiros	Reta
04	Fazer bolsos embutidos - costas	Interloque
05	Preparar braguilha	Reta
06	Aplicar zíper na braguilha	Reta
07	Pespontar braguilha	Reta
08	Unir gancho dianteiro e embutir gancho frente	Reta
09	Unir lapelas aos bolsos	Reta
10	Unir entrepernas	Reta
11	Unir laterais	Reta
12	Unir gancho traseiro	Reta
13	Preparar passantes	Reta
14	Fixar passantes	Reta
15	Aplicar cós	Reta
16	Fixar passantes no cós e gancho	Reta
17	Embanhar barras	Reta
18	Casear	Caseadeira
19	Aplicar botões	Botoneira
20	Limpeza da peça	Manual
21	Passadoria	A vapor
22	Embalagem da peça	Manual

Figura 95 - Ficha técnica - look 10 (bermuda) - página 03
Fonte: Do autor (2015).

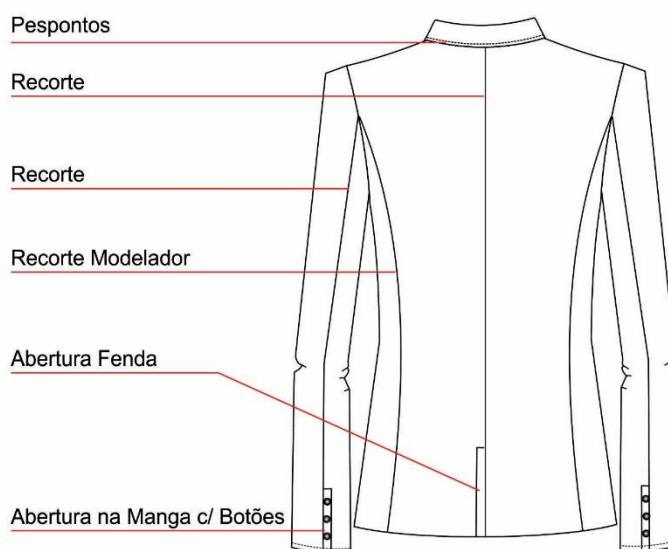


FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: TRN003DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Terno Completo <i>Blazer Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



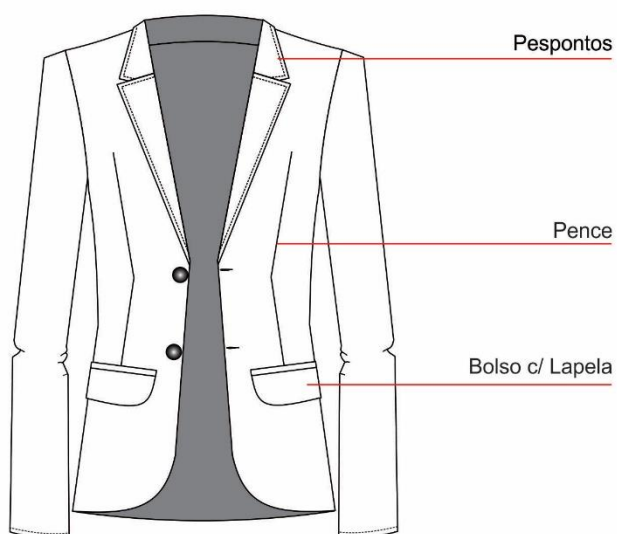
Cambráia Risca de Giz
100% Poliéster
Forn. Indireto: Chafic

Figura 96 - Ficha técnica - look 12 (terno: *blazer*) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

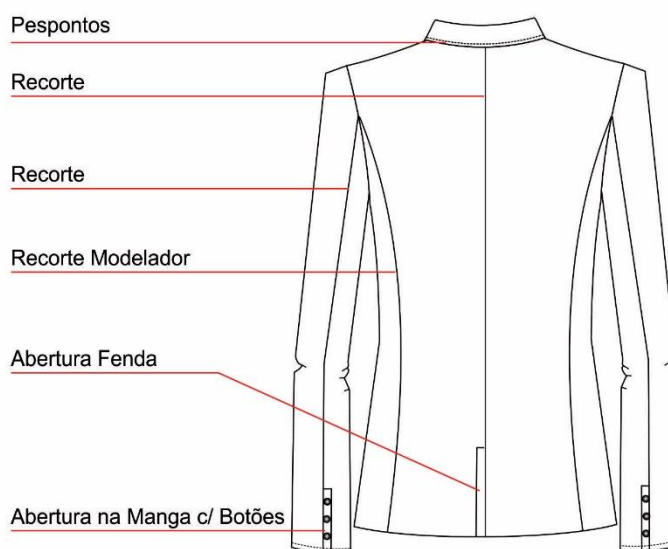


FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: TRN003DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Terno Completo <i>Blazer Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE





COSTAS



Tricoline Risca de Giz
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

Figura 97 - Ficha técnica - look 12 (terno: *blazer*) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Cambráia Risca de Giz	Chafic	100% PES	1,5 m	R\$ 59,00
Tricoline Risca de Giz	Chafic	100% CO	1,5 m	R\$ 59,00

AMOSTRAS	
	Cambráia Risca de Giz 100% Poliéster Forn. Indireto: Chafic
	Tricoline Risca de Giz 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Chumbo	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Chumbo	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	20 cm	R\$ 2,00
Botão 28"	Rei do Aviamento	Chumbo	4 un	R\$ 0,15

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP - p/ Blazer	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 1,25
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05



VARIAÇÃO CORES	
	
Verde Musgo 18-6011 TPX	Preto 19-4305 TPX
Branco Off White 11-0601 TPX	Marfim 19-0820 TPX
	Branco Off White 11-0601 TPX

Figura 98 - Ficha técnica - look 12 (terno: blazer) - página 03
Fonte: Do autor (2015).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Colar entretela, gola, revel e lapelas dos bolsos	Manual / Ferro
02	Costurar gola	Reta
03	Refilar gola	Manual
04	Preparar pregas das mangas	Reta
05	Montar mangas	Reta
06	Preparar punhos	Reta
07	Unir mangas	Reta
08	Unir recortes	Reta
09	Montar bolsos e lapelas	Reta
10	Preparar abertura inferior das costas	Reta
11	Pregar revel na parte da frente	Reta
12	Unir ombros	Reta
13	Pregar gola	Reta
14	Unir laterais	Reta
15	Fazer acabamento da barra	Reta
16	Pregar mangas	Reta
17	Unir faces	Reta
18	Casear	Caseadeira
19	Pregar botões	Botoneira
20	Limpeza da peça	Manual
21	Passadoria	A vapor
22	Embalagem da peça	Manual

Figura 99 - Ficha técnica - look 12 (terno: blazer) - página 04
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: TRN003DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 44	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Terno Completo Calça <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

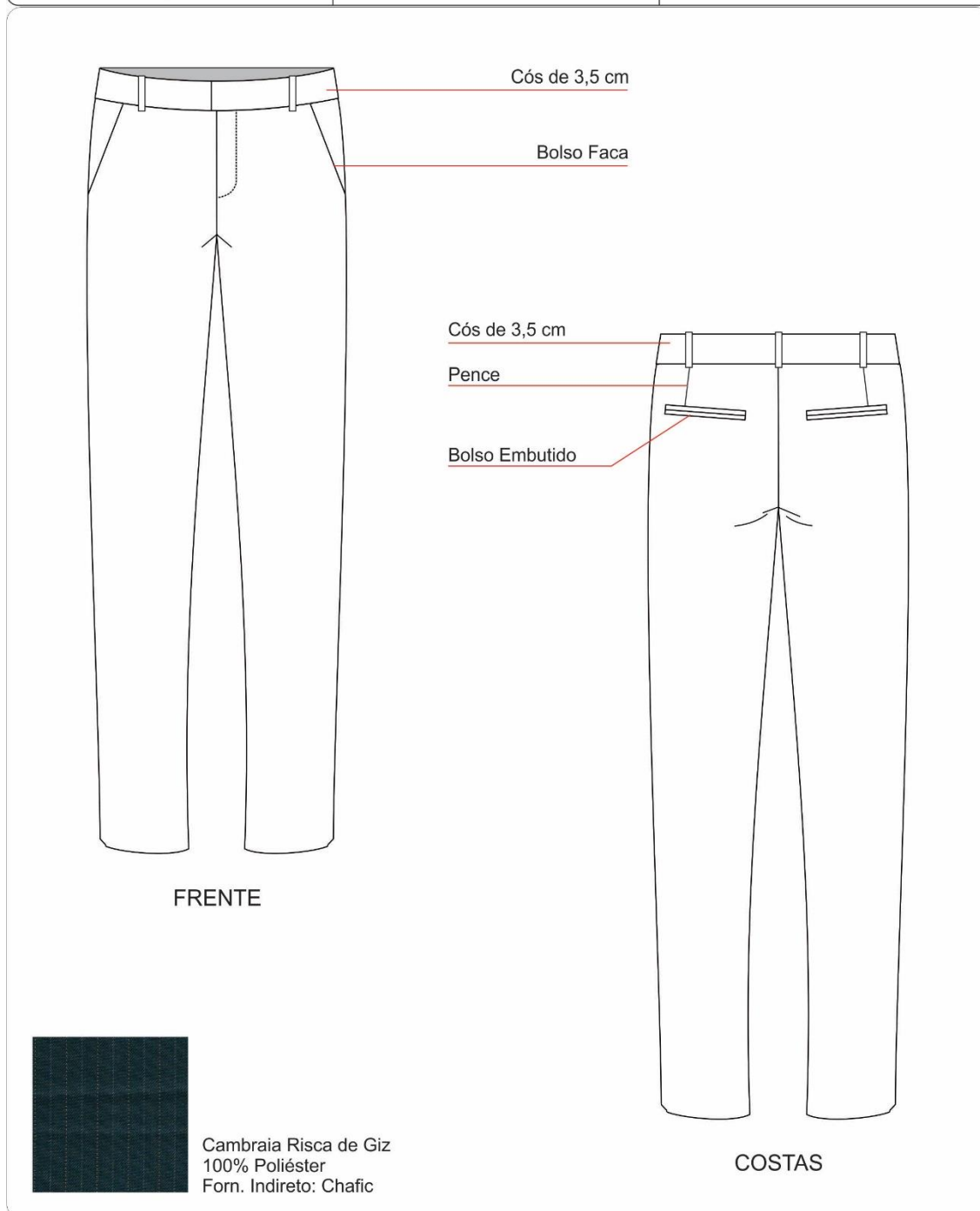


Figura 100 - Ficha técnica - look 12 (terno: calça) - página 01
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: TRN003DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 44	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Terno Completo Calça <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

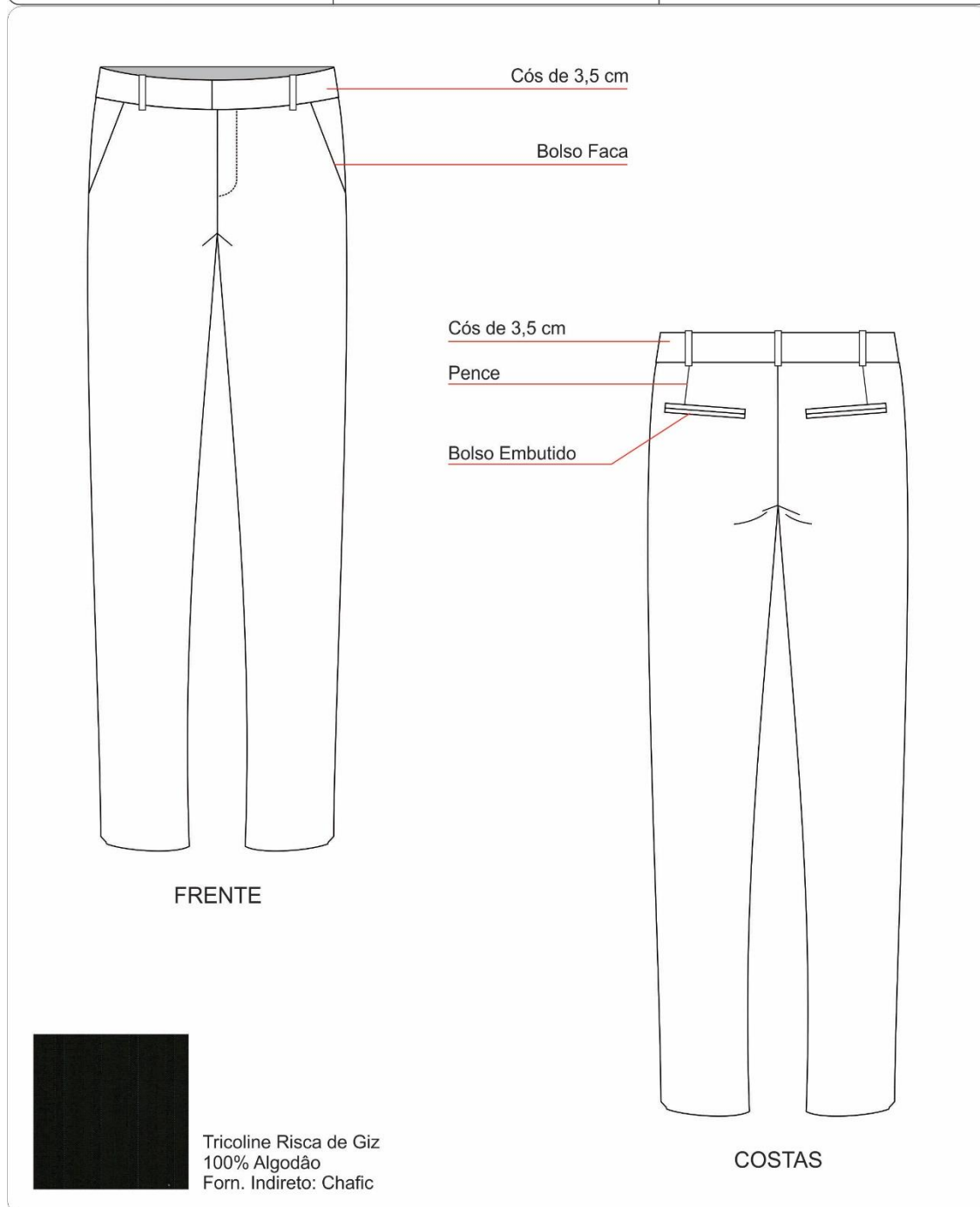




Figura 101 - Ficha técnica - look 12 (terno: calça) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Cambraila Risca de Giz	Chafic	100% PES	1,8 m	R\$ 59,00
Tricoline Risca de Giz	Chafic	100% CO	1,8 m	R\$ 59,00

AMOSTRAS				
	Cambraila Risca de Giz 100% Poliéster Forn. Indireto: Chafic		Tricoline Risca de Giz 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic	

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Chumbo	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Chumbo	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	20 cm	R\$ 2,00
Botão 28"	Rei do Aviamento	Chumbo	1 un	R\$ 0,15
Zíper 14 cm	Rei do Aviamento	Chumbo	1 un	R\$ 1,15

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,25
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05






VARIAÇÃO CORES				
				
Verde Musgo 18-6011 TPX	Branco Off White 11-0601 TPX	Preto 19-4305 TPX	Marfim 19-0820 TPX	Branco Off White 11-0601 TPX

Figura 102 - Ficha técnica - look 12 (terno: calça) - página 03
 Fonte: Do autor (2015).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Pregar forro dos bolsos	Reta
02	Rebater bolsos	Reta
03	Fazer bolsos embutidos	Reta
04	Aplicar recortes costas	Interloque
05	Preparar braguilha	Reta
06	Aplicar zíper na braguilha	Reta
07	Pespontar braguilha	Reta
08	Unir gancho dianteiro e embutir gancho frente	Reta
09	Preparar aberturas laterais pernas	Reta
10	Unir entrepernas	Reta
11	Unir laterais	Reta
12	Unir gancho traseiro	Reta
13	Unir faces	Reta
14	Preparar cóis	Reta
15	Aplicar cóis	Reta
16	Embanhar barras	Reta
17	Casear	Caseadeira
18	Aplicar botões	Botoneira
19	Limpeza da peça	Manual
20	Passadoria	A vapor
21	Embalagem da peça	Manual

Figura 103 - Ficha técnica - look 12 (terno: calça) - página 04
 Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CML010	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Camisa Mga. Longa	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

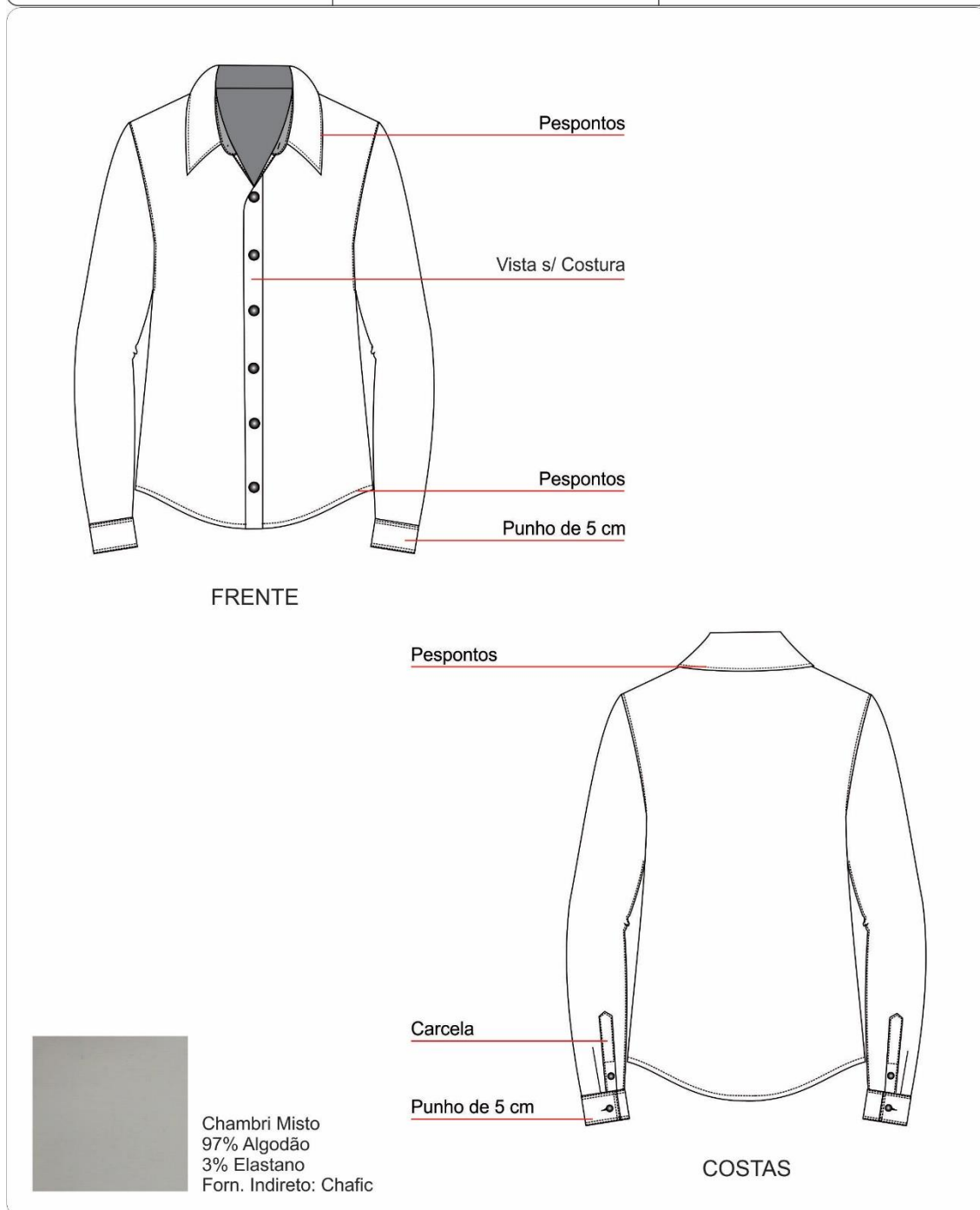


Figura 104 - Ficha técnica - look 12 (camisa) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Chambri Misto	Chafic	97% CO 3% PUE	1,8 m	R\$ 24,90

AMOSTRAS				
		Chambri Misto 97% Algodão 3% Elastano Forn. Indireto: Chafic		

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Azul Céu	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Azul Céu	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	20 cm	R\$ 2,00
Botão 18"	Rei do Aviamento	Azul Céu	11 un	R\$ 0,05

