

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

LETÍCIA ARRUDA DOS SANTOS

**ESTILO *TOMBOY*: A MODA FEMININA
MASCULINIZADA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2015

LETÍCIA ARRUDA DOS SANTOS

**ESTILO *TOMBOY*: A MODA FEMININA
MASCULINIZADA**

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

Orientadora: Lívia Laura Matté.

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 N° 143

Estilo *Tomboy*: a moda feminina masculinizada

por

LETICIA ARRUDA DOS SANTOS

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos dezesseis dias do mês de junho 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. A candidata foi arguida pela banca examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a banca examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) LÍVIA LAURA MATTÉ – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) MARCELO CAPRE DIAS – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) PATRÍCIA BEDIN ALVES PEREIRA – EXAMINADOR(A)

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

RESUMO

SANTOS, Leticia Arruda. **Estilo *tomboy*: a moda feminina masculinizada**. 2015. 147 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Programa de Graduação em Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2015.

O presente trabalho visa atender as necessidades de mulheres que se identificam com um vestuário esteticamente masculino e busca minimizar os estereótipos associados a esta forma de se vestir e a homossexualidade, afinal, a preferência por esse estilo independe da orientação sexual. Para tanto, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, na qual foi estudada moda e identidade, expondo como o corpo é usado para a comunicação interpessoal, e de que maneira a moda coloca-se também como forma de comunicação e representação do indivíduo. Pesquisou-se acerca das questões de gênero, abordando seus conceitos gerais e aplicados à moda, estudou-se também o estilo *tomboy*¹. O processo de absorção de características masculinas pelo vestuário feminino ao longo da história é apresentado no capítulo 2.3. Conclui-se a fundamentação com fatos da moda do século XXI. Usa-se como metodologia a pesquisa documental, e para esse trabalho foi usada especificadamente a análise de imagens a fim de estudar as preferências estéticas do público escolhido, que são mulheres que adotam um estilo masculinizado na hora de vestir-se e adornar-se. Foram selecionadas 88 imagens do site *Tumblr*, e analisadas uma a uma; a partir daí foi elaborada a marca Slick Rain. A coleção primavera/verão 2016 foi baseada na moda e no estilo de vida dos anos de 1990.

Palavras-chave: Masculinidade. Roupas femininas. Estilo *tomboy*.

¹ *Tomboy*: O significado da palavra *Tomboy*, de origem estadunidense, refere-se à menina levada, traquinas, que se interessa por atividades masculinas, ou seja, às meninas que de alguma maneira se distanciam do padrão feminino. (RESENDE, 2004, p. 29)

ABSTRACT

SANTOS, Leticia Arruda. ***Tomboy style: a masculine fashion for woman***. 2015. 147 p. Completion of Course Work in Fashion Design Technology at Parana Federal University of Technology, Apucarana 2015.

The present work aims to attend the necessities of women that identify themselves with clothing masculine aesthetically and also aim to minimize the stereotype associated with this way of dressing and homosexuality, after all, the preference for this style is independent of the sexual orientation. For that was made a bibliographic research which was studied fashion and identity, exposing how the body is used to interpersonal communication and how the fashion is also a way of communication and of representation of the person. Was made researches about gender, talking about general concepts and applied to fashion, was also studied about *tomboy*¹. The process of absorbing of masculine character by the feminine clothing through the history is presented in chapter 2.3. Concludes the fundamentation with facts of XXI century fashion. Used as methodology the documental research, and for this work was used specifically the images analysis, in order to study the aesthetics preferences of the chosen public, that are woman that adopt a masculine style when dressing and adorn themselves. Was selected 88 images from the website Tumblr, and analysed each one individually; after that was elaborated the brand Slick Rain. The collection spring/summer 2016 was based in fashion and life style of the nineties.

Keywords: Masculinity. Woman Clothing. *Tomboy* Style.