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,25
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05

VARIAÇÃO CORES	
	
Marfim 19-0820 TPX	Branco Off White 11-0601 TPX

Figura 105 - Ficha técnica - look 12 (camisa) - página 02
 Fonte: Do autor (2015).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Colar entretela: punhos e gola	Manual / Ferro
02	Montar e pespontar gola	Reta
03	Preparar vista	Reta
04	Montar punhos	Reta
05	Aplicar punhos	Reta
06	Aplicar as costas com pregas	Reta
07	Unir ombros	Interloque
08	Pespontar ombros	Reta
09	Pregar mangas	Interloque
10	Pespontar cavas	Reta
11	Unir laterais	Interloque
12	Aplicar gola	Reta
13	Pespontar gola	Reta
14	Embanhar barra	Reta
15	Casear	Caseadeira
16	Pregar botões	Botoneira
17	Passadoria	A vapor
18	Limpeza da peça	Manual
19	Embalagem da peça	Manual

**Figura 106 - Ficha técnica - look 12 (camisa) - página 03
Fonte: Do autor (2015).**

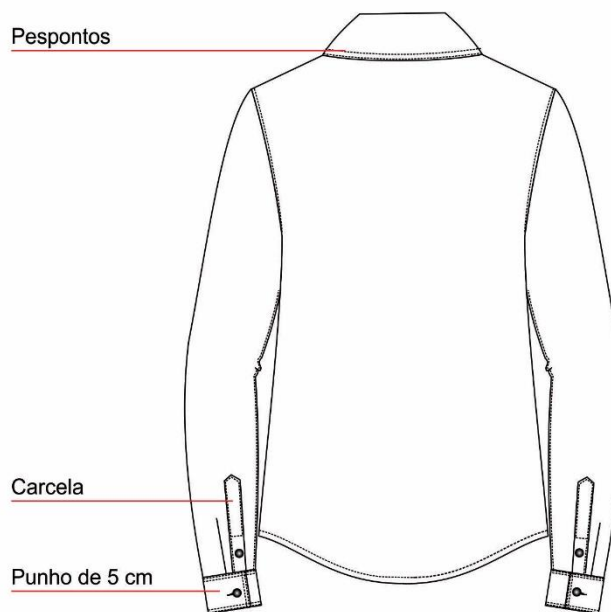


FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CML014DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Camisa Mga. Longa <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



Tricoline
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

Figura 107 - Ficha técnica - look 17 (camisa) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

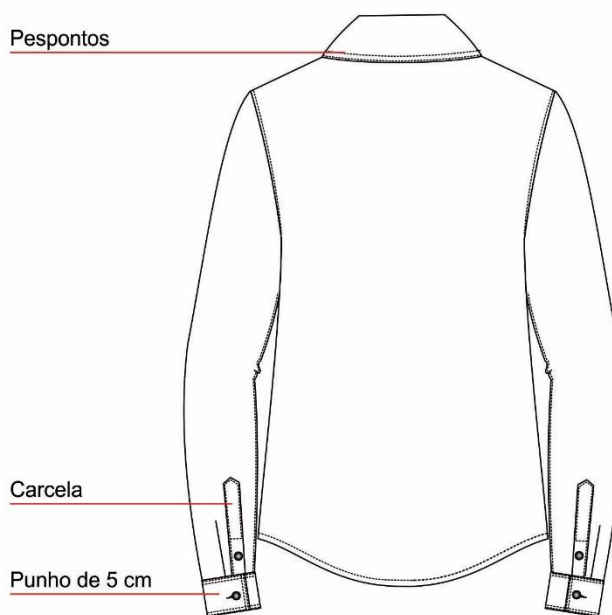


FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CML014DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Camisa Mga. Longa <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE





COSTAS



Tricoline Estampado
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

Figura 108 - Ficha técnica - look 17 (camisa) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Tricoline	Chafic	100% CO	1,8 m	R\$ 28,90
Tricoline Estampado	Chafic	100% CO	1,8 m	R\$ 24,90

AMOSTRAS				
	Tricoline 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic		Tricoline Estampado 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic	

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Azul Céu	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Azul Céu	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	0,5 m	R\$ 2,00
Botão 18"	Rei do Aviamento	Azul Céu	11 un	R\$ 0,05

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,25
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05

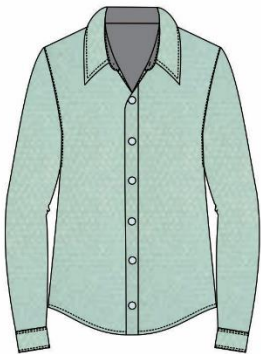

VARIAÇÃO CORES				
	Azul Celeste 12-4608 TPX		Azul Royal 18-4247 TPX	<i>Double Face</i> Branco Off White 11-0601 TPX

Figura 109 - Ficha técnica - look 17 (camisa) - página 03
Fonte: Do autor (2015).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Colar entretela: punhos e gola	Manual / Ferro
02	Montar e pespontar gola	Reta
03	Preparar vista	Reta
04	Fazer carcelas das mangas	Reta
05	Montar punhos	Reta
06	Aplicar punhos	Reta
07	Unir ombros	Interloque
08	Pespontar ombros	Reta
09	Pregar mangas	Interloque
10	Pespontar cavas	Reta
11	Unir laterais	Interloque
12	Unir faces	Reta
13	Aplicar gola	Reta
14	Pespontar gola	Reta
15	Embanhar barra	Reta
16	Casear	Caseadeira
17	Pregar botões	Botoneira
18	Passadoria	A vapor
19	Limpeza da peça	Manual
20	Embalagem da peça	Manual

Figura 110 - Ficha técnica - look 17 (camisa) - página 04
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CAL008	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 44	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Calça c/ Suspensórios	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

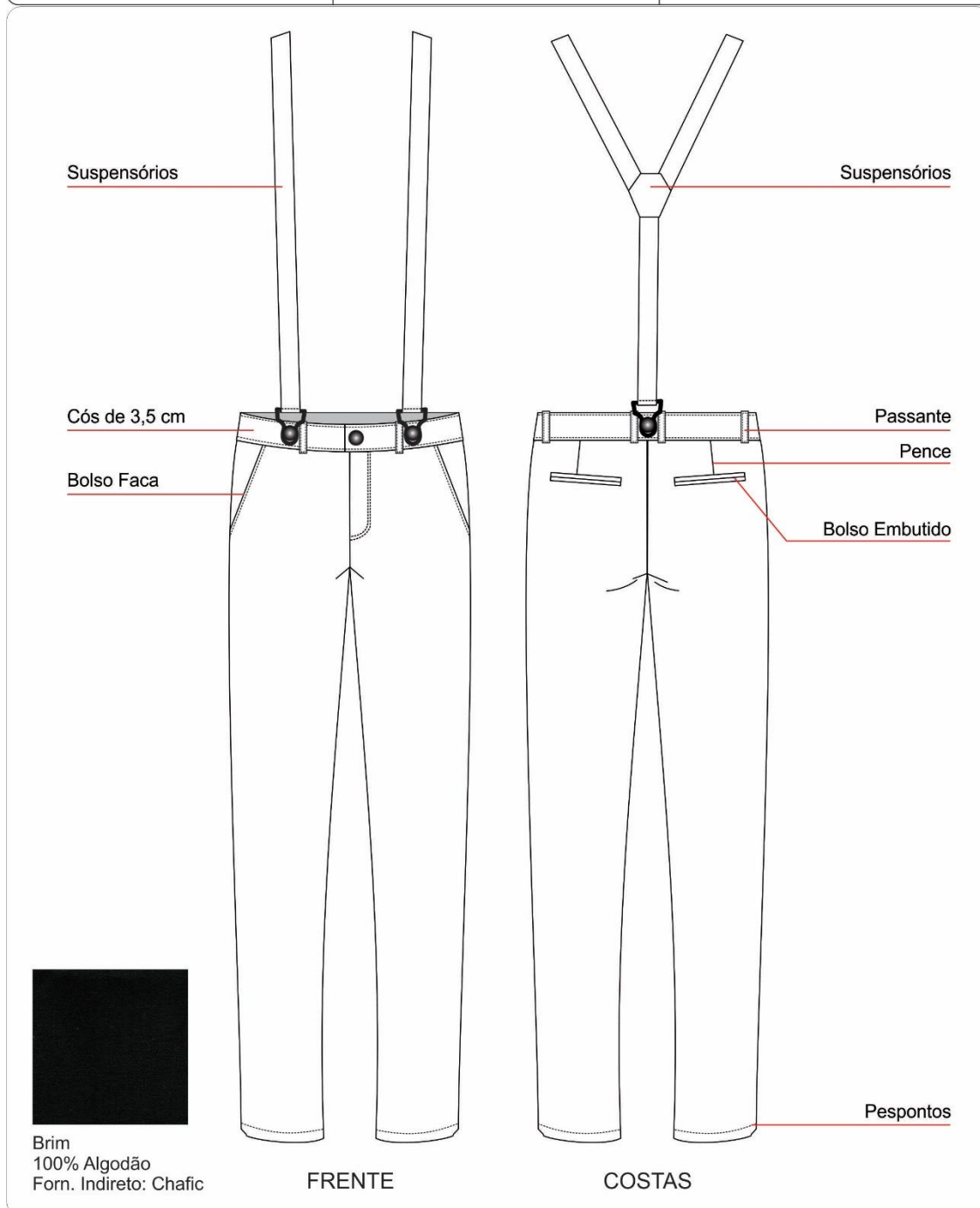



Figura 111 - Ficha técnica - look 17 (calça-suspensório) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Brim	Chafic	100% CO	1,6 m	R\$ 26,90

AMOSTRAS




Brim
100% Algodão
Forn. Indireto: Chafic

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Preto	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Preto	0,01 cn	R\$ 0,06
Zíper	Rei do Aviamento	Preto	0,5 m	R\$ 2,00
Botão 28"	Rei do Aviamento	Preto	4 un	R\$ 0,15
Suspensórios 3 cm	Rei do Aviamento	Preto	1 un	R\$ 5,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,25
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05

VARIAÇÃO CORES



Preto
19-4305-TPX

Figura 112 - Ficha técnica - look 17 (calça-suspensório) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

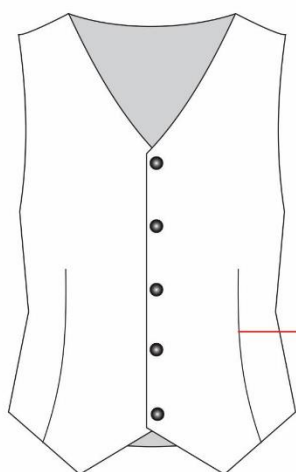
SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Pregar forro dos bolsos	Reta
02	Rebater bolsos	Reta
03	Fazer pences frente	Reta
04	Aplicar recortes costas	Interloque
05	Preparar braguilha	Reta
06	Aplicar zíper na braguilha	Reta
07	Pespontar braguilha	Reta
08	Unir gancho dianteiro e embutir gancho frente	Reta
09	Preparar aberturas laterais pernas	Reta
10	Unir entrepernas	Reta
11	Unir laterais	Reta
12	Unir gancho traseiro	Reta
13	Aplicar passantes	Reta
14	Aplicar cóis	Reta
15	Embanhar barras	Reta
16	Casear	Caseadeira
17	Aplicar botões	Botoneira
18	Limpeza da peça	Manual
19	Passadoria	A vapor
20	Embalagem da peça	Manual

Figura 113 - Ficha técnica - look 17 (calça-suspensório) - página 03
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: COL001DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Colete <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

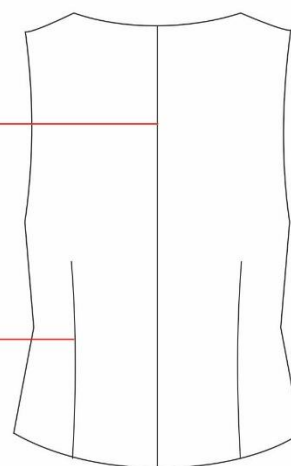


Pence

FRENTE

Recorte

Pence



COSTAS



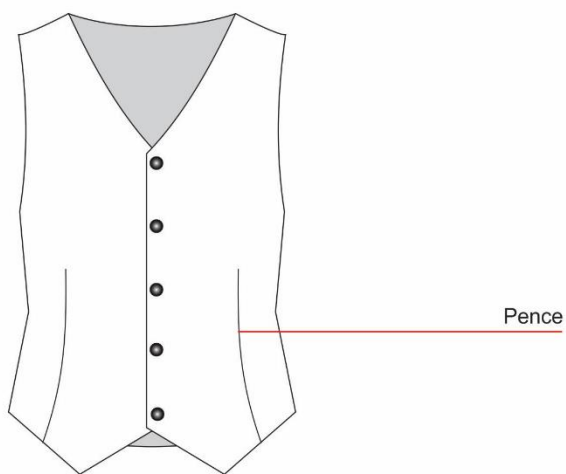
Brim
97% Algodão
3% Elastano
Forn. Indireto: Chafic

Figura 114 - Ficha técnica - look 25 (colete) - página 01
Fonte: Do autor (2015).

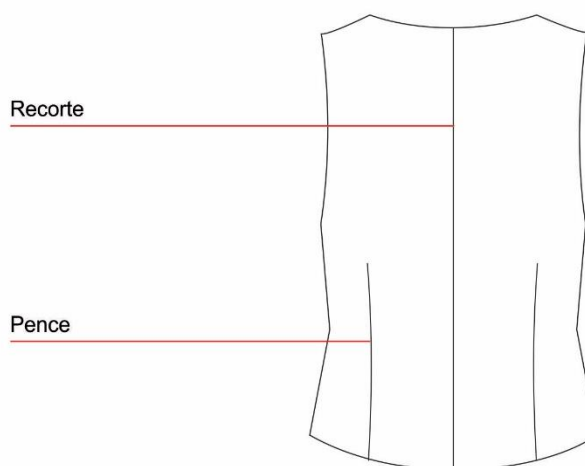


FICHA DESENVOLVIMENTO

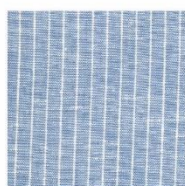
REF: COL001DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Colete <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015



FRENTE



COSTAS



Linho Misto
 45% Algodão
 55% Linho
 Forn. Indireto: Chafic

Figura 115 - Ficha técnica - look 25 (colete) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Brim	Chafic	97% CO 3% PUE	1 m	R\$ 39,90
Linho Misto	Chafic	45% CO 55% CL	1 m	R\$ 36,90

AMOSTRAS				
	Brim 97% Algodão 3% Elastano Forn. Indireto: Chafic		Linho Misto 45% Algodão 55% Linho Forn. Indireto: Chafic	

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Azul e Marrom	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Azul e Marrom	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branco	20 cm	R\$ 2,00
Botão 28"	Rei do Aviamento	Azul e Marrom	10 un	R\$ 0,15

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,25
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05

VARIAÇÃO CORES	
	<i>Double Face</i> 
Bege 16-1333 TPX	Azul Celeste 12-4608 TPX

Figura 116 - Ficha técnica - look 25 (colete) - página 03
Fonte: Do autor (2015).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Unir recortes	Reta
02	Preparar vistas	Reta
03	Unir ombros	Reta
04	Unir laterais	Reta
05	Unir faces	Reta
06	Casear	Caseadeira
07	Pregar botões	Botoneira
08	Passadoria	A vapor
09	Limpeza da peça	Manual
10	Embalagem da peça	Manual

Figura 117 - Ficha técnica - *look* 25 (colete) - página 04
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CAL015DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 44	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Calça Double Face	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

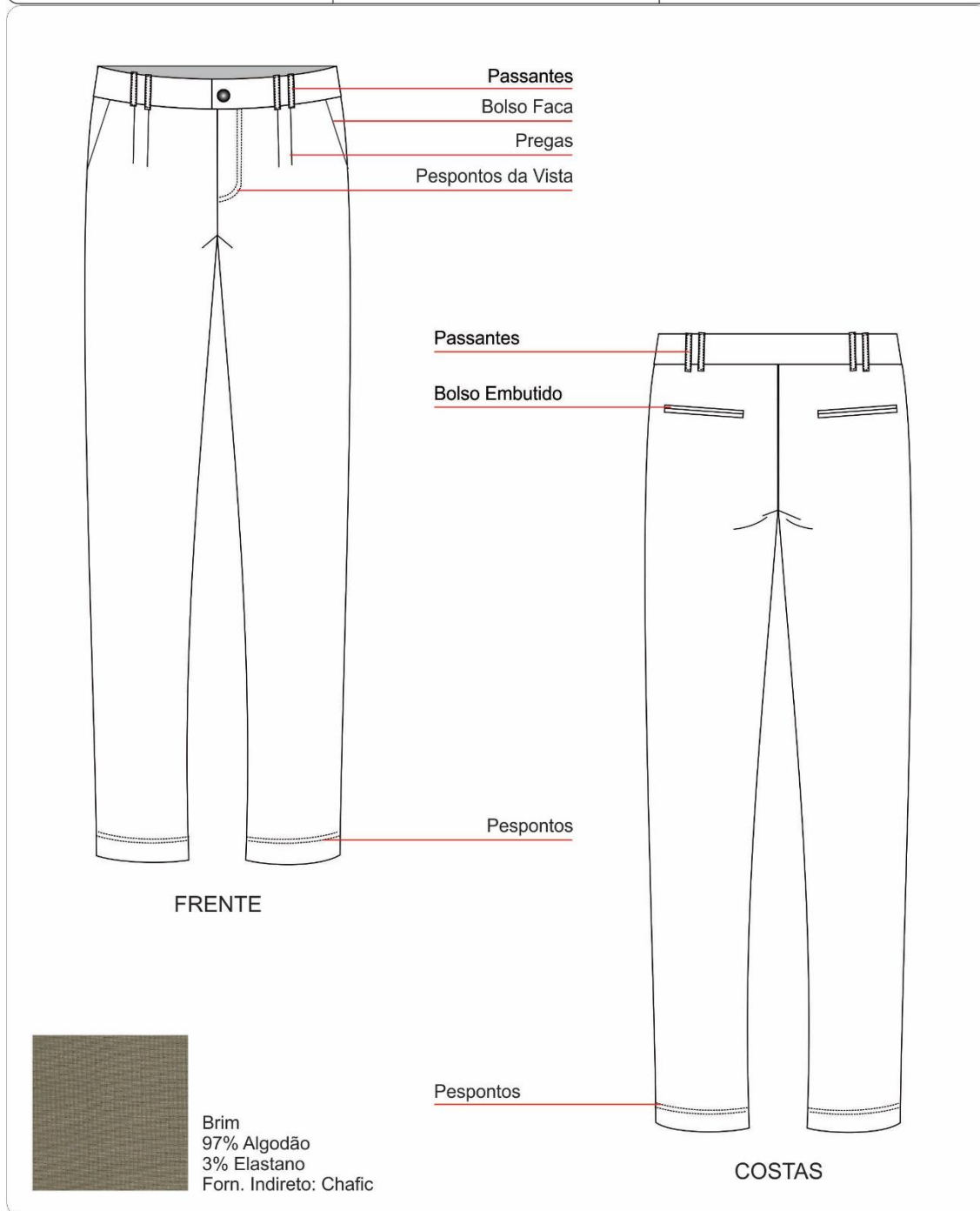


Figura 118 - Ficha técnica - look 25 (calça) - página 01
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CAL015DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 44	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Calça <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

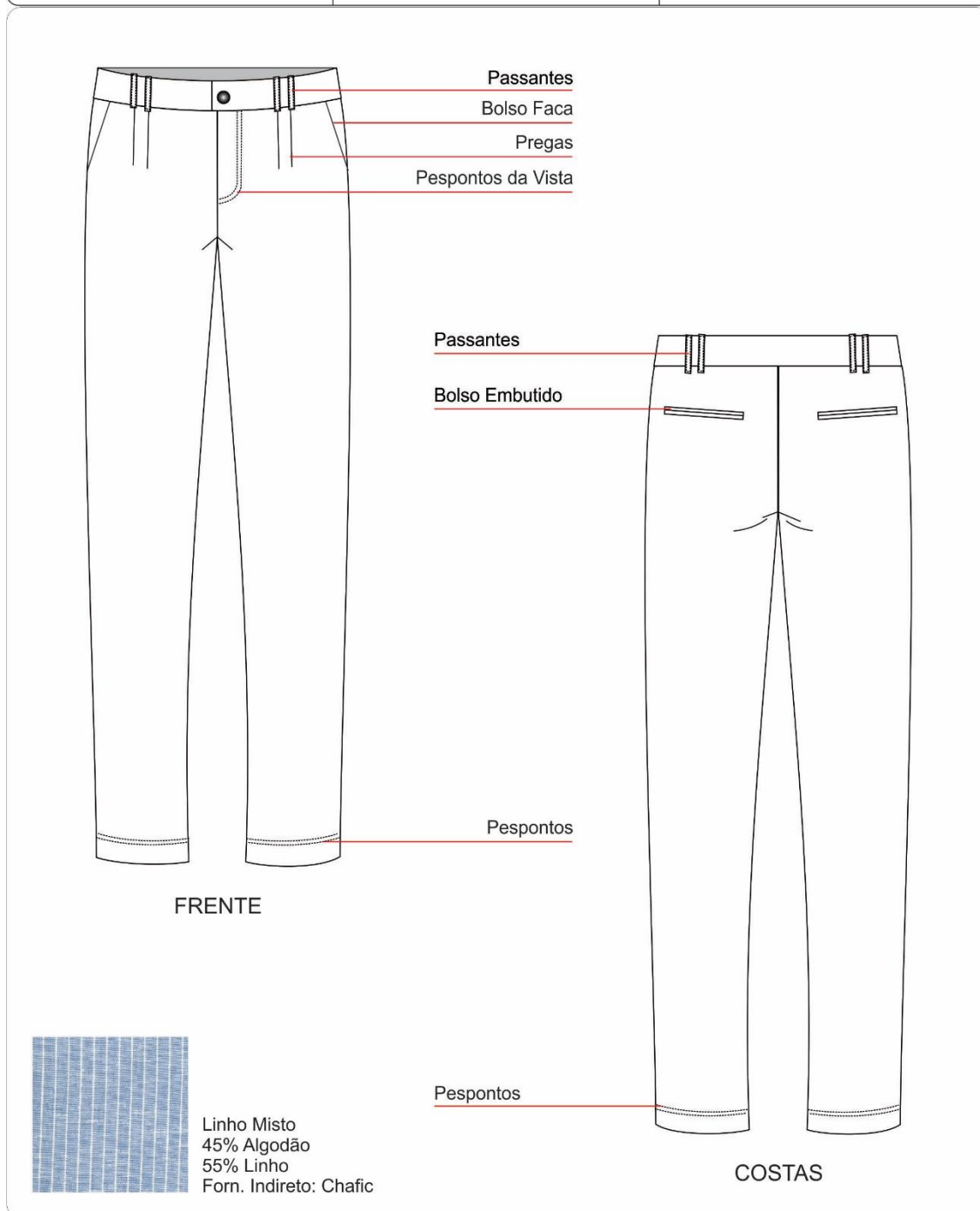

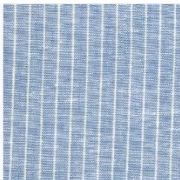


Figura 119 - Ficha técnica - look 25 (calça) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Brim	Chafic	97% CO 3% PUE	2,1 m	R\$ 36,90
Linho Misto	Chafic	45% CO 55% CL	2,1 m	R\$ 39,90

AMOSTRAS				
	Brim 97% Algodão 3% Elastano Forn. Indireto: Chafic		Linho Misto 45% Algodão 55% Linho Forn. Indireto: Chafic	

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Azul e Marrom	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Azul e Marrom	0,01 cn	R\$ 0,06
Zíper	Rei do Aviamento	Bege	0,5 m	R\$ 2,00
Botão 28"	Rei do Aviamento	Azul e Marrom	2 un	R\$ 0,15

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,25
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05



VARIAÇÃO CORES	
	
Bege 16-1333 TPX	Double Face Azul Celeste 12-4608 TPX

Figura 120 - Ficha técnica - look 25 (calça) - página 03
 Fonte: Do autor (2015).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Pregar forro dos bolsos	Reta
02	Preparar bolsos costas	Reta
03	Rebater bolsos	Reta
04	Fazer pences frente	Reta
05	Preparar passantes	Interloque
06	Preparar braguilha	Reta
07	Aplicar zíper na braguilha	Reta
08	Pespontar braguilha	Reta
09	Unir gancho dianteiro e embutir gancho frente	Reta
10	Unir entrepernas	Reta
11	Unir laterais	Reta
12	Unir gancho traseiro	Reta
13	Unir faces	Reta
14	Aplicar cós	Reta
15	Embanhar barras	Reta
16	Casear	Caseadeira
17	Aplicar botões	Botoneira
18	Limpeza da peça	Manual
19	Passadoria	A vapor
20	Embalagem da peça	Manual

Figura 121 - Ficha técnica - look 25 (calça) - página 04
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CML022DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Camisa Mga. Longa <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

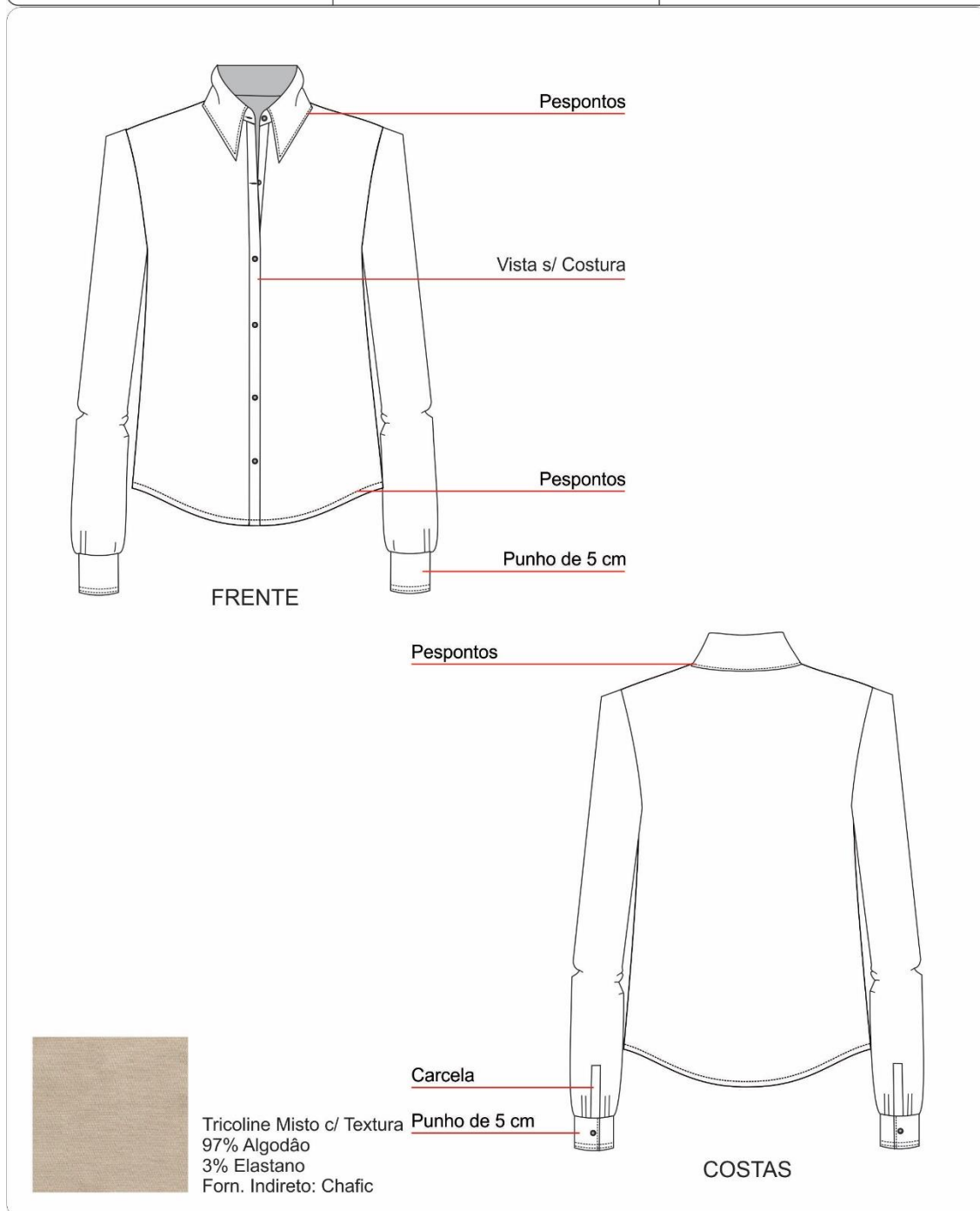


Figura 122 - Ficha técnica - look 25 (camisa) - página 01
Fonte: Do autor (2015).



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: CML022DF	MARCA: W FACE	ESTILISTA: Wagner Risello
COLEÇÃO: Ponto de Fuga	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Wagner Risello
PRODUTO: Camisa Mga. Longa <i>Double Face</i>	GRADE: 40, 42, 44, 46, 48, 50	DATA: 06/11/2015

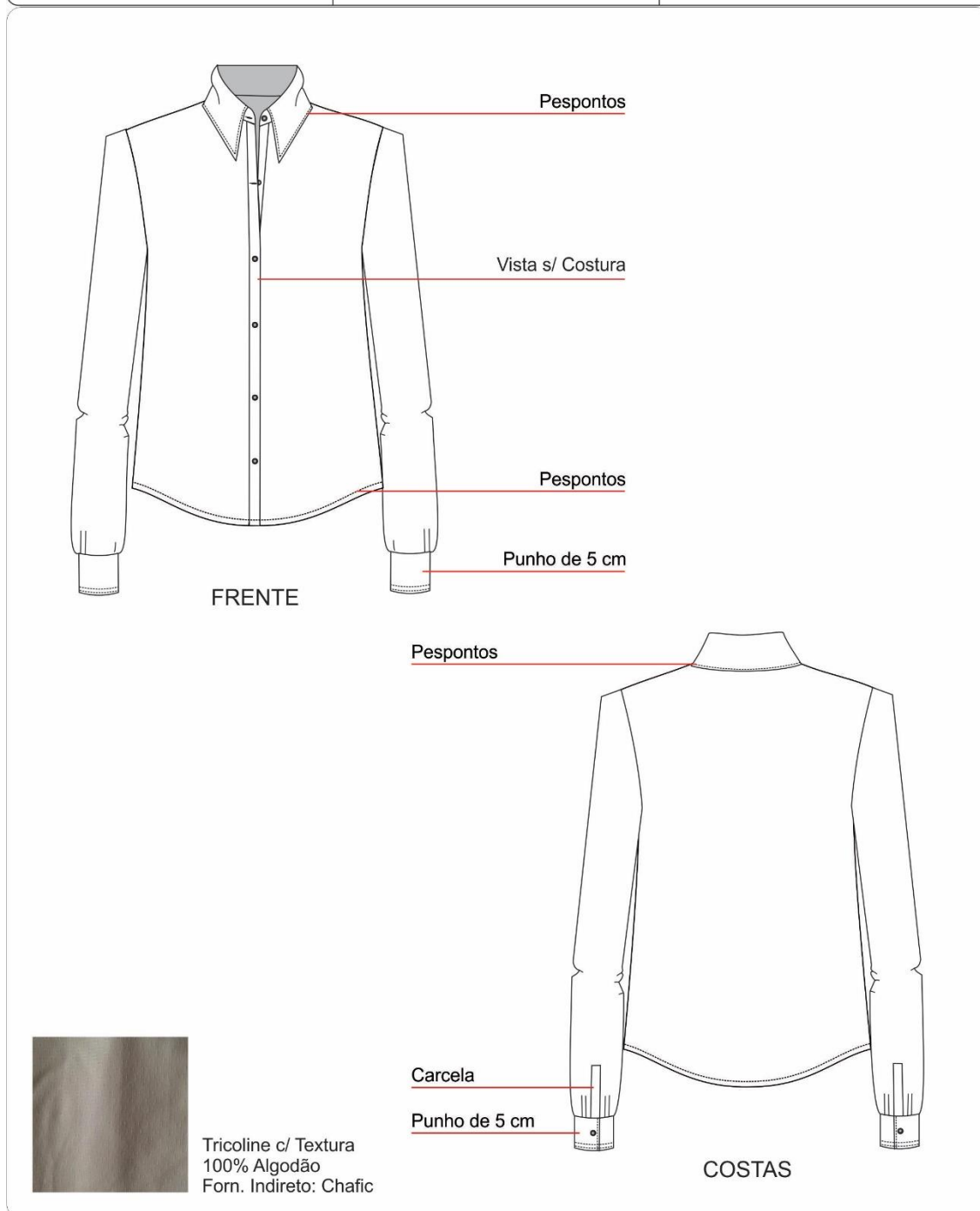


Figura 123 - Ficha técnica - look 25 (camisa) - página 02
Fonte: Do autor (2015).

TECIDOS				
TECIDO	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Tricoline Misto c/ Textura	Chafic	97% CO 3% PUE	1,8 m	R\$ 26,90
Tricoline c/ Textura	Chafic	100% CO	1,8 m	R\$ 24,90

AMOSTRAS	
	Tricoline Misto c/ Textura 97% Algodão 3% Elastano Forn. Indireto: Chafic
	Tricoline c/ Textura 100% Algodão Forn. Indireto: Chafic

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Sancris	Bege	0,009 cn	R\$ 0,05
Fio	Sancris	Bege	0,01 cn	R\$ 0,06
Entretela	Rei do Aviamento	Branca	20 cm	R\$ 2,00
Botão 18"	Rei do Aviamento	Bege	12 un	R\$ 0,05

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Saco PP	CTL Embalagens	Transparente	1 un	R\$ 0,25
Etiqueta de Marca	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,08
Etiqueta de Tamanho	Hacco	Branco	1 un	R\$ 0,05

VARIAÇÃO CORES	
	<i>Double Face</i> 
Cru 12-1009 TPX	Branco Off White 11-0601 TPX

Figura 124 - Ficha técnica - look 25 (camisa) - página 03
Fonte: Do autor (2015).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
Nº	OPERAÇÃO	MÁQUINA
01	Colar entretela: punhos e gola	Manual / Ferro
02	Montar gola	Reta
03	Preparar vista	Reta
04	Montar punhos	Reta
05	Aplicar punhos	Reta
06	Unir ombros	Interloque
07	Pespontar ombros	Reta
08	Pregar mangas	Interloque
09	Pespontar cavas	Reta
10	Unir laterais	Interloque
11	Unir faces	Reta
12	Aplicar gola	Reta
13	Pespontar gola	Reta
14	Embanhar barra	Reta
15	Casear	Caseadeira
16	Pregar botões	Botoneira
17	Passadoria	A vapor
18	Limpeza da peça	Manual
19	Embalagem da peça	Manual

Figura 125 - Ficha técnica - look 25 (camisa) - página 04
Fonte: Do autor (2015).

4.11 PRANCHAS DOS LOOKS

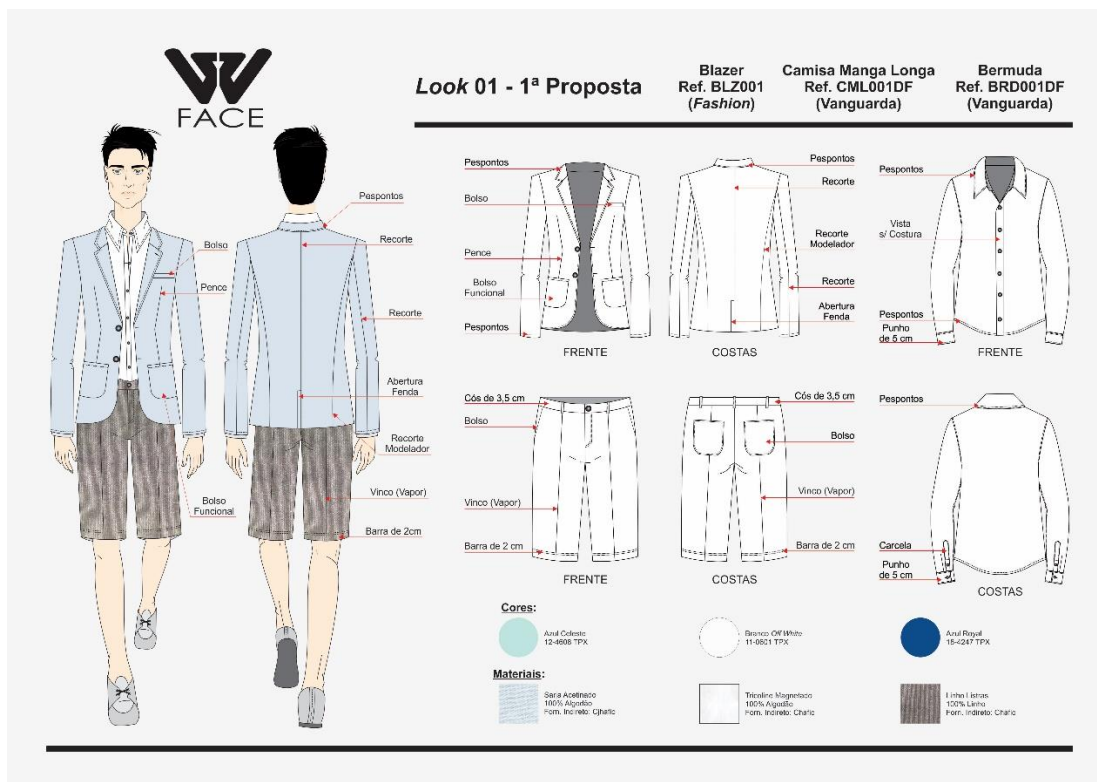


Figura 126 - Prancha visual - look 01 (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).

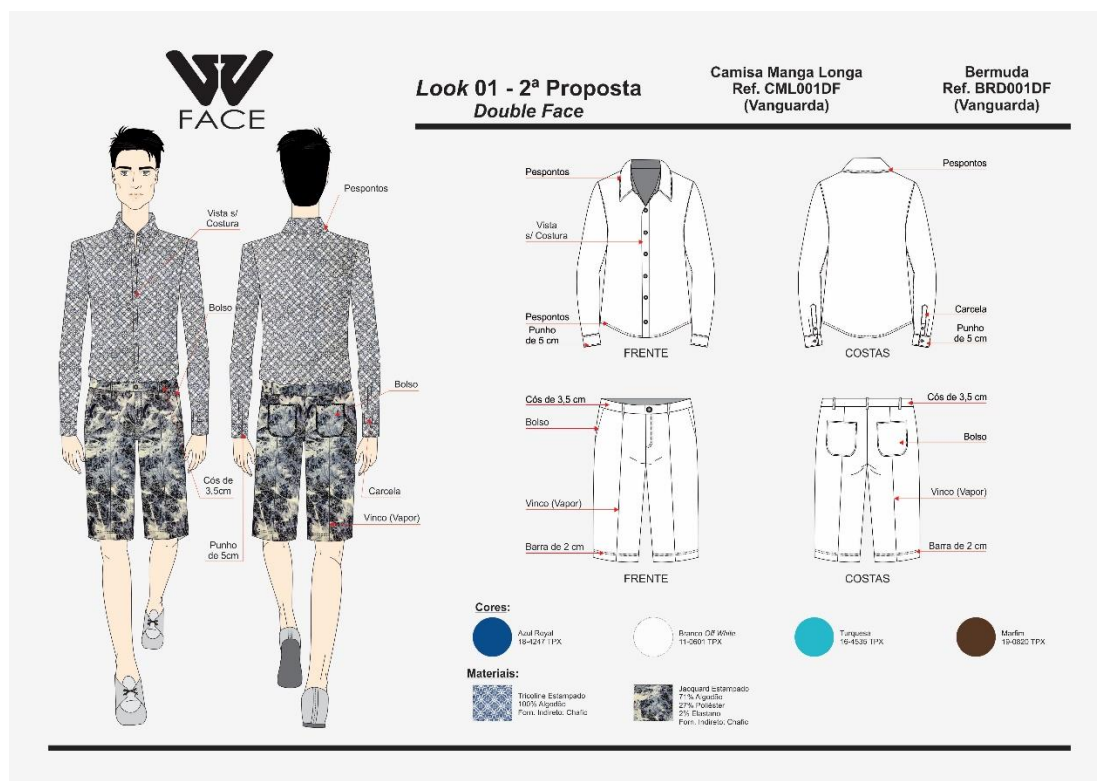


Figura 127 - Prancha visual - look 01 (2ª proposta - double face)
Fonte: Do autor (2015).