¹ Tomboy: The meaning of the word Tomboy, of US origin refers to naughty girls, that have interests in masculine activities, in other words, to girls that in some way are away of the feminine standard. (RESENDE, 2004, p. 29)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplo de calça <i>bloomer</i>	18
Figura 2 – Mulher usando espartilho	19
Figura 3 – Mulheres dos anos de 1910	20
Figura 4 – Comprimento das saias dos anos 20	21
Figura 5 – Cintura baixa e cabelo <i>à la garçonne</i>	22
Figura 6 – Saia longa, cintura marcada e cabelos curtos	23
Figura 7 – Chanel usando calças	23
Figura 8 – Saia-calça	24
Figura 9 – Ombros marcados	25
Figura 10 – <i>New look</i> de Dior	25
Figura 11 – Saias rodadas de Dior	26
Figura 12 – Audrey Hepburn usando calças	26
Figura 13 – Modelo Twiggy	27
Figura 14 – Visual hippie: calças boca-de-sino e cabelos longos	28
Figura 15 – Homens e mulheres punks	29
Figura 16 – Góticas	30
Figura 17 – Grace Jones vestindo ombreiras largas	30
Figura 18 – Estilo <i>grunge</i>	31
Figura 19 – Captura de tela dos resultados da pesquisa da tag <i>street style</i> no site <i>tumblr</i>	34
Figura 20 – Exemplo de cores neutras	35
Figura 21 – Exemplo de peças largas	36
Figura 22 – Exemplo de saia longa e curta	36
Figura 23 – Exemplo de jeans claro	37
Figura 24 – Exemplo de xadrez	38
Figura 25 – Exemplo de listrado	38
Figura 26 – Exemplo de moletom, sarja, linho, tricô e meia malha	39
Figura 27 – Exemplo de recortes, calça rasgada e barra dobrada	39
Figura 28 – Logo	43

Figura 29 – Logo em fundo colorido	44
Figura 30 – Embalagem	45
Figura 31 – <i>Tag</i>	46
Figura 32 – Imagem do público-alvo	47
Figura 33 – Pantalonas	49
Figura 34 – Listras	49
Figura 35 – Jeans	50
Figura 36 – Pólo	50
Figura 37 – Jardineira	51
Figura 38 – <i>Shapes</i>	53
Figura 39 – Painel semântico	55
Figura 40 – Cartela de cores	56
Figura 41 – Cartela de materiais	57
Figura 42 – Geração de alternativas 1	58
Figura 43 – Geração de alternativas 2	59
Figura 44 – Geração de alternativas 3.....	60
Figura 45 – Geração de alternativas 4	61
Figura 46 – Geração de alternativas 5	62
Figura 47 – Geração de alternativas 6	63
Figura 48 – Geração de alternativas 7	64
Figura 49 – Geração de alternativas 8	65
Figura 50 – Geração de alternativas 9	66
Figura 51 – Geração de alternativas 10	67
Figura 52 – Geração de alternativas 11	68
Figura 53 – Geração de alternativas 12	69
Figura 54 – Geração de alternativas 13	70
Figura 55 – Seleção de alternativas 1	71
Figura 56 – Seleção de alternativas 2	72
Figura 57 – Seleção de alternativas 3	73
Figura 58 – Seleção de alternativas 4	74
Figura 59 – Seleção de alternativas 5	75
Figura 60 – Seleção de alternativas 6	76