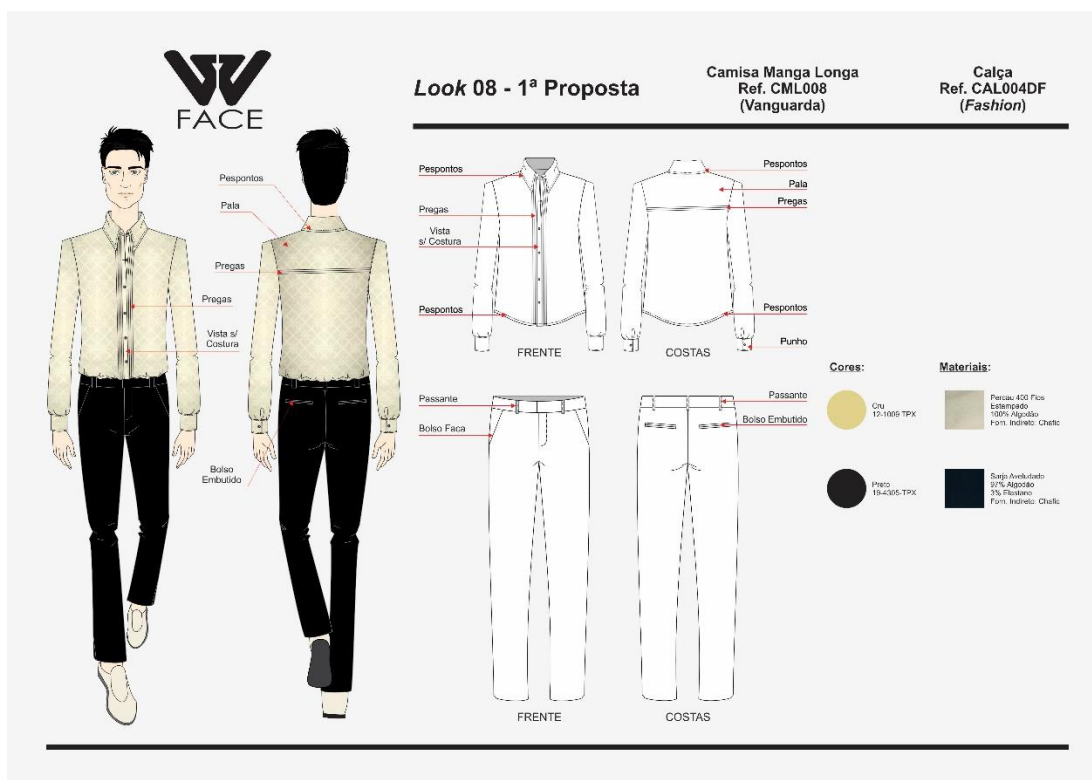


Figura 128 - Prancha visual - look 08 (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).

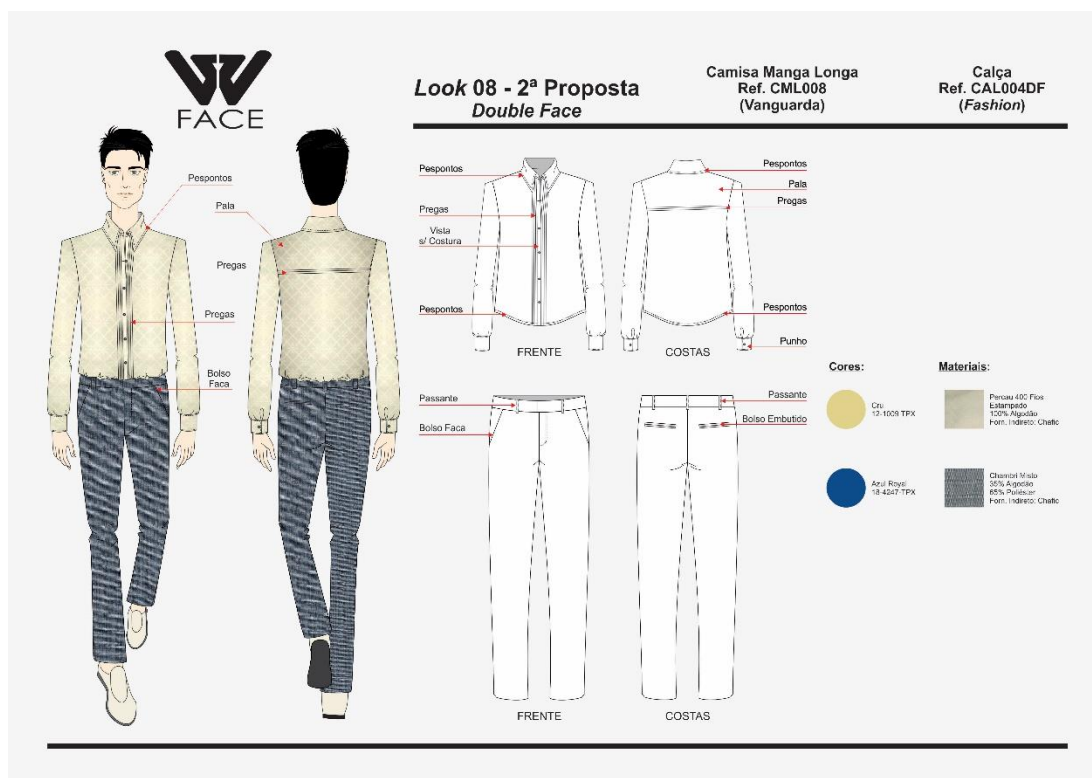


Figura 129 - Prancha visual - look 08 (2ª proposta - double face)
Fonte: Do autor (2015).

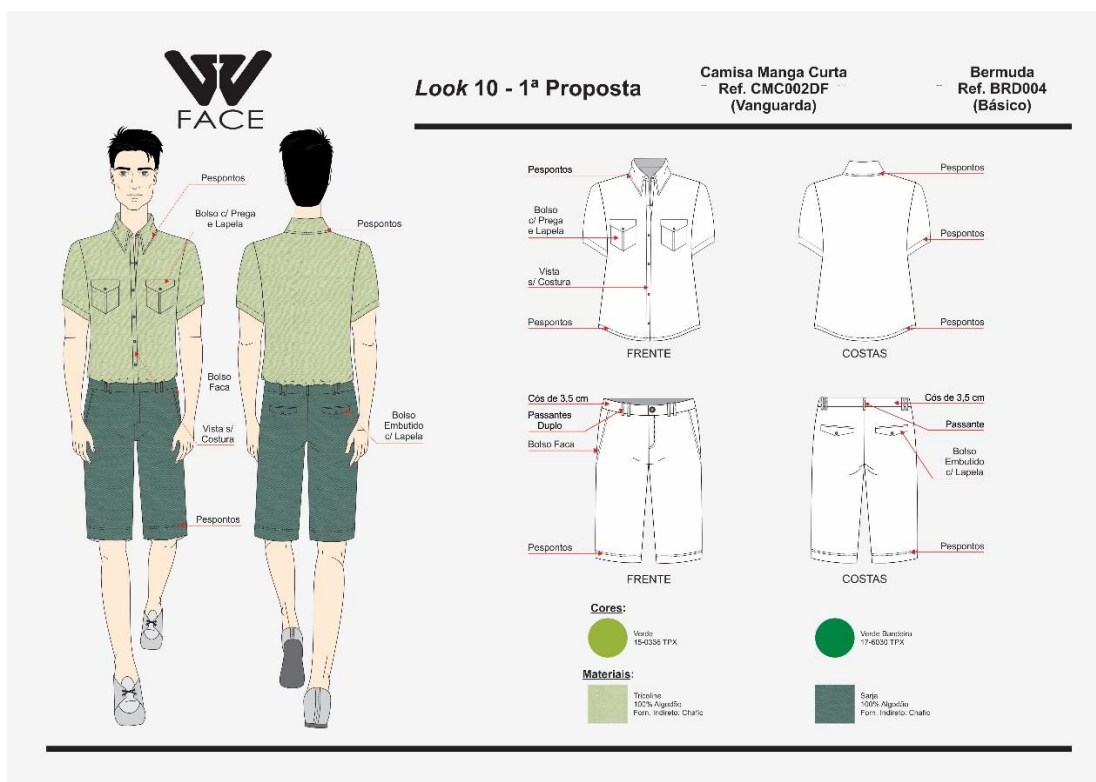


Figura 130 - Prancha visual - look 10 (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).

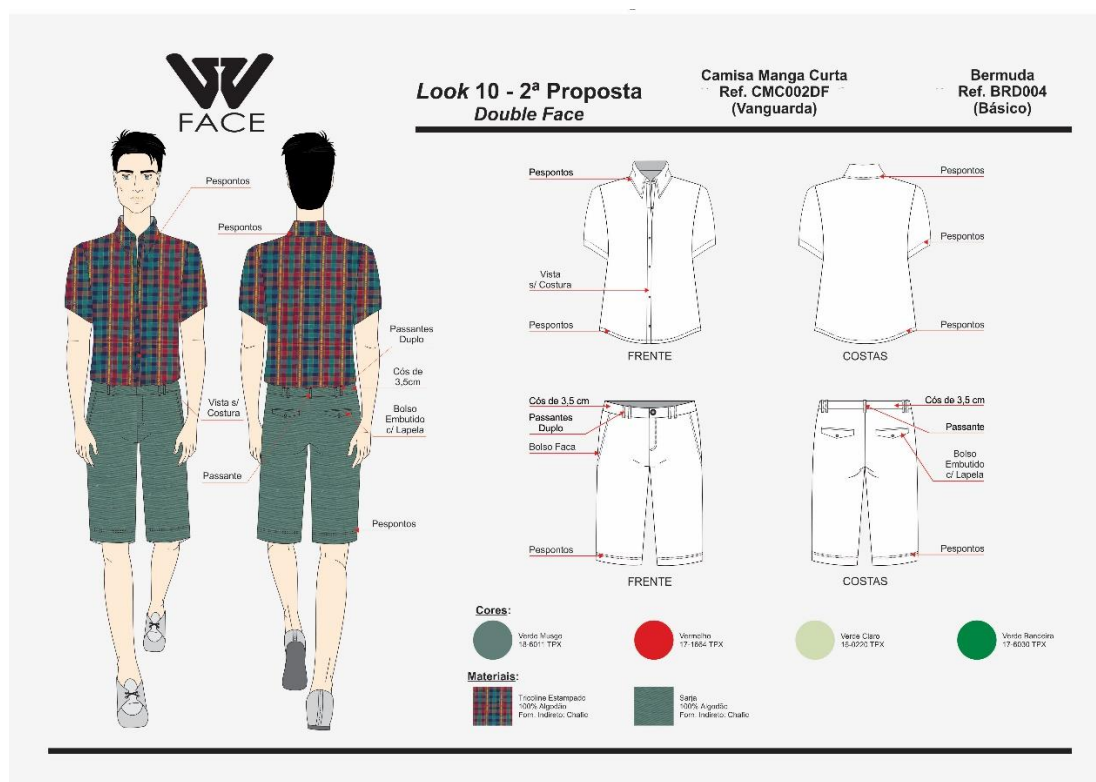


Figura 131 - Prancha visual - look 10 (2ª proposta - double face)
Fonte: Do autor (2015).

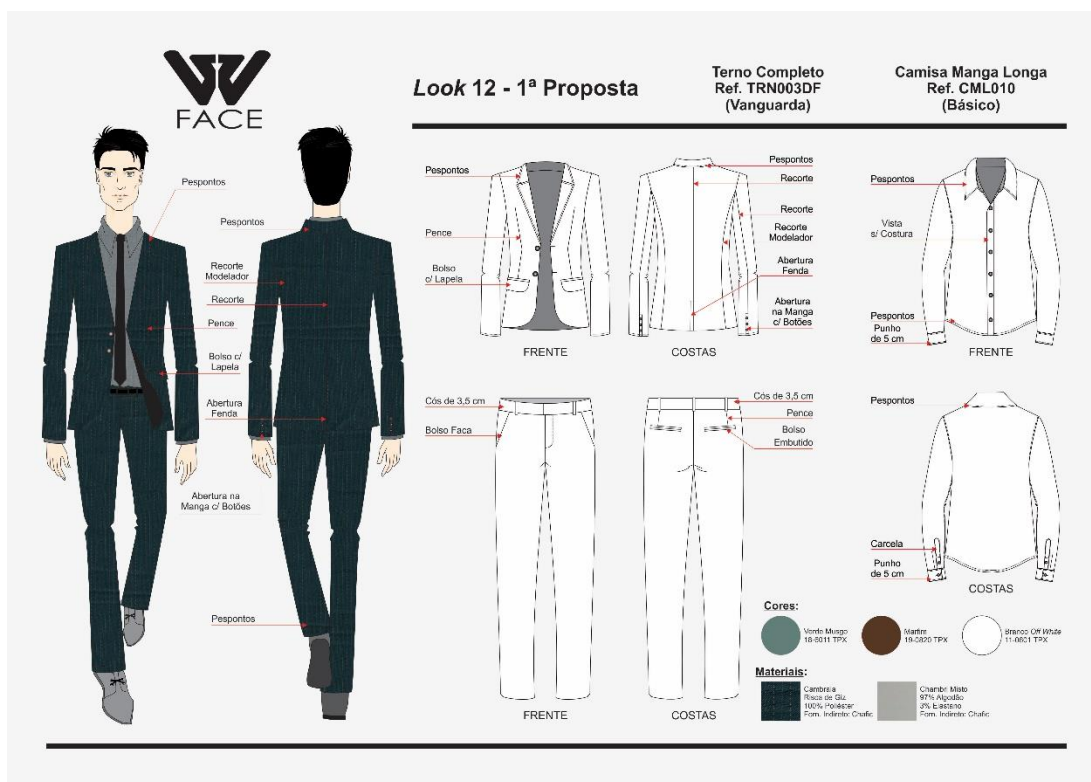


Figura 132 - Prancha visual - look 12 (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).

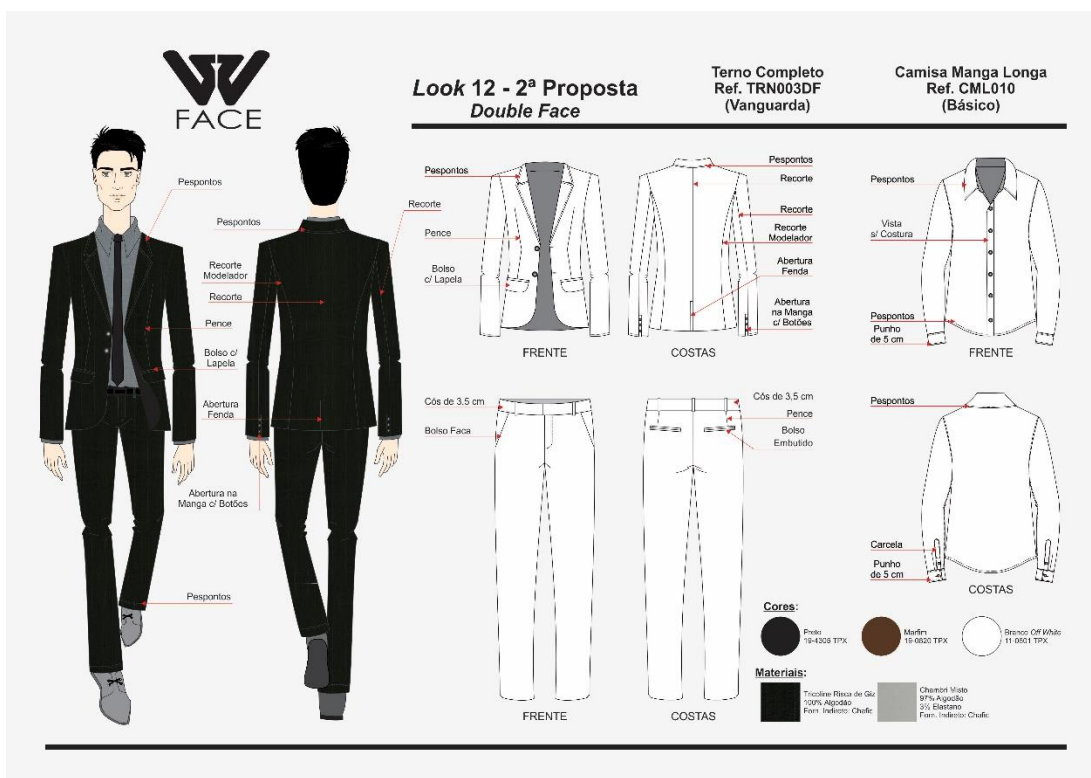


Figura 133 - Prancha visual - look 12 (2ª proposta - double face)
Fonte: Do autor (2015).

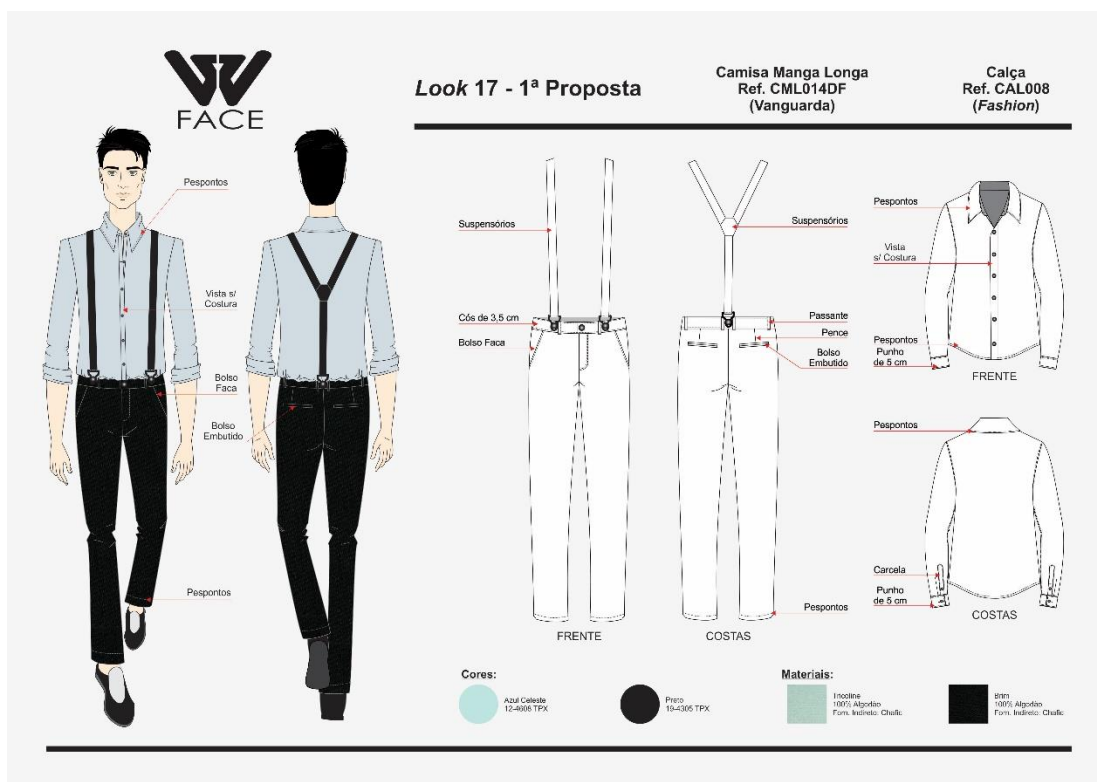


Figura 134 - Prancha visual - look 17 (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).

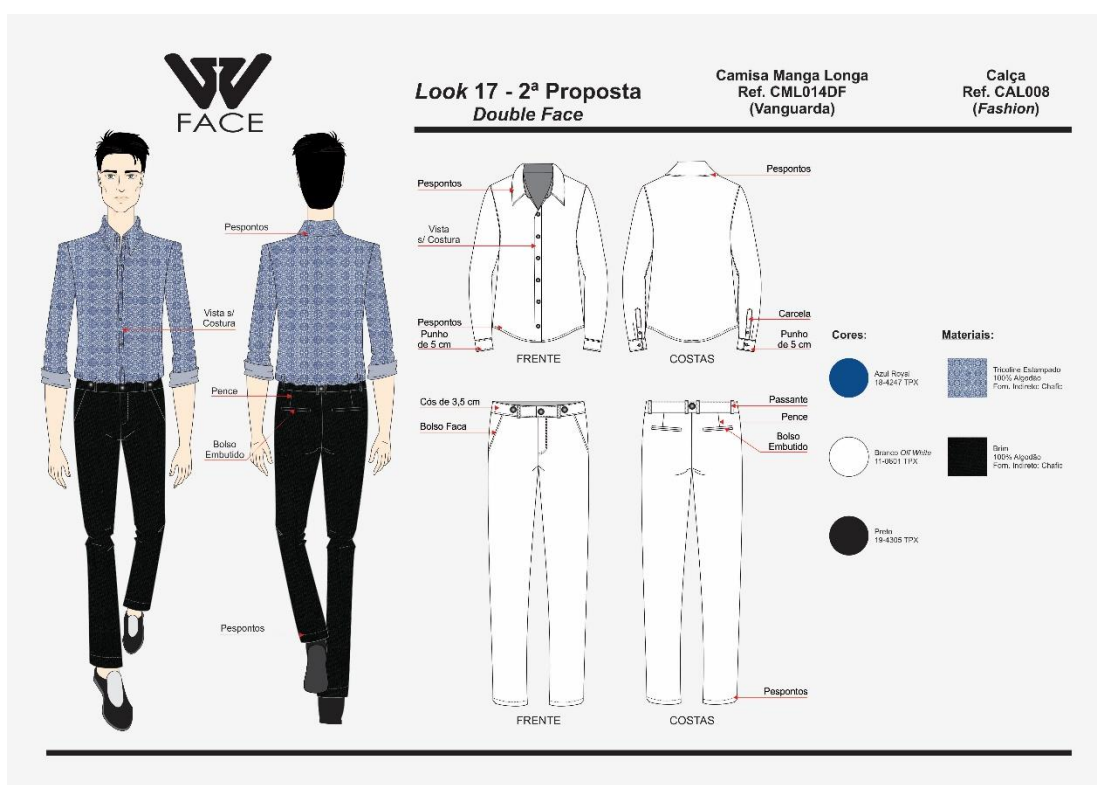


Figura 135 - Prancha visual - look 17 (2ª proposta - double face)
Fonte: Do autor (2015).

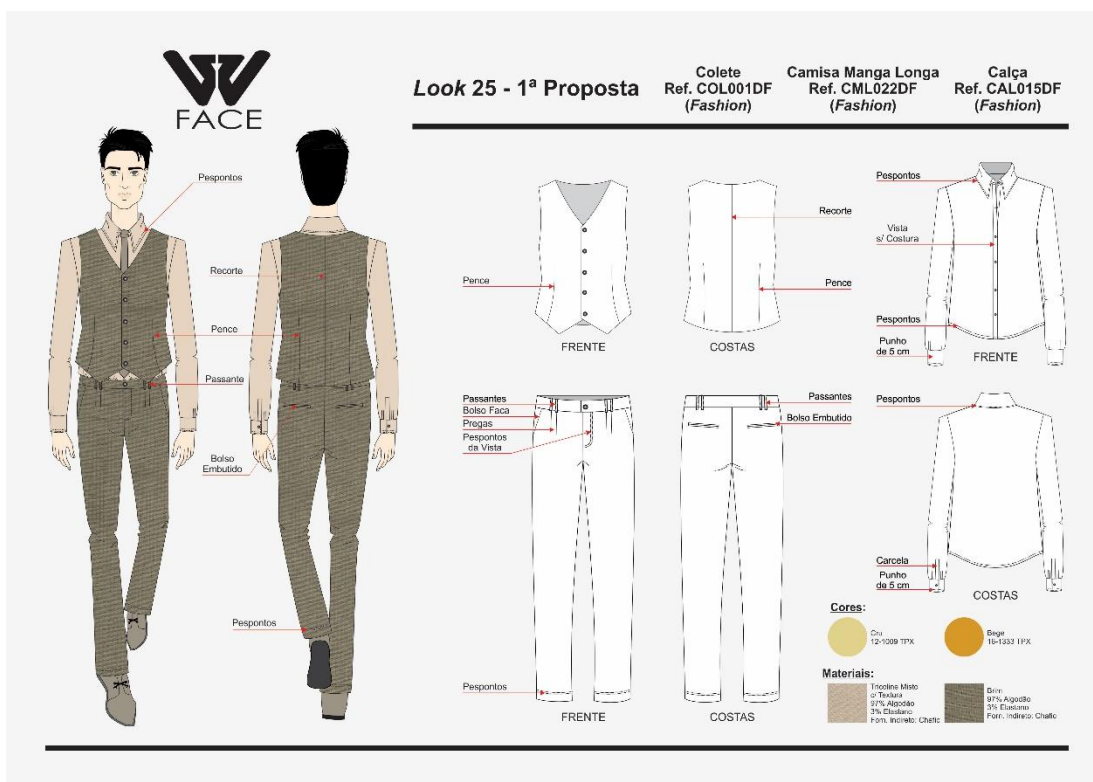


Figura 136 - Prancha visual - look 25 (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).

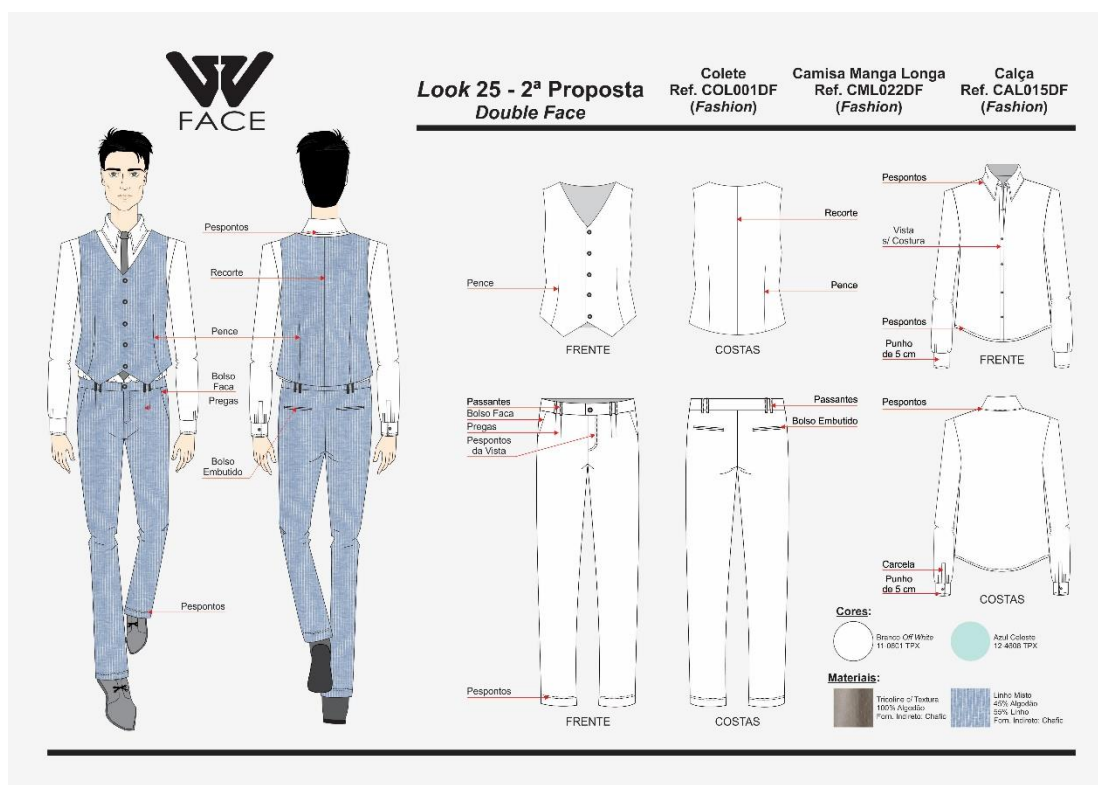


Figura 137 - Prancha visual - look 25 (2ª proposta - double face)
Fonte: Do autor (2015).

4.12 LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 138 - Modelo confeccionado - look 01 (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 139 - Modelo confeccionado - look 01 (2ª proposta - double face)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 140 - Modelo confeccionado - *look 08* (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 141 - Modelo confeccionado - *look 08* (2ª proposta - *double face*)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 142 - Modelo confeccionado - *look 10* (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 143 - Modelo confeccionado - *look 10* (2ª proposta - *double face*)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 144 - Modelo confeccionado - *look 12* (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 145 - Modelo confeccionado - *look 12* (2ª proposta - *double face*)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 146 - Modelo confeccionado - *look 17* (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 147 - Modelo confeccionado - *look 17* (2ª proposta - *double face*)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 148 - Modelo confeccionado - *look 25* (1ª proposta)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 149 - Modelo confeccionado - *look 25* (2ª proposta - *double face*)
Fonte: Do autor (2015).

5 DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)

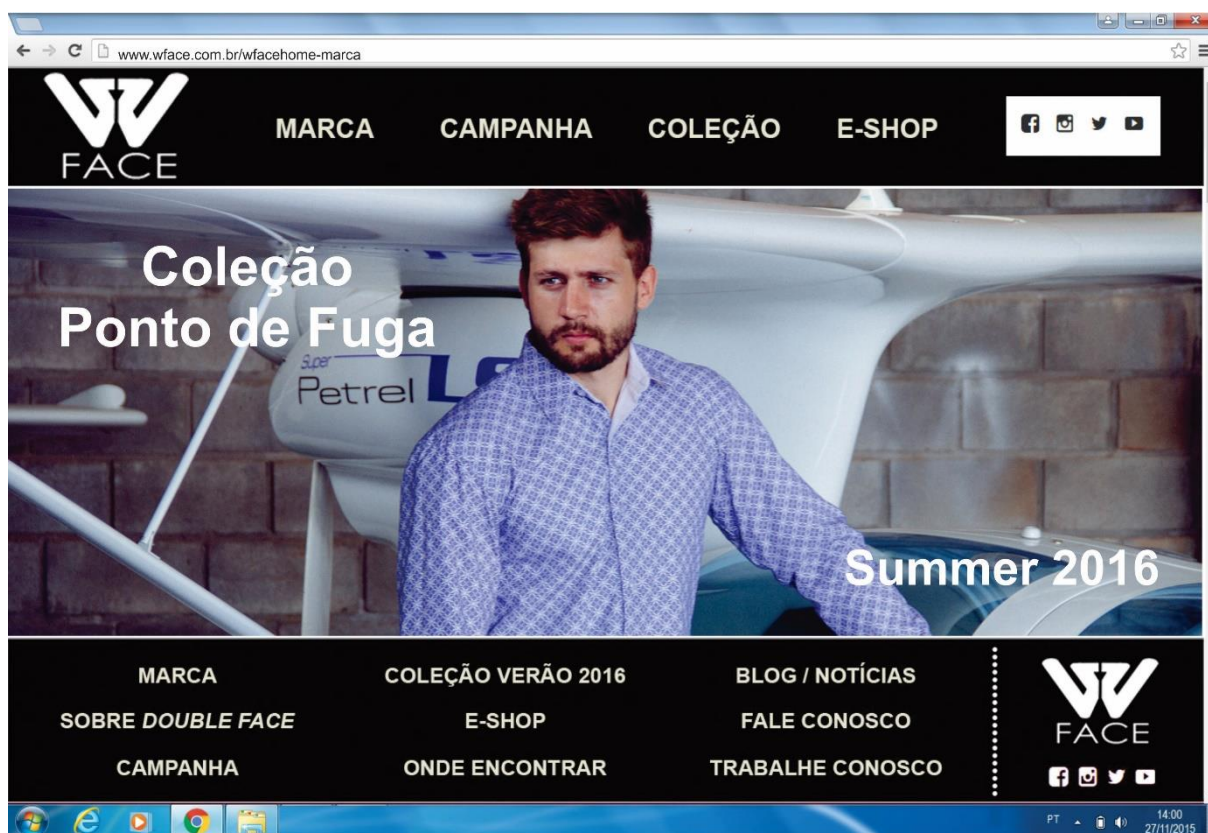


Figura 150 - Site página/aba “Marca”
Fonte: Do autor (2015).



Figura 151 - Site página/aba "Sobre *Double Face*"
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/campanha-colecao-verao2016-pontodefuga

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

FASHION FILM

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
 SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
 CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

PT 14:00 27/11/2015

Figura 152 - Site página/aba "Campanha"
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao-verao2016-look01

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

FACE

FACE

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
 SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
 CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

PT 14:00 27/11/2015

Figura 153 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (look 01)
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao-verao2016-look01-doubleface

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

FACE

FACE

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
 SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
 CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

14:00 27/11/2015

Figura 154 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (look 01 - double face)
 Fonte: Do autor (2015).



Figura 155 - Site página/aba "Coleção Verão 2016" (look 08)
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao-verao2016-look08-doubleface

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
 SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
 CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

14:00 27/11/2015

Figura 156 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (look 08 - double face)
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao-verao2016-look10

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

FACE

FACE

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
 SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
 CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

PT 14:00 27/11/2015

Figura 157 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (look 10)
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao-verao2016-look10-doubleface

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

FACE

FACE

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS

SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO

CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

PT 14:00 27/11/2015

Figura 158 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (look 10 - double face)
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao-verao2016-look12

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
 SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
 CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

PT 14:00 27/11/2015

Figura 159 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (look 12)
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao-verao2016-look12-doubleface

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
 SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
 CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

PT 14:00 27/11/2015

Figura 160 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (look 12 - double face)
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao/verao2016-look17

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

14:00 27/11/2015

Figura 161 - Site página/aba "Coleção Verão 2016" (look 17)
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao-verao2016-look17-doubleface

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

FACE

FACE

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
 SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
 CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

14:00 27/11/2015

Figura 162 - Site página/aba “Coleção Verão 2016” (look 17 - double face)
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao-verao2016-look25

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

FACE

FACE

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
 SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
 CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

PT 14:00 27/11/2015

Figura 163 - Site página/aba "Coleção Verão 2016" (look 25)
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/colecao-verao2016-look25-doubleface

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

Coleção Verão 2016 - Ponto de Fuga

FACE

FACE

FACE

FACE

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS

SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO

CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

PT 14:00 27/11/2015

Figura 164 - Site página/aba "Coleção Verão 2016" (look 25 - double face)
 Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/e-shop-produtos

FACE

ENTRAR CARRINHO

Frete Grátis FRETE GRÁTIS NAS COMPRAS ACIMA DE R\$ 500,00

SALE SALE ATÉ 50% OFF NAS PEÇAS DA COLEÇÃO PASSADA **SHOP NOW**

CAMISAS **BERMUDAS**

Coleção Verão 2016
PONTO DE FUGA

← Início

TAMANHO

<input type="checkbox"/> PP	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 36
<input type="checkbox"/> P	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 38
<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 40
<input type="checkbox"/> G	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 42
<input type="checkbox"/> GG	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 44
		<input type="checkbox"/> 46
		<input type="checkbox"/> 48
		<input type="checkbox"/> 50

+ CORES

+ ESTAMPAS

+ PREÇOS

+ MATÉRIAS-PRIMAS

Ref. CMC002DF
Camisa Manga Curta Double Face
R\$ 380,00

Ref. CMC002DF
Camisa Manga Curta Double Face
R\$ 380,00

Ref. CML001DF
Camisa Manga Longa Double Face
R\$ 470,00

Ref. CML014DF
Camisa Manga Longa Double Face
R\$ 510,00

Ref. BLZ001
Blazer
R\$ 790,00

Ref. TRN003DF
Terno Completo Double Face
R\$ 3.900,00

Ref. CAL008
Calça com Suspensórios
R\$ 440,00

Ref. COL001DF
Colete Double Face
R\$ 510,00

Topo

210 Produto(s)

1 2 3 4 5 ... 10 Próximo

FORMAS DE PAGAMENTO
Cartões de crédito, débito e boleto

SEGUANÇA
Site blindado e 100% seguro

(43) 3324-4089
Canal e atendimento
Das 9 às 18 horas
atendimento@wface.com.br

TROCA E DEVOLUÇÃO
30 dias para troca
e devolução por
conta da empresa

FRETE GRÁTIS
Frete grátis para
as compras acima
de R\$ 500,00

SITE BLINDADO

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DÚVIDAS FREQUENTES CONTRATO DE COMPRA E VENDA PRAZOS DE ENTREGA

PT 14:00 27/11/2015

Figura 165 - Site página/aba "E-Shop" (geral - produtos)
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/e-shop-produtos-camisamangacurtadoubleface/CMC002DF





FACE

ENTRAR CARRINHO

Frete Grátis FRETE GRÁTIS NAS COMPRAS ACIMA DE R\$ 500,00

SALE SALE ATÉ 50% OFF NAS PEÇAS DA COLEÇÃO PASSADA **SHOP NOW**

INÍCIO CAMISAS COLETES BLAZERS BERMUDAS CALÇAS TERNOS

Ref. CMC002DF
Camisa Manga Curta *Double Face*
Vendido e entregue por W FACE

R\$ 380,00
10 x de R\$ 38,00 sem juros no cartão

TAMANHO
Selecione o tamanho...

Adicionar à Sacola

Frete Grátis*

+ CORES


+ ESTAMPAS

+ PREÇOS

+ MATÉRIAS-PRIMAS

DETALHES DO PRODUTO

Camisa Manga Curta *Double Face*.
Com multifuncionalidade em ambos os lados.
Possui modelagem *slim* ajustada ao corpo.
Mangas retas e bolsos frontais com detalhe em prega.



INFORMAÇÕES

Referência: CMC002DF
Modelo: *Double Face*
Cor: 15-0336 TPX (verde claro)
Matéria-Prima: Tricoline
Composição: 100% CO (algodão)
Superfície: Liso / Estampado

FORMAS DE PAGAMENTO
Cartões de crédito, débito e boleto

VISA MasterCard American Express

Diners Club Boleto Bancário

SEGURANÇA
Site blindado e 100% seguro

SITE BLINDADO

(43) 3324-4089
Canal e atendimento
Das 9 às 18 horas
atendimento@wface.com.br

TROCA E DEVOLUÇÃO
30 dias para troca e devolução por conta da empresa

FRETE GRÁTIS
Frete grátis para as compras acima de R\$ 500,00

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DÚVIDAS FREQUENTES CONTRATO DE COMPRA E VENDA PRAZOS DE ENTREGA

PT 14:00 27/11/2015

Figura 166 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 01)
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/e-shop-produtos-camisamangacurtadoubleface/CMC002DF





FACE

ENTRAR CARRINHO

Frete Grátis FRETE GRÁTIS NAS COMPRAS ACIMA DE R\$ 500,00

SALE SALE ATÉ 50% OFF NAS PEÇAS DA COLEÇÃO PASSADA **SHOP NOW**

INÍCIO CAMISAS COLETES BLAZERS BERMUDAS CALÇAS TERNOS

Ref. CMC002DF
Camisa Manga Curta *Double Face*
Vendido e entregue por W FACE

R\$ 380,00
10 x de R\$ 38,00 sem juros no cartão

TAMANHO
Selecione o tamanho...

Adicionar à Sacola

Frete Grátis*

+ CORES


+ ESTAMPAS

+ PREÇOS

+ MATÉRIAS-PRIMAS

INFORMAÇÕES
Referência: CMC002DF
Modelo: *Double Face*
Cor: 18-6011 TPX (verde musgo)
17-1664 TPX (vermelho)
16-0220 TPX (verde claro)
Matéria-Prima: Tricolina estampado
Composição: 100% CO (algodão)
Superfície: Estampado / Liso

DETALHES DO PRODUTO
Camisa Manga Curta *Double Face*.
Com multifuncionalidade em ambos os lados.
Possui modelagem *slim* ajustada ao corpo.
Mangas retas e estampa xadrez.



FORMAS DE PAGAMENTO: Cartões de crédito, débito e boleto (VISA, MasterCard, American Express, Dinners Club, Boleto Bancário)

SEGURANÇA: Site blindado e 100% seguro (SITE BLINDADO)

(43) 3324-4089: Canal e atendimento Das 9 às 18 horas atendimento@wface.com.br

TROCA E DEVOLUÇÃO: 30 dias para troca e devolução por conta da empresa

FRETE GRÁTIS: Frete grátis para as compras acima de R\$ 500,00

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DÚVIDAS FREQUENTES CONTRATO DE COMPRA E VENDA PRAZOS DE ENTREGA

PT 14:00 27/11/2015

Figura 167 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 02)
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/e-shop-produtos-camisamangalongadoubleface/CML001DF





FACE

ENTRAR CARRINHO

Frete Grátis FRETE GRÁTIS NAS COMPRAS ACIMA DE R\$ 500,00

SALE SALE ATÉ 50% OFF NAS PEÇAS DA COLEÇÃO PASSADA **SHOP NOW**

INÍCIO CAMISAS COLETES BLAZERS BERMUDAS CALÇAS TERNOS

Ref. CML001DF
Camisa Manga Longa *Double Face*
Vendido e entregue por W FACE

R\$ 470,00
10 x de R\$ 47,00 sem juros no cartão

TAMANHO
Selecione o tamanho...