Figura 61 – <i>Look</i> escolhido 1	77
Figura 62 – <i>Look</i> escolhido 2	78
Figura 63 – <i>Look</i> escolhido 3	79
Figura 64 – <i>Look</i> escolhido 4	80
Figura 65 – <i>Look</i> escolhido 5	81
Figura 66 – <i>Look</i> escolhido 6	82
Figura 67 – Ficha técnica 1 parte 1	83
Figura 68 – Ficha técnica 1 parte 2	84
Figura 69 – Ficha técnica 1 parte 3	85
Figura 70 – Ficha técnica 2 parte 1	86
Figura 71 – Ficha técnica 2 parte 2	87
Figura 72 – Ficha técnica 2 parte 3	88
Figura 73 – Ficha técnica 3 parte 1	89
Figura 74 – Ficha técnica 3 parte 2	90
Figura 75 – Ficha técnica 3 parte 3	91
Figura 76 – Ficha técnica 4 parte 1	92
Figura 77 – Ficha técnica 4 parte 2	93
Figura 78 – Ficha técnica 4 parte 3	93
Figura 79 – Ficha técnica 5 parte 1	94
Figura 80 – Ficha técnica 5 parte 2	95
Figura 81 – Ficha técnica 5 parte 3	95
Figura 82 – Ficha técnica 6 parte 1	96
Figura 83 – Ficha técnica 6 parte 2	97
Figura 84 – Ficha técnica 6 parte 3	97
Figura 85 – Ficha técnica 7 parte 1	98
Figura 86 – Ficha técnica 7 parte 2	99
Figura 87 – Ficha técnica 7 parte 3	99
Figura 88 – Ficha técnica 8 parte 1	100
Figura 89 – Ficha técnica 8 parte 2	101
Figura 90 – Ficha técnica 8 parte 3	102

Figura 91 – Ficha técnica 9 parte 1	103
Figura 92 – Ficha técnica 9 parte 2	104
Figura 93 – Ficha técnica 9 parte 3	105
Figura 94 – Ficha técnica 10 parte 1	106
Figura 95 – Ficha técnica 10 parte 2	107
Figura 96 – Ficha técnica 10 parte 3	108
Figura 97 – Prancha 1	109
Figura 98 – Prancha 2	109
Figura 99 – Prancha 3	110
Figura 100 – Prancha 4	110
Figura 101 – Prancha 5	111
Figura 102 – Prancha 6	111
Figura 103 – <i>Look</i> confeccionado 1	112
Figura 104 – <i>Look</i> confeccionado 2	113
Figura 105 – <i>Look</i> confeccionado 3	114
Figura 106 – <i>Look</i> confeccionado 4	115
Figura 107 – <i>Look</i> confeccionado 5	116
Figura 108 – <i>Look</i> confeccionado 6	117
Figura 109 – Site	118
Figura 110 – Catálogo 1	119
Figura 111 – Catálogo 2	119
Figura 112 – Catálogo 3	120
Figura 113 – Catálogo 4	120
Figura 114 – Catálogo 5	121
Figura 115 – Catálogo 6	121
Figura 116 – Catálogo 7	122
Figura 117 – Catálogo 8	122
Figura 118 – Ordem do desfile	123
Figura 119 – Pesquisa de imagem 1	131
Figura 120 – Pesquisa de imagem 2	131

Figura 121 – Pesquisa de imagem 3	131
Figura 122 – Pesquisa de imagem 4	131
Figura 123 – Pesquisa de imagem 5	132
Figura 124 – Pesquisa de imagem 6	132
Figura 125 – Pesquisa de imagem 7	132
Figura 126 – Pesquisa de imagem 8	132
Figura 127 – Pesquisa de imagem 9	133
Figura 128 – Pesquisa de imagem 10	133
Figura 129 – Pesquisa de imagem 11	133
Figura 130 – Pesquisa de imagem 12	133
Figura 131 – Pesquisa de imagem 13	134
Figura 132 – Pesquisa de imagem 14	134
Figura 133 – Pesquisa de imagem 15	134
Figura 134 – Pesquisa de imagem 16	134
Figura 135 – Pesquisa de imagem 17	135
Figura 136 – Pesquisa de imagem 18	135
Figura 137 – Pesquisa de imagem 19	135
Figura 138 – Pesquisa de imagem 20	135
Figura 139 – Pesquisa de imagem 21	136
Figura 140 – Pesquisa de imagem 22	136
Figura 141 – Pesquisa de imagem 23	136
Figura 142 – Pesquisa de imagem 24	136
Figura 143 – Pesquisa de imagem 25	137
Figura 144 – Pesquisa de imagem 26	137
Figura 145 – Pesquisa de imagem 27	137
Figura 146 – Pesquisa de imagem 28	137
Figura 147 – Pesquisa de imagem 29	138
Figura 148 – Pesquisa de imagem 30	138
Figura 149 – Pesquisa de imagem 31	138
Figura 150 – Pesquisa de imagem 32	138