Adicionar à Sacola

Frete Grátis*

+ CORES
+ ESTAMPAS
+ PREÇOS
+ MATÉRIAS-PRIMAS

DETALHES DO PRODUTO

Camisa Manga Longa *Double Face*.
Com multifuncionalidade em ambos os lados.
Possui modelagem *slim* ajustada ao corpo.
Tecido liso de um lado e estampado do outro.



INFORMAÇÕES

Referência: CML001DF
Modelo: *Double Face*
Cor: 11-0601 TPX (branco *off white*)
Matéria-Prima: Tricoline magnetado
Composição: 100% CO (algodão)
Superfície: Liso / Estampado

FORMAS DE PAGAMENTO
Cartões de crédito, débito e boleto

SEGURANÇA
Site blindado e 100% seguro

(43) 3324-4089
Canal e atendimento
Das 9 às 18 horas
atendimento@wface.com.br

TROCA E DEVOLUÇÃO
30 dias para troca
e devolução por
conta da empresa

FRETE GRÁTIS
Frete grátis para
as compras acima
de R\$ 500,00

VISA MasterCard American Express
Boleto Bancário

SITE BLINDADO

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DÚVIDAS FREQUENTES CONTRATO DE COMPRA E VENDA PRAZOS DE ENTREGA

14:00 27/11/2015

Figura 168 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 03)
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/e-shop-produtos-camisamangalongadoubleface/CML014DF


FACE

ENTRAR CARRINHO

Frete Grátis FRETE GRÁTIS NAS COMPRAS ACIMA DE R\$ 500,00

SALE SALE ATÉ 50% OFF NAS PEÇAS DA COLEÇÃO PASSADA **SHOP NOW**

INÍCIO CAMISAS COLETES BLAZERS BERMUDAS CALÇAS TERNOS



Ref. CML014DF
Camisa Manga Longa *Double Face*
Vendido e entregue por W FACE

R\$ 510,00
10 x de R\$ 51,00 sem juros no cartão

TAMANHO
Selecione o tamanho...

Adicionar à Sacola

Frete Grátis*

+ CORES


+ ESTAMPAS

+ PREÇOS

+ MATÉRIAS-PRIMAS

INFORMAÇÕES
Referência: CML014DF
Modelo: *Double Face*
Cor: 18-4247 TPX (azul royal)
11-0601 TPX (branco *off white*)
Matéria-Prima: Tricoline estampado
Composição: 100% CO (algodão)
Superfície: Estampado / Liso

DETALHES DO PRODUTO
Camisa Manga Longa *Double Face*.
Com multifuncionalidade em ambos os lados.
Possui modelagem *slim* ajustada ao corpo.
Tecido estampado de um lado e liso do outro.



FORMAS DE PAGAMENTO
Cartões de crédito, débito e boleto

SEGURANÇA
Site blindado e 100% seguro

(43) 3324-4089
Canal e atendimento
Das 9 às 18 horas
atendimento@wface.com.br

TROCA E DEVOLUÇÃO
30 dias para troca e devolução por conta da empresa

FRETE GRÁTIS
Frete grátis para as compras acima de R\$ 500,00

VISA MasterCard American Express

Boleto Bancário

SITE BLINDADO

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DÚVIDAS FREQUENTES CONTRATO DE COMPRA E VENDA PRAZOS DE ENTREGA

14:00 27/11/2015

Figura 169 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 04)
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/e-shop-produtos-blazer/BLZ001

FACE

ENTRAR CARRINHO

Frete Grátis FRETE GRÁTIS NAS COMPRAS ACIMA DE R\$ 500,00

SALE SALE ATÉ 50% OFF NAS PEÇAS DA COLEÇÃO PASSADA SHOP NOW

INÍCIO CAMISAS COLETES BLAZERS BERMUDAS CALÇAS TERNOS

Ref. BLZ001
Blazer

Vendido e entregue por W FACE

R\$ 790,00
10 x de R\$ 79,00 sem juros no cartão

TAMANHO
Selecione o tamanho...

Adicionar à Sacola

Frete Grátis*

+ CORES
+ ESTAMPAS
+ PREÇOS
+ MATÉRIAS-PRIMAS

DETALHES DO PRODUTO

Blazer.
Estrutura convencional.
Possui modelagem *slim* ajustada ao corpo.
Acabamento em alfaiataria.

INFORMAÇÕES

Referência: BLZ001
Modelo: Convencional
Cor: 12-4608 TPX (azul celeste)
Matéria-Prima: Sarja acetinado
Composição: 100% CO (algodão)
Superfície: Liso

FORMAS DE PAGAMENTO
Cartões de crédito, débito e boleto

SEGURANÇA
Site blindado e 100% seguro

(43) 3324-4089
Canal e atendimento
Das 9 às 18 horas
atendimento@wface.com.br

TROCA E DEVOLUÇÃO
30 dias para troca
e devolução por
conta da empresa

FRETE GRÁTIS
Frete grátis para
as compras acima
de R\$ 500,00

VISA MasterCard American Express
Boleto Bancário

SITE BLINDADO

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DÚVIDAS FREQUENTES CONTRATO DE COMPRA E VENDA PRAZOS DE ENTREGA

PT 14:00 27/11/2015

Figura 170 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 05)
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/e-shop-produtos-ternocompletodoubleface/TRN003DF





FACE

ENTRAR CARRINHO

Frete Grátis FRETE GRÁTIS NAS COMPRAS ACIMA DE R\$ 500,00

SALE SALE ATÉ 50% OFF NAS PEÇAS DA COLEÇÃO PASSADA **SHOP NOW**

INÍCIO CAMISAS COLETES BLAZERS BERMUDAS CALÇAS TERNOS

Ref. TRN003DF
Terno Completo *Double Face*
Vendido e entregue por W FACE

R\$ 3.900,00
10 x de R\$ 390,00 sem juros no cartão

TAMANHO
Selecione o tamanho...

Adicionar à Sacola

Frete Grátis*

+ CORES


+ ESTAMPAS

+ PREÇOS

+ MATÉRIAS-PRIMAS

INFORMAÇÕES
Referência: TRN003DF
Modelo: *Double Face*
Cor: 18-6011 TPX (verde musgo)
11-0601 TPX (branco *off white*)
Matéria-Prima: Cambraia risca de giz
Composição: 100% PES (poliéster)
Superfície: Risca de giz

DETALHES DO PRODUTO
Terno Completo *Double Face*.
Com multifuncionalidade em ambos os lados.
Possui modelagem *slim* ajustada ao corpo.
Acabamento em alfaiataria.



FORMAS DE PAGAMENTO
Cartões de crédito, débito e boleto

SEGURANÇA
Site blindado e 100% seguro

(43) 3324-4089
Canal e atendimento
Das 9 às 18 horas
atendimento@wface.com.br

TROCA E DEVOLUÇÃO
30 dias para troca
e devolução por
conta da empresa

FRETE GRÁTIS
Frete grátis para
as compras acima
de R\$ 500,00

VISA MasterCard American Express

Boleto Bancário

SITE BLINDADO

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DÚVIDAS FREQUENTES CONTRATO DE COMPRA E VENDA PRAZOS DE ENTREGA

PT 14:00 27/11/2015

Figura 171 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 06)
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/e-shop-produtos-calcaomsuspensorios/CAL008


FACE

ENTRAR CARRINHO

Frete Grátis FRETE GRÁTIS NAS COMPRAS ACIMA DE R\$ 500,00

SALE SALE ATÉ 50% OFF NAS PEÇAS DA COLEÇÃO PASSADA **SHOP NOW**

INÍCIO CAMISAS COLETES BLAZERS BERMUDAS CALÇAS TERNOS



Ref. CAL008
Calça com Suspensórios
Vendido e entregue por W FACE

R\$ 440,00
10 x de R\$ 44,00 sem juros no cartão

TAMANHO
Selecione o tamanho...

Adicionar à Sacola

Frete Grátis*

+ CORES
+ ESTAMPAS
+ PREÇOS
+ MATÉRIAS-PRIMAS

DETALHES DO PRODUTO

Calça com Suspensórios.
Estrutura convencional.
Possui modelagem *slim* ajustada ao corpo.
Acabamento em alfaiataria.

INFORMAÇÕES

Referência: CAL008
Modelo: Convencional
Cor: 19-4305 TPX (preto)
Matéria-Prima: Brim
Composição: 100% CO (algodão)
Superfície: Liso

FORMAS DE PAGAMENTO
Cartões de crédito, débito e boleto

SEGURANÇA
Site blindado e 100% seguro

(43) 3324-4089
Canal e atendimento
Das 9 às 18 horas
atendimento@wface.com.br

TROCA E DEVOLUÇÃO
30 dias para troca
e devolução por
conta da empresa

FRETE GRÁTIS
Frete grátis para
as compras acima
de R\$ 500,00

VISA MasterCard American Express

Boleto Bancário

SITE BLINDADO 100%

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DÚVIDAS FREQUENTES CONTRATO DE COMPRA E VENDA PRAZOS DE ENTREGA

PT 14:00 27/11/2015

Figura 172 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 07)
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/e-shop-produtos-coletedoubleface/COL001DF





FACE

ENTRAR CARRINHO

Frete Grátis FRETE GRÁTIS NAS COMPRAS ACIMA DE R\$ 500,00

SALE SALE ATÉ 50% OFF NAS PEÇAS DA COLEÇÃO PASSADA **SHOP NOW**

INÍCIO CAMISAS COLETES BLAZERS BERMUDAS CALÇAS TERNOS

Ref. COL001DF
Colete *Double Face*
Vendido e entregue por W FACE

R\$ 510,00
10 x de R\$ 51,00 sem juros no cartão

TAMANHO
Selecione o tamanho...

Adicionar à Sacola

Frete Grátis*

+ CORES


+ ESTAMPAS

+ PREÇOS

+ MATÉRIAS-PRIMAS

INFORMAÇÕES
Referência: COL001DF
Modelo: *Double Face*
Cor: 16-1333 TPX (bege)
Matéria-Prima: Brim
Composição: 97% CO (algodão)
3% PUE (elastano)
Superfície: Liso

DETALHES DO PRODUTO
Colete *Double Face*.
Com multifuncionalidade em ambos os lados.
Possui modelagem *slim* ajustada ao corpo.
Acabamento em alfaiataria.



FORMAS DE PAGAMENTO
Cartões de crédito, débito e boleto

SEGURANÇA
Site blindado e 100% seguro

(43) 3324-4089
Canal e atendimento
Das 9 às 18 horas
atendimento@wface.com.br

TROCA E DEVOLUÇÃO
30 dias para troca
e devolução por
conta da empresa

FRETE GRÁTIS
Frete grátis para
as compras acima
de R\$ 500,00

VISA MasterCard American Express

Boleto Bancário

SITE BLINDADO

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DÚVIDAS FREQUENTES CONTRATO DE COMPRA E VENDA PRAZOS DE ENTREGA

PT 14:00 27/11/2015

Figura 173 - Site página/aba “E-Shop” (informações para compra - ex. 08)
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/blognoticias-wface

W FACE

MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

FACE

W FACE BLOG

.....

**A INFORMAÇÃO DO
HOMEM MODERNO**

ACESSÓRIOS QUE FAZEM A DIFERENÇA

CATEGORIAS

BUSCA

A ELEGÂNCIA DOS CASACOS

SUSPENSÓRIOS: IRREVERÊNCIA E ESTILO

DICAS DE BELEZA

OS SEGREDOS DE UMA VIDA SAUDÁVEL

CARREGAR MAIS

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS

SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO

CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

PT 14:00 27/11/2015

Figura 174 - Site página/aba “Blog/Notícias”
Fonte: Do autor (2015).



Figura 175 - Site página/aba "Onde Encontrar"
Fonte: Do autor (2015).

The image shows a web browser window displaying the 'Fale Conosco' (Contact Us) page of the FACE website. The browser's address bar shows the URL 'www.wface.com.br/faleconosco'. The page features a dark navigation bar at the top with the FACE logo and menu items: MARCA, CAMPANHA, COLEÇÃO, and E-SHOP. Social media icons for Facebook, Instagram, Twitter, and YouTube are also present. The main heading reads 'PREENCHA O FORMULÁRIO ABAIXO' (Fill out the form below). The form includes several input fields: 'Nome*' (Name), 'E.mail*' (Email), 'Gênero*' (Gender) with a dropdown arrow, 'CPF*' (CPF), 'CEP*' (CEP), 'Assunto*' (Subject) with a dropdown arrow, 'Telefone*' (Phone), and 'Cidade*' (City). A large text area for 'Mensagem*' (Message) is provided below these fields. A dark 'ENVIAR' (SEND) button is centered below the message field. The footer is a dark bar with navigation links: MARCA (with sub-link 'SOBRE DOUBLE FACE'), COLEÇÃO VERÃO 2016, BLOG / NOTÍCIAS, E-SHOP, FALE CONOSCO, CAMPANHA, ONDE ENCONTRAR, and TRABALHE CONOSCO. The FACE logo and social media icons are on the right side of the footer. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date '27/11/2015' and time '14:00'.

Figura 176 - Site página/aba "Fale Conosco"
Fonte: Do autor (2015).

www.wface.com.br/trabalheconosco

FACE MARCA CAMPANHA COLEÇÃO E-SHOP

SEJA UM REVENDEDOR DA W FACE

A W FACE busca parcerias com lojistas e representantes que queiram comercializar seus produtos. Se você está disposto a trabalhar com uma marca que desenvolve roupas com um conceito inovador no segmento de alfaiataria masculina, venha fazer parte de nossa equipe.

Empresa/Nome* E.mail*

CNPJ/CPF* Telefone* Cidade/CEP*

Mensagem*

ENVIAR

MARCA COLEÇÃO VERÃO 2016 BLOG / NOTÍCIAS
SOBRE *DOUBLE FACE* E-SHOP FALE CONOSCO
CAMPANHA ONDE ENCONTRAR TRABALHE CONOSCO

FACE

14:00 27/11/2015

Figura 177 - Site página/aba “Trabalhe Conosco”
Fonte: Do autor (2015).

6 CATÁLOGO IMPRESSO



Figura 178 - Catálogo impresso - capa e contracapa
Fonte: Do autor (2015).



Figura 179 - Catálogo impresso - páginas 2 e 3
Fonte: Do autor (2015).



Figura 180 - Catálogo impresso - páginas 4 e 5
Fonte: Do autor (2015).



Figura 181 - Catálogo impresso - páginas 6 e 7
Fonte: Do autor (2015).



Figura 182 - Catálogo impresso - páginas 8 e 9
Fonte: Do autor (2015).



Figura 183 - Catálogo impresso - páginas 10 e 11
Fonte: Do autor (2015).



Figura 184 - Catálogo impresso - páginas 12 e 13
Fonte: Do autor (2015).



Figura 185 - Catálogo impresso - páginas 14 e 15
Fonte: Do autor (2015).



Figura 186 - Catálogo impresso - páginas 16 e 17
 Fonte: Do autor (2015).



Figura 187 - Catálogo impresso - páginas 18 e 19
 Fonte: Do autor (2015).

7 PLANEJAMENTO DO DESFILE

7.1 *MAKE-UP E HAIR*

A maquiagem dos modelos segue uma linha de estética mais natural, com pouca aplicação de produtos na pele. No máximo, é aplicada uma base neutra para evitar a aparência oleosa da pele quando a iluminação refletir sobre o rosto dos modelos.

No caso dos cabelos, a maioria dos penteados são curtos na linha *undercut*, com os cabelos jogados ligeiramente para trás para evidenciar os traços fortes e a expressão marcante da face (Figura 188).



Figura 188 - *Make-up e hair*
Fonte: Do autor (2015).

7.2 CASTING – MODELOS PARA DESFILE

O *casting* para apresentação do desfile é formado por 6 (seis) modelos profissionais residentes na cidade de Londrina ou em municípios da região norte do Estado do Paraná.



Quadro 39 - *Casting* de modelos para desfile
Fonte: Do autor (2015).

7.3 STYLLING

Os elementos de *styling* utilizados com os vestuários da W FACE durante o desfile constituem de complementos bastante utilizados nos trajes de alfaiataria, como gravatas tradicionais ou modelos mais estreitos na linha *slim*.

Os cintos são de couro com fivelas metalizadas e os sapatos são modelos sociais, sendo a maioria com cadarços. Para as peças mais casuais são utilizados sapatênis. Em um dos *looks* há o uso de suspensórios junto com a calça.

7.4 TRILHA SONORA

Para mostrar a proposta de ambos os lados dos vestuários, o desfile é subdividido em dois momentos. Dessa maneira, a trilha sonora escolhida é constituída por duas músicas: “*Need you now*”, interpretada pela banda Lady Antebellum e “*It’s my life*”, de Jon Bon Jovi.

Na primeira parte do desfile, os modelos entram com as peças apresentando a 1ª proposta dos *looks*, que traduz uma estética clássica e formal dos trajes. Para essa entrada, a música selecionada é denominada “*Need you now*”, interpretada pela banda Lady Antebellum. A escolha de uma música romântica durante o desfile tem como propósito passar a imagem de um homem contemporâneo que consegue conquistar o coração das mulheres pelo seu estilo sofisticado, vestindo roupas de alfaiataria com corte impecável e caimento perfeito. Poeticamente, a imagem desse homem elegante que veste as roupas da W FACE não sai da cabeça das mulheres, deixando-as transtornadas e enlouquecidas, com o desejo de precisarem da presença dele ao seu lado a todo instante.

Já para a segunda parte do desfile, quando os modelos entram com a 2ª proposta na versão *double face* dos vestuários, a escolha de um *rock pop* moderno e agitado (“*It’s my life*”, de Jon Bon Jovi) possui como propósito trazer a imagem desse mesmo homem vestindo roupas mais urbanas, com estilo arrojado e casual. A intenção é passar o espírito aventureiro de um homem moderno que não perde tempo em pensar no que vestir para aproveitar os melhores momentos de sua

vida. A ideia é mostrar que o homem que usa as roupas com o conceito mutável concebidas pela W FACE é capaz de estar preparado para ficar bem vestido em qualquer ocasião.

Letra e tradução da música “*Need you now*”, da banda Lady Antebellum, para a primeira parte do desfile, na apresentação da 1ª proposta dos *looks*:

Need you now

Picture perfect memories
Scattered all around the floor
Reaching for the phone' cause
I can't fight it anymore
And I wonder if I ever cross your mind
For me it happens all the time

It's a quarter after one
I'm all alone and I need you now
Said I wouldn't call
But I lost all control and I need you now
And I don't know how I can do without
I just need you now

Another shot of whiskey
Can't stop looking at the door
Wishing you'd come sweeping
In the way you did before
And I wonder if I ever cross your mind
For me it happens all the time

It's a quarter after one
I'm a little drunk
And I need you now
Said I wouldn't call
But I lost all control and I need you now
And I don't know how I can do without
I just need you now

Oh Ohh

Guess I'd rather hurt than feel nothing at all
It's a quarter after one
I'm all alone and I need you now
And I said I wouldn't call
But I'm a little drunk and I need you now
And I don't know how I can do without
I just need you now
I just need you now
Oh baby I need you now

Preciso de você agora

Memórias perfeitas
Espalhadas por todo o chão
Alcançando o telefone porque
Eu não consigo lutar mais
E eu me pergunto se eu já passei pela sua mente
Para mim isso acontece o tempo todo

São 1:15 da manhã
Estou completamente só e preciso de você agora
Disse que não ia ligar
Mas perdi todo o controle e preciso de você agora
E não sei como sobreviver
Eu só preciso de você agora

Outra dose de uísque
Não consigo parar de olhar para a porta
Desejando que você entrasse arrebatando
Da maneira que fazia antes
E eu me pergunto se eu já passei pela sua mente
Para mim isso acontece o tempo todo

São 1:15 da manhã
Estou um pouco bêbado
E eu preciso de você agora
Disse que não ia ligar
Mas perdi todo o controle e preciso de você agora
E não sei como sobreviver
Eu só preciso de você agora

Oh Ohh

Acho que prefiro me magoar do que não sentir nada
São 1:15 da manhã
Estou completamente só e preciso de você agora
Eu disse que não ligaria
Mas estou um pouco bêbado e preciso de você agora
E não sei como sobreviver
Eu só preciso de você agora
Eu só preciso de você agora
Oh, amor, eu preciso de você agora

Letra e tradução da música “*It’s my life*”, de Jon Bon Jovi, para a segunda parte do desfile, na apresentação da 2ª proposta na versão *double face* dos *looks*:

It's my life

This ain't a song for the broken-hearted
Nor silent prayer for faith-departed
I ain't gonna be just a face in the crowd
You're gonna hear my voice
When I shout it out loud

It's my life
It's now or never
I ain't gonna live forever
I just want to live while I'm alive
(It's my life)
My heart is like an open highway
Like Frankie said
I did it my way
I just wanna live while I'm alive
It's my life

This is for the ones who stood their ground
For Tommy and Gina who never backed down
Tomorrow's getting harder make no mistake
Luck ain't even lucky
Got to make your own breaks

It's my life
It's now or never
I ain't gonna live forever
I just want to live while I'm alive
(It's my life)
My heart is like an open highway
Like Frankie said
I did it my way
I just wanna live while I'm alive
It's my life

Better stand tall when they're calling you out
Don't bend, don't break, baby, don't back down

It's my life
It's now or never
I ain't gonna live forever
I just want to live while I'm alive
(It's my life)
My heart is like an open highway
Like Frankie said
I did it my way
I just wanna live while I'm alive
It's my life

It's my life
It's now or never
I ain't gonna live forever
I just want to live while I'm alive
(It's my life)
My heart is like an open highway
Like Frankie said
I did it my way
I just wanna live while I'm alive
It's my life

É a minha vida

Esta não é uma canção para os de coração partido
Nem uma oração silenciosa para os que perderam a fé
Eu não serei apenas um rosto na multidão
Vocês vão ouvir minha voz
Quando eu gritar isso bem alto

É a minha vida
É agora ou nunca
Eu não vou viver para sempre
Quero apenas viver enquanto estiver vivo
(É a minha vida)
Meu coração é como uma estrada livre
Como Frankie disse
Eu fiz do meu jeito
Quero apenas viver enquanto estiver vivo
É a minha vida

Esta é para aqueles que conquistaram seu espaço
Para Tommy e Gina que nunca desistiram
Amanhã será mais difícil não cometer erros
A sorte nem sempre é afortunada
Tem que fazer suas próprias oportunidades

É a minha vida
É agora ou nunca
Eu não vou viver para sempre
Quero apenas viver enquanto estiver vivo
(É a minha vida)
Meu coração é como uma estrada livre
Como Frankie disse
Eu fiz do meu jeito
Quero apenas viver enquanto estiver vivo
É a minha vida

É melhor estar alerta quando eles te convocarem
Não se curve, não ceda, querida, não recue

É a minha vida
É agora ou nunca
Eu não vou viver para sempre
Quero apenas viver enquanto estiver vivo
(É a minha vida)
Meu coração é como uma estrada livre
Como Frankie disse
Eu fiz do meu jeito
Quero apenas viver enquanto estiver vivo
É a minha vida

É a minha vida
É agora ou nunca
Eu não vou viver para sempre
Quero apenas viver enquanto estiver vivo
(É a minha vida)
Meu coração é como uma estrada livre
Como Frankie disse
Eu fiz do meu jeito
Quero apenas viver enquanto estiver vivo
É a minha vida

7.5 SEQUÊNCIA DE ENTRADA PARA DESFILE

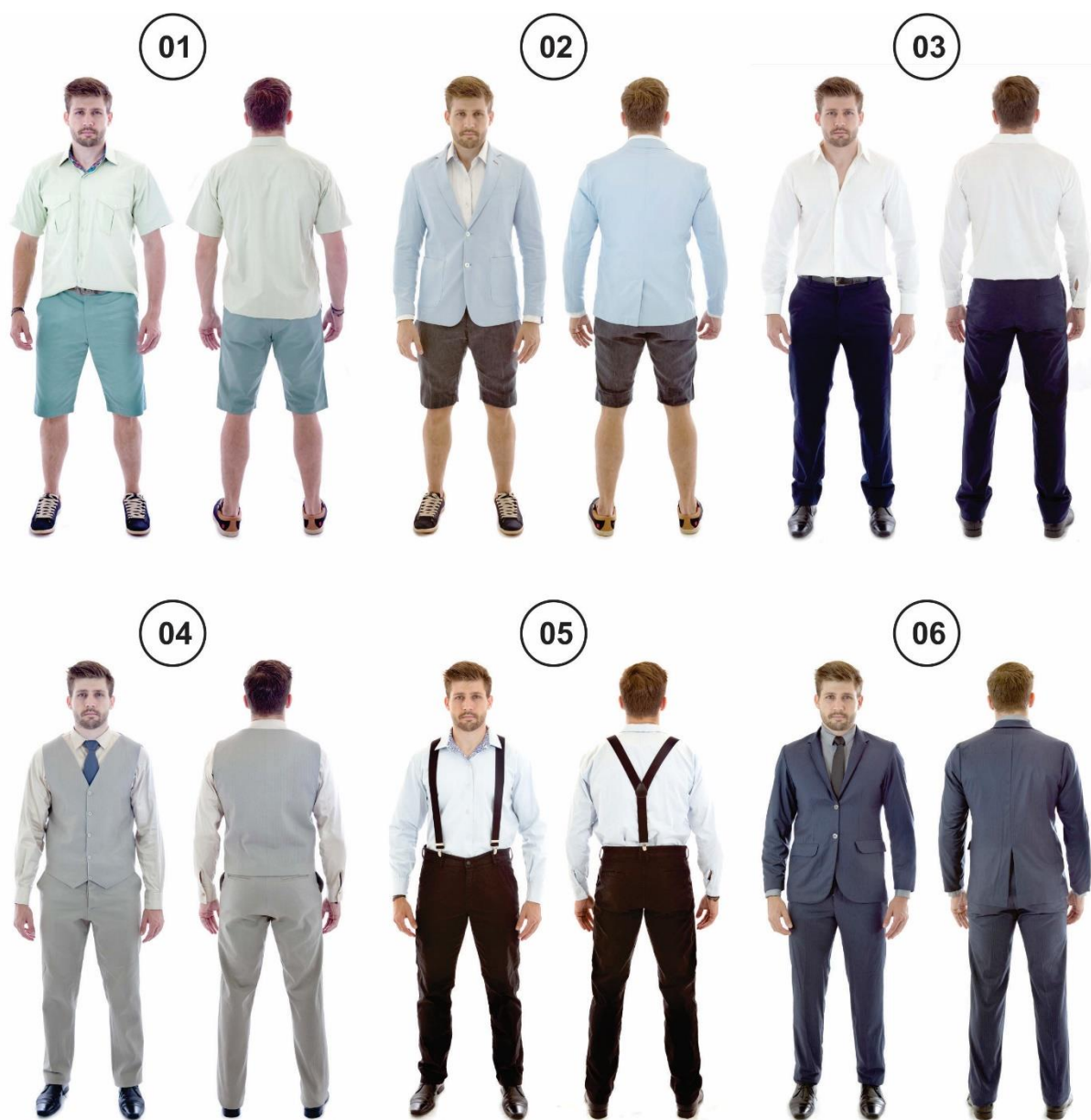


Figura 189 - Sequência da 1ª entrada dos looks para desfile
Fonte: Do autor (2015).

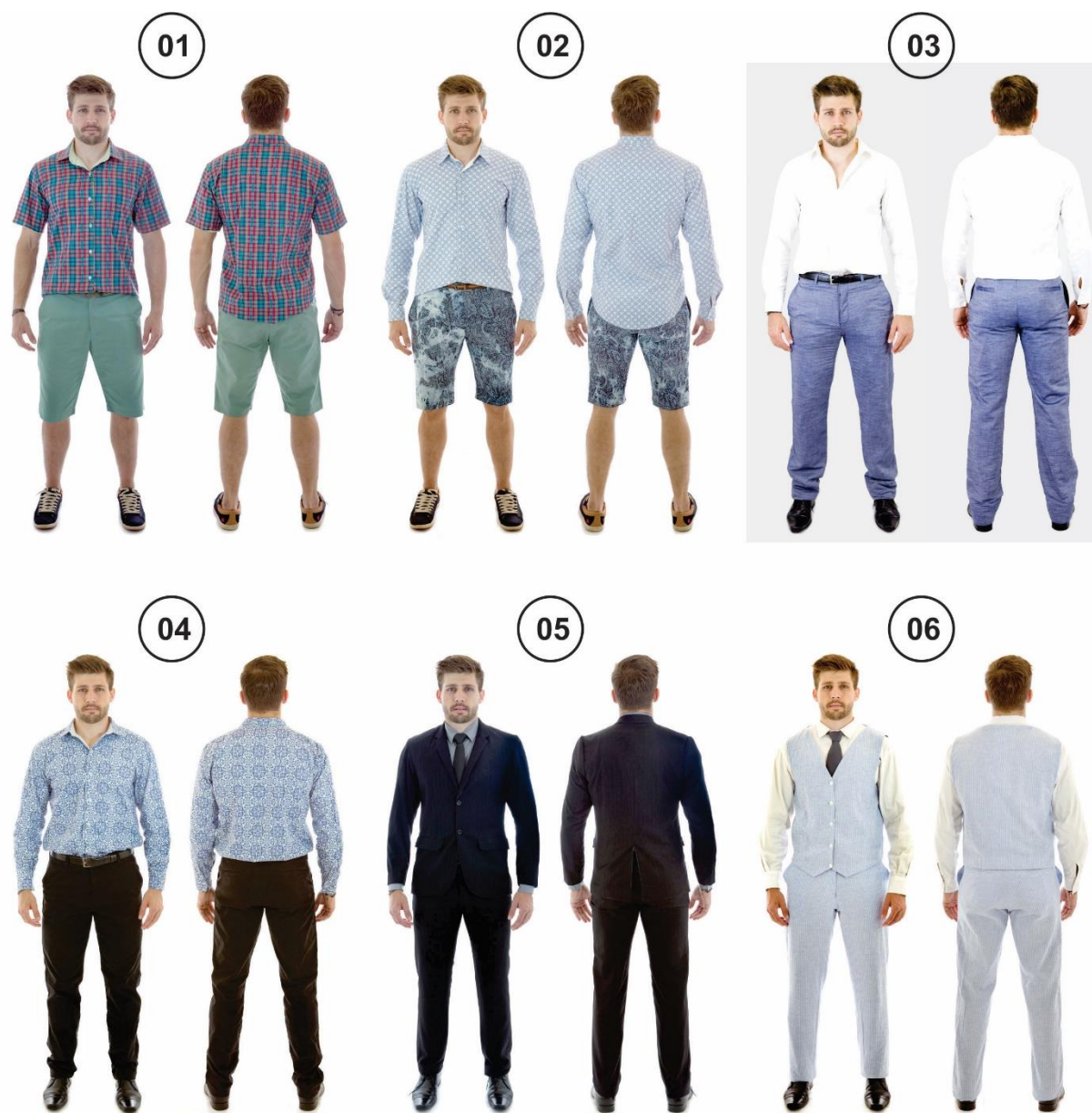


Figura 190 - Sequência da 2ª entrada dos looks para desfile (*double face*)
Fonte: Do autor (2015).

8 DESFILE

8.1_BASTIDORES E LOOKBOOK



Figura 191 - Modelos contratados para desfile
Fonte: Do autor (2015).



Figura 192 - Modelos do desfile (Junior Garcia e José Henrique Claus)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 193 - Look 01 - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 194 - Look 01 (double face) - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 195 - Look 08 - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 196 - Look 08 (double face) - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 197 - Look 10 - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 198 - Look 10 (double face) - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 199 - Look 12 - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 200 - Look 12 (double face) - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 201 - *Look 17* - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 202 - *Look 17 (double face)* - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 203 - *Look 25* - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).



Figura 204 - *Look 25 (double face)* - frente, perfil e costas
Fonte: Do autor (2015).

8.2_DESFILE – 1ª ENTRADA



Figura 205 - *Look 10* (esquerda) e *look 01* (direita)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 206 - *Look 08* (esquerda) e *look 25* (direita)
Fonte: Do autor (2015).



Figura 207 - Look 17 (esquerda) e look 12 (direita)
Fonte: Do autor (2015).

8.3_DESFILE – 2ª ENTRADA



Figura 208 - Look 10 (esquerda) e look 01 (direita) - double face
Fonte: Do autor (2015).



Figura 209 - *Look 08* (esquerda) e *look 17* (direita) - *double face*
Fonte: Do autor (2015).



Figura 210 - *Look 12* (esquerda) e *look 25* (direita) - *double face*
Fonte: Do autor (2015).

8.4 ARGUMENTAÇÃO PARA BANCA EXAMINADORA



Figura 211 - Modelos posicionados em frente à banca examinadora
Fonte: Do autor (2015).



Figura 212 - Explicações dos *looks* apresentados pelo autor do projeto
Fonte: Do autor (2015).



Figura 213 - Autor do projeto e modelos em frente à banca examinadora
Fonte: Do autor (2015).



Figura 214 - Autor do projeto (centro) com modelos do desfile
Fonte: Do autor (2015).

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Até certo tempo atrás, a preocupação constante com relação ao que se vestir em eventos ou ocasiões especiais – como festas de confraternização, casamentos ou formaturas – era uma característica mais predominante entre as mulheres. Contudo, esse comportamento já não pode ser mais considerado assim, uma vez que boa parcela dos homens tem voltado seus interesses nas questões e nos assuntos que envolvem a estética da imagem pessoal.

Com o surgimento de produtos, serviços e tecnologias que prometem melhorar a plástica do corpo, os homens têm se rendido cada vez mais a todos esses recursos e facilidades que são oferecidos no mercado, o que traz grandes reflexos na mudança do seu comportamento de consumo.

Com relação às roupas isso também não é diferente, pois os homens estão se tornando mais exigentes nas suas escolhas, selecionando vestuários que contribuam na melhoria de sua imagem pessoal, tanto no trabalho quanto nos momentos de lazer. Muitas marcas do setor de moda oferecem produtos de boa qualidade para diversos segmentos de uso e que são produzidos em escala. Mesmo assim, há uma parcela de consumidores que não abrem mão da roupa feita sob medida, buscando os serviços de um alfaiate para adquirir trajes com bom corte e caimento impecável.

Considerando que o investimento financeiro em peças feitas sob medida costuma ser elevado, é muito importante e significativo para as pessoas que adquirem esses vestuários que esses produtos possam ser mais aproveitados, não ficando armazenados no guarda-roupa em virtude de serem peças de uso mais restrito para eventos e ocasiões específicas.

Se levar em conta que o ritmo e a rotina diária do homem moderno exigem que ele esteja preparado a todo momento para qualquer tipo de atividade ou desafio – quer seja no trabalho ou na convivência entre amigos – a existência de vestuários que propiciem maior versatilidade quanto ao seu uso garante ao homem que ele esteja preparado para estar bem vestido para qualquer tipo de situação.

A realização desse estudo, com a implementação da técnica *double face* em trajes de alfaiataria, sinaliza boas perspectivas para suprir essas questões e necessidades presentes na vida do homem contemporâneo, já que roupas

concebidas dentro desse contexto podem ser utilizadas de ambos os lados, o que reflete em um maior aproveitamento no uso das peças.

REFERÊNCIAS

AC ALFAIATES. FERREIRA, Avelino; FERREIRA, Carlos. A alfaiataria. – G. Bruce Boyer. Disponível em: <<http://www.acferreira-alfaiates.com/historia.php>>. Acesso em 21 set 2014.

ALI EXPRESS. Best Selling! Two-Sided Wear Reversible Baby Capes Jackets Cloaks Baby Romper Babies Clothing Free Shipping. Disponível em: <<http://pt.aliexpress.com/item/Best-Selling-Two-sided-wear-Reversible-baby-capes-jackets-cloaks-baby-romper-babies-clothing-Free-Shipping/823721254.html>>. Acesso em 11 fev 2015.

_____. Dupla Face Chinês Conjuntos de Inverno Jaqueta de Algodão Meninos/Calças de Roupas Infantis para Crianças Suit Tamanho 2 4 6 8. Disponível em: <<http://pt.aliexpress.com/item/Double-face-Chinese-Children-s-Clothing-Children-s-Sets-boys-winter-cotton-jacket-pants-suit-Size/32278155639.html>>. Acesso em 18 fev 2015.

ANUAL DESIGN BRASIL. A Origem do Cobogó. Disponível em: <<http://www.anualdesign.com.br/blog/5887/a-origem-do-cobogo/>>. Acesso em 5 ago 2015.

BARBOSA, Juliana. Novos alfaiates, velha formação. In: IX COLÓQUIO DE MODA, 8., 2013, Fortaleza. **Anais eletrônicos...** Fortaleza: Universidade Federal do Ceará. 2013. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-2-EDUCACAO_COMUNICACAO-ORAL/Novos-Alfaiates.pdf>. Acesso em 28 out 2014.

CALDAS, Dário. Dez Informada. Entrevista com Dário Caldas sobre Macrotendência. 17/03/2010. Disponível em: <<https://dezinformada.wordpress.com/2010/03/17/entrevista-com-dario-caldas-sobre-macrotendencia/>>. Acesso em 21 set 2015.

CASA PRADO. A História da Alfaiataria. 20/12/2011. Disponível em: <<http://www.casaprado.com.br/dicas/137-a-historia-da-alfaiataria>>. Acesso em 21 set 2014.

CASTRO, Paula Campos de. **Ainda há espaço para alfaiate no mundo do 'pronto para vestir?'**. 2009. 28 f. Monografia de Conclusão de Curso (Especialização em Moda, Cultura de Moda e Arte) – Instituto de Arte e Design, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2009. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/posmoda/files/2010/09/Monografia-Alfaiataria2.pdf>>. Acesso em 22 set 2014.

CENTER ALFAIATARIA. Disponível em: <<https://www.facebook.com/407226762682029/photos/pb.407226762682029.-2207520000.1443922783./741134765957892/?type=3&theater>>. Acesso em 3 out 2015.

DEPOSITPHOTOS. Branca Revista Aberta em Branco Sobre um Fundo Escuro – Vetor de Ramcreative. Disponível em: <<http://pt.depositphotos.com/37195865/stock-illustration-white-blank-open-magazine-on.html>>. Acesso em 20 out 2015.

DONNA. Segundo o Portal WGSN, Vida Simples e Conectada à Natureza é Tendência de Comportamento. 11/04/2014. Disponível em: <<http://revistadonna.clicrbs.com.br/moda/segundo-o-portal-wgsn-vida-simples-e-conectada-a-natureza-e-tendencia-de-comportamento/>>. Acesso em 5 set 2015.

FABRICIO FAGUNDES ALFAIATARIA. Disponível em: <http://www.supervisaengenharia.com.br/project_item/fabricio-fagundes-alfaiataria/>. Acesso em 3 out 2015.

FERRAZ, Queila. A alfaiataria e o poder do terno – história da moda. **Fashion Bubbles**. Disponível em: <<http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/a-alfaiataria-e-o-poder-do-terno/>>. Acesso em 21 set 2014.

FESTABOX. Sacolas. Disponível em: <<http://www.festabox.com.br/embalagens/sacolas>>. Acesso em 20 out 2015.

FLICKR. Apolo de Belvedere. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/30348759@N04/6399109615>>. Acesso em 5 out 2015.

FOTOSEARCH. Banco de Imagens. Banco de Imagem – Textura, Texturas, Fundo, Fundos, Natureza, Vegetação, Branche. Disponível em: <<http://www.fotosearch.com.br/PHT005/paa005000106/>>. Acesso em 7 ago 2015.

FREEPIK. Marrom Horizontal Textura de Casca de Árvore. Disponível em: <http://br.freepik.com/fotos-gratis/marrom-horizontal-textura-da-casca-de-arvore_701716.htm>. Acesso em 7 ago 2015.

_____. Textura da Natureza. Disponível em: <http://br.freepik.com/fotos-gratis/textura-de-natureza_639862.htm>. Acesso em 7 ago 2015.

GÊNIOS, FILÓSOFOS E ESPIRITUALISTAS DO MUNDO. Frases de Oscar Wilde. Disponível em: <<https://sites.google.com/site/geniosdomundo/frases-por-autor/frases-de-oscar-wilde>>. Acesso em 23 nov 2014.

GIL, Antonio Carlos. Tipos de Pesquisa. Disponível em: <<http://wp.ufpel.edu.br/ecb/files/2009/09/Tipos-de-Pesquisa.pdf>>. Acesso em 21 set 2014.

HABITAR. Ambiente + Arquitetura + Cidade. Disponível em: <http://habitar-arq.blogspot.com.br/2011_07_01_archive.html>. Acesso em 3 ago 2015.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11ª ed. Rio de Janeiro, 2006.

HE HOMEM NO ESPELHO. Undercut: o corte coringa não sai de moda tão cedo.

02/04/2015. Disponível em: <<http://www.homemnoespelho.com.br/undercut-o-corte-coringa-nao-sai-de-moda-tao-cedo/>>. Acesso em 8 nov de 2015.

HOMEM S/A. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=131367413620807&set=pb.100002426467828.-2207520000.1443921966.&type=3&theater>>. Acesso em 3 out 2015.

INFLUÊNCIAS DA ALFAIATARIA NO VESTUÁRIO: PANORAMA ATUAL EM FLORIANÓPOLIS. Disponível em: <<http://www.pergamumweb.udesc.br/dados-bu/000000/000000000006/00000620.pdf>>. Acesso em 21 set 2014.

JAMAIS VULGAIRE. Guide des Costumes Homme, Pantalon, Conseils de Style et Selection. Disponível em: <<http://jamaisvulgaire.com/trouver-son-style-blog/conseil-mode-homme/bien-shabiller-pour-la-rentree-guide-des-costumes-homme-conseils-de-style-selection/>>. Acesso em 17 ago 2015.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**: manual do estilista. Tradução Iara Biderman. 2ª ed. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

JUNIOR, Antônio Gasparetto. Conjuração Baiana. 18/12/2009. Disponível em: <<http://www.historiabrasileira.com/brasil-colonia/conjuracao-baiana/>>. Acesso em 17 out 2015.

LAVIER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. Tradução Glória Maria de Mello Carvalho. São Paulo: Companhia de Letras, 1989.

LE BRETON, David. Antropologia do Corpo e Modernidade – Fichamento by Leonídia. Disponível em:

<<https://www.passeidireto.com/arquivo/6721434/antropologia-do-corpo-e-modernidade---fichamento-by-leonidia>>. Acesso em 20 nov 2014.

LINDKVIST, Magnus. **O guia do caçador de tendências**: como identificar as forças invisíveis que moldam os negócios, a sociedade e a vida. São Paulo: Editora Gente, 2010.

LONGHI, Tatiana C. **Influências da alfaiataria no vestuário: panorama atual em Florianópolis**. 2007. 98 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Curso Superior de Bacharelado em Moda. Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC, Florianópolis, 2007. Disponível em: <<http://www.pergamum.udesc.br/dados-bu/000000/000000000006/00000620.pdf>>. Acesso em 23 nov 2014.

LOS MODERNINHOS. Alfaiataria Sempre na Moda. 24/05/2013. Disponível em: <<http://losmoderninhos.blogspot.com.br/2013/05/alfaiataria-sempre-na-moda.html>>. Acesso em 23 nov 2014.

MACHADO, Debora. A história da alfaiataria. 06/01/2013. Disponível em: <<http://deboramachado.wordpress.com/2013/01/06/a-historia-da-alfaiataria/>>. Acesso em 21 set 2014.

MELLO, Marília Campos. **Guia Vip de Estilo 2011**. São Paulo: Editora Abril, 2011.

MONTAKASA. Arquitetura & Design. Villa Savoye – Le Corbusier. Disponível em: <<http://montakasa.com/2013/11/18/villa-savoye-le-corbusier/>>. Acesso em 12 ago 2015.

NETSHOES. Jaqueta New Era Dupla Face 4 New York Yankees. Ref.: F83-2907-026-05. Disponível em: <<http://www.netshoes.com.br/produto/jaqueta-new-era-dupla-face-4-new-york-yankees-F83-2907>>. Acesso em 18 fev 2015.

NUNES, Renato. Moda e filosofia: a busca pelo novo. In: **Filosofia, Ciência & Vida**, ano VII, edição 92, p. 49-52, março de 2014.

NX STYLE. Disponível em: <<http://nxstyle.tumblr.com/post/101220816771/david-gandy-for-fhm-collection>>. Acesso em 20 ago 2015.

O CENTRO DE ALFAIATARIA SOB MEDIDA NO MUNDO SAVILE ROW. Disponível em: <<http://ptarticles.com/artigo/181686/>>. Acesso em 27 nov 2014.

OLIVEIRA, Thaís Britta Gomes de. Indumentária masculina: comportamento por meio das cores. In: VII COLÓQUIO DE MODA, 5., 2011, Maringá. **Anais eletrônicos...** Maringá: Rede Moda / ABPEM. 2011. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda_2011/GT03/Poster/P_88591Indumentaria_Masculina_Comportamento_por_m_eio_das_Cores.pdf>. Acesso em 28 out 2014.

PAIVA, Fabio. Leandro Lourenço. A História da Alfaiataria. 14/08/2012. Disponível em: <<http://leandrolourencomodas.com.br/archives/345>>. Acesso em 23 nov 2014.

PAPO DE ARQUITETAS. Cobogós. Disponível em: <<http://papodearquitectas.blogspot.com.br/2013/07/cobogos.html>>. Acesso em 14 ago 2015.

PASTILON ACABAMENTOS. Disponível em: <<http://www.pastilon.com.br/>>. Acesso em 2 ago 2015.

PINTEREST. O Catálogo de Ideias do Mundo Todo. Explore WGSN Ss16, 2016 Tendências e Muito Mais. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/382102349609729121/>>. Acesso em 20 ago 2015.

_____. O Catálogo de Ideias do Mundo Todo. Tall Men in Good Suits. Disponível em: <<https://www.pinterest.com/pin/6122149466382146/>>. Acesso em 5 ago 2015.

PORTOBELLO. Linha Studio Craft. Disponível em: <<http://www.portobello.com.br/linhas/studio-craft>>. Acesso em 2 ago 2015.

RAFFER. Disponível em: <<https://www.facebook.com/rafferoficial/photos/pb.480657311977722.-2207520000.1443922520./1011415605568554/?type=3&theater>>. Acesso em 3 out 2015.

RICARDO ALMEIDA. Disponível em: <<http://chic.uol.com.br/moda/noticia/ricardo-almeida-muda-atelie-loja-feminina-e-masculina-para-ponto-na-bela-cintra-que-foi-de-giorgio-armani-por-14-anos>>. Acesso em 22 set 2015.

ROSA, Stefania. **Alfaiataria**: modelagem masculina plana. DF: SENAC, 2008.

SANTA MARIA. Prestações de Serviços. Disponível em: <<http://www.contratoutaresolvido.com.br/>>. Acesso em 25 out 2015.

SANTOS, Carlos José Giudice dos. Oficina da Pesquisa. Tipos de Pesquisa. Disponível em: <http://www.oficinadapesquisa.com.br/APOSTILAS/METODOL/_OF.TIPOS_PESQUI SA.PDF>. Acesso em 27 nov 2014.

SEBRAE. Critérios de Classificação de Empresas: MEI – ME – EPP. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em 11 mar 2015.

SHOP MASP. Jaqueta Nike Alliance Jacket-550 Dupla Face Masculina. Disponível em: <<http://www.shopmasp.com.br/jaqueta-nike-alliance-jacket-550-dupla-face-masculina-8981.aspx/p>>. Acesso em 20 mar 2015.

TARSO, Paulo de; SILVA, Rosa Lúcia de Almeida. **Modelagem plana masculina**. 3ª reimp. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2008.

VIEIRA-SENA, Taísa. **A construção da identidade masculina contemporânea por meio da roupa íntima**. 2011. Dissertação (Mestrado em Design) – Pós-Graduação em Design, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.anhembi.br/ppgdesign/pdfs/taisa_sena.pdf>. Acesso em 23 nov 2014.

VIVER AU. Oscar Niemeyer: De Vidro e Concreto. Disponível em: <<http://viverau.blogspot.com.br/2013/02/oscar-niemeyer-de-vidro-e-concreto.html>>. Acesso em 2 ago 2015.

WGSN. Create Tomorrow. Disponível em: <<http://www.wgsn.com/pt/>>. Acesso em 18 out 2015.

WIKIMEDIA COMMONS. Félix Nadar 1820-1910 Portraits Charles Baudelaire. Disponível em: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:F%C3%A9lix_Nadar_1820-1910_portraits_Charles_Baudelaire_2.jpg>. Acesso em 23 nov 2014.

WIKIPÉDIA. A Enciclopédia Livre. Double-face. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Double-face>>. Acesso em 21 set 2014.

YAHOO! LIFESTYLE. The Perfect Man According to Men and Women. Disponível em: <<https://au.lifestyle.yahoo.com/beauty/news/a/26635989/the-perfect-man-according-to-men-and-women/#page1>>. Acesso em 14 out 2015.

Y-DRESS? Aleksandra Paszkowska. Disponível em: <<http://ydress.com/>>. Acesso em 11 fev 2015.

ZANETTINI, Juliana. **Um olhar sobre o prêt-à-porter no design de moda e o conceito de mimese**. Universidade Anhembi Morumbi. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda_2011/GT02/Comunicacao-Oral/CO_89798Um_olhar_sobre_o_pret-a-porter_no_design_de_moda_e_o_conceito_de_mimese_.pdf>. Acesso em 24 nov 2014.

APÊNDICE A – ENTREVISTA ESTRUTURADA COM ALFAIATE “01”

01 – Há quanto tempo você trabalha na área de alfaiataria?

Resposta: 5 anos.

02 – Quais os tipos de estruturas de peças de vestuário que você desenvolve no seu dia a dia de trabalho?

Resposta: Colete, paletó, calça.

03 – Dentre as peças que você desenvolve, qual delas você encontra maior dificuldade para adaptá-la ao corpo do cliente? Por quê?

Resposta: Paletó. Porque é uma peça mais complexa.

04 – Como você traça o perfil do cliente para confeccionar uma peça de alfaiataria? (Por exemplo: profissão, renda financeira, posição social, etc)

Resposta: Para mim não tem um perfil, basta ter bom gosto.

05 – Em média o seu cliente costuma pagar quanto por:

a) Um *blazer* sob medida: R\$ 680,00

b) Uma calça sob medida: R\$ 340,00

c) Conjunto completo sob medida: R\$ 4.400,00

06 – Em média, qual a faixa etária das pessoas que constituem a sua clientela?

Resposta: Acima dos 30 anos.

07 – Você conhece ou já ouviu falar sobre a técnica *double face* (dupla face)?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta / Caso não tenha desenvolvido peças tipo *double face*, explique a razão)

Resposta: Ainda não fui procurado.

08 – Você já desenvolveu alguma peça com a técnica *double face* para algum cliente?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta)

Resposta: Não.

09 – Qual foi a sua maior dificuldade para fazer uma peça utilizando a técnica *double face*?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta)

Resposta: -.

10 – Você considera que o resultado alcançado quando desenvolveu uma peça com a técnica *double face*, atendeu as necessidades do cliente e o deixou satisfeito?

Resposta: -.

APÊNDICE B – ENTREVISTA ESTRUTURADA COM ALFAIATE “02”

01 – Há quanto tempo você trabalha na área de alfaiataria?

Resposta: 45 anos.

02 – Quais os tipos de estruturas de peças de vestuário que você desenvolve no seu dia a dia de trabalho?

Resposta: Todos os tipos de estruturas.

03 – Dentre as peças que você desenvolve, qual delas você encontra maior dificuldade para adaptá-la ao corpo do cliente? Por quê?

Resposta: *Blazer*. Por ser uma peça pesada já estou de idade e fica complicado para montar.

04 – Como você traça o perfil do cliente para confeccionar uma peça de alfaiataria? (Por exemplo: profissão, renda financeira, posição social, etc)

Resposta: Empresários, advogados, professores, pastores, pertencentes à classe A.

05 – Em média o seu cliente costuma pagar quanto por:

a) Um *blazer* sob medida: R\$ 760,00

b) Uma calça sob medida: R\$ 250,00

c) Conjunto completo sob medida: R\$ 4.000,00 / R\$ 5.000,00

06 – Em média, qual a faixa etária das pessoas que constituem a sua clientela?

Resposta: Acima dos 25 anos.

07 – Você conhece ou já ouviu falar sobre a técnica *double face* (dupla face)?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta / Caso não tenha desenvolvido peças tipo *double face*, explique a razão)

Resposta: Sim.

08 – Você já desenvolveu alguma peça com a técnica *double face* para algum cliente?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta)

Resposta: Sim.

09 – Qual foi a sua maior dificuldade para fazer uma peça utilizando a técnica *double face*?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta)

Resposta: Shorts de alfaiataria. Colocar zíper.

10 – Você considera que o resultado alcançado quando desenvolveu uma peça com a técnica *double face*, atendeu as necessidades do cliente e o deixou satisfeito?

Resposta: Sim. Ficou exatamente como o cliente esperava.

APÊNDICE C – ENTREVISTA ESTRUTURADA COM ALFAIATE “03”

01 – Há quanto tempo você trabalha na área de alfaiataria?

Resposta: 30 anos.

02 – Quais os tipos de estruturas de peças de vestuário que você desenvolve no seu dia a dia de trabalho?

Resposta: Peças modeladas.

03 – Dentre as peças que você desenvolve, qual delas você encontra maior dificuldade para adaptá-la ao corpo do cliente? Por quê?

Resposta: Hoje na alfaiataria a maior dificuldade são as modelagens. Porque existem vários biotipos de corpo.

04 – Como você traça o perfil do cliente para confeccionar uma peça de alfaiataria? (Por exemplo: profissão, renda financeira, posição social, etc)

Resposta: Uma pessoa que gosta de uma roupa bem cortada, que tem bom gosto.

05 – Em média o seu cliente costuma pagar quanto por:

a) Um *blazer* sob medida: R\$ 850,00

b) Uma calça sob medida: R\$ 280,00

c) Conjunto completo sob medida: R\$ 1.350,00

06 – Em média, qual a faixa etária das pessoas que constituem a sua clientela?

Resposta: Entre 30 e 60 anos.

07 – Você conhece ou já ouviu falar sobre a técnica *double face* (dupla face)?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta / Caso não tenha desenvolvido peças tipo *double face*, explique a razão)

Resposta: Sim. Pois o cliente queria usar esta peça no mesmo evento.

08 – Você já desenvolveu alguma peça com a técnica *double face* para algum cliente?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta)

Resposta: Sim. Uma camisa, gravata e uma saia.

09 – Qual foi a sua maior dificuldade para fazer uma peça utilizando a técnica *double face*?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta)

Resposta: Na camisa a grande dificuldade é encaixar a manga. As outras peças são o zíper.

10 – Você considera que o resultado alcançado quando desenvolveu uma peça com a técnica *double face*, atendeu as necessidades do cliente e o deixou satisfeito?

Resposta: Sim. Ficou exatamente como ele imaginava.

APÊNDICE D – ENTREVISTA ESTRUTURADA COM ALFAIATE “04”

01 – Há quanto tempo você trabalha na área de alfaiataria?

Resposta: 6 anos.

02 – Quais os tipos de estruturas de peças de vestuário que você desenvolve no seu dia a dia de trabalho?

Resposta: Estruturas modeladas.

03 – Dentre as peças que você desenvolve, qual delas você encontra maior dificuldade para adaptá-la ao corpo do cliente? Por quê?

Resposta: Paletó. Por ser uma peça mais complicada para se desenvolver.

04 – Como você traça o perfil do cliente para confeccionar uma peça de alfaiataria? (Por exemplo: profissão, renda financeira, posição social, etc)

Resposta: Clientes de classe A, que buscam peças modeladas, com caimento perfeito e um bom acabamento.

05 – Em média o seu cliente costuma pagar quanto por:

a) Um *blazer* sob medida: R\$ 850,00

b) Uma calça sob medida: R\$ 300,00

c) Conjunto completo sob medida: R\$ 4.000,00

06 – Em média, qual a faixa etária das pessoas que constituem a sua clientela?

Resposta: Acima dos 30 anos.

07 – Você conhece ou já ouviu falar sobre a técnica *double face* (dupla face)?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta / Caso não tenha desenvolvido peças tipo *double face*, explique a razão)

Resposta: Sim.

08 – Você já desenvolveu alguma peça com a técnica *double face* para algum cliente?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta)

Resposta: Sim.

09 – Qual foi a sua maior dificuldade para fazer uma peça utilizando a técnica *double face*?

(Caso a resposta seja afirmativa passe para a próxima pergunta)

Resposta: Acabamento da manga.

10 – Você considera que o resultado alcançado quando desenvolveu uma peça com a técnica *double face*, atendeu as necessidades do cliente e o deixou satisfeito?

Resposta: Sim. Ficou muito satisfeito.

APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO APLICADO PARA PÚBLICO ALVO

Idade	Profissão	Renda Média Mensal

01. Você costuma fazer roupas sob medida com alfaiates para eventos sociais?

Sim Não

02. O que leva você a buscar peças de alfaiataria sob medida?

(Pode assinalar mais de uma alternativa)

Atendimento Caimento perfeito Acabamento

Exclusividade nos modelos e tecidos exclusivos Outros: _____

03. Para quais ocasiões você costuma providenciar a confecção de um traje sob medida?

(Pode assinalar mais de uma alternativa)

Casamento Formatura Trabalho

Eventos especiais (Natal, reveillon, festas em família, aniversários, etc)

Eventos religiosos (missas, celebrações, cultos, etc)

Outros: _____

04. Qual o valor médio que você costuma gastar em um terno (conjunto de *blazer*, colete e calça)?

Até R\$ 1.500,00 Entre R\$ 1.500,00 e R\$ 3.000,00

Entre R\$ 3.000,00 e R\$ 5.000,00 Acima de R\$ 5.000,00

05. Você costuma seguir tendências de moda?

Sim Não Não tenho opinião sobre o assunto

06. Que tipo de cores você prefere para trajes sociais?

(Pode assinalar mais de uma alternativa)

Cores neutras (bege, cru, tons pastéis, káki)

Cores tradicionais (azul, preto, marrom, cinza, risca de giz)

Cores modernas (amarelo, vermelho, mostarda, verde, azul turquesa, zibeline)

Cores metalizadas (prateado, dourado, néon)

07. Ao combinar peças complementares, como colete e gravata, você tem preferência por: *(Pode assinalar mais de uma alternativa)*



Motivos gráficos e geométricos



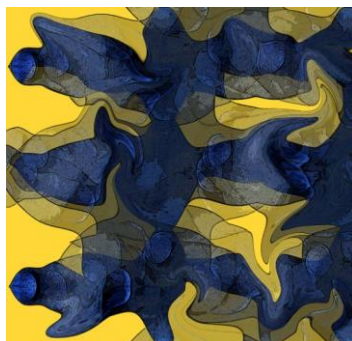
Desenhos em arabescos



Florais estilizados



Animais estilizados



Abstratos



Tribais

Não gosto de combinações

08. Você prefere o conjunto de *costume* (*blazer*, colete e calça) com a linha de modelagem: *(Pode assinalar mais de uma alternativa)*

- Tradicional Reta Ajustada
 Combinação entre as três – tradicional, reta e ajustada
 Não tenho opinião sobre o assunto

09. Você já ouviu falar da técnica *double face* (dupla face)?

- Sim Não Já ouvi algo a respeito, mas não sei explicar o que é

10. Você acha interessante uma marca oferecer peças de vestuário que possam ser utilizadas dos dois lados?

- Sim Não Não tenho opinião sobre o assunto

11. Se uma roupa social feita sob medida pudesse ser utilizada e aproveitada para outras ocasiões, ou seja, usá-la no avesso e no direito, quanto a mais você estaria disposto a pagar por esta peça, em comparação ao preço que você costuma pagar em uma roupa convencional, que não oferece esse diferencial?

- Até 10% Entre 10% e 20% Entre 20% e 35%
 Entre 35% e 50% Acima de 50%

12. Quais as possibilidades de combinação que você costuma fazer com as suas roupas sociais? *(Pode assinalar mais de uma alternativa)*

- Usar com calças *jeans* Usar com roupas de estilo mais casual
 Usar com peças na linha verão como shorts e bermudas
 Outros: _____

Obs.: As imagens são meramente ilustrativas