Figura 151 – Pesquisa de imagem 33	139
Figura 152 – Pesquisa de imagem 34	139
Figura 153 – Pesquisa de imagem 35	139
Figura 154 – Pesquisa de imagem 36	139
Figura 155 – Pesquisa de imagem 37	140
Figura 156 – Pesquisa de imagem 38	140
Figura 157 – Pesquisa de imagem 39	140
Figura 158 – Pesquisa de imagem 40	140
Figura 159 – Pesquisa de imagem 41	141
Figura 160 – Pesquisa de imagem 42	141
Figura 161 – Pesquisa de imagem 43	141
Figura 162 – Pesquisa de imagem 44	141
Figura 163 – Pesquisa de imagem 45	142
Figura 164 – Pesquisa de imagem 46	142
Figura 165 – Pesquisa de imagem 47	142
Figura 166 – Pesquisa de imagem 48	142
Figura 167 – Pesquisa de imagem 49	143
Figura 168 – Pesquisa de imagem 50	143
Figura 169 – Pesquisa de imagem 51	143
Figura 170 – Pesquisa de imagem 52	143
Figura 171 – Pesquisa de imagem 53	144
Figura 172 – Pesquisa de imagem 54	144
Figura 173 – Pesquisa de imagem 55	144
Figura 174 – Pesquisa de imagem 56	144
Figura 175 – Pesquisa de imagem 57	145
Figura 176 – Pesquisa de imagem 58	145
Figura 177 – Pesquisa de imagem 59	145
Figura 178 – Pesquisa de imagem 60	145
Figura 179 – Pesquisa de imagem 61	146
Figura 180 – Pesquisa de imagem 62	146

Figura 181 – Pesquisa de imagem 63	146
Figura 182 – Pesquisa de imagem 64	146
Figura 183 – Pesquisa de imagem 65	147
Figura 184 – Pesquisa de imagem 66	147

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Mix de coleção – TOPS	54
Tabela 2 – Mix de coleção – BOTOMS	54
Tabela 3 – Mix de coleção – VESTIDOS	54

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 PROBLEMÁTICA	12
1.2 OBJETIVO GERAL	12
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.4 JUSTIFICATIVA	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 MODA E IDENTIDADE	14
2.1.1 A colaboração do corpo e da moda na linguagem visual	14
2.2 FEMININO X MASCULINO	16
2.3 MASCULINIZAÇÃO DO VESTUÁRIO FEMININO: A MODA NO SÉCULO XX.....	18
2.3.1 1900 a 1909	19
2.3.2 Década de 1910	19
2.3.3 Década de 1920	20
2.3.4 Década de 1930	22
2.3.5 Década de 1940	24
2.3.6 Década de 1950	25
2.3.7 Década de 1960	26
2.3.8 Década de 1970	28
2.3.9 Década de 1980	29
2.3.10 Década de 1990	31
2.4 A MODA E O SÉCULO XXI	32
3 METODOLOGIA	33
4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS	35
5 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	41
5.1 EMPRESA	41
5.2 PÚBLICO ALVO	47
5.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS	48
6 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	52
6.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL	52

6.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO	52
6.3 PAINEL SEMÂNTICO	55
6.4 CARTELA DE CORES	56
6.5 CARTELA DE MATERIAIS	57
6.6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	58
6.7 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS	77
6.8 FICHAS TÉCNICAS	83
6.9 PRANCHAS	108
6.10 LOOKS CONFECCIONADOS	111
6.11 DOSSIÊ ELETRÔNICO	117
6.11.1 Site	117
6.11.2 Catálogo	118
6.12 DESFILE	122
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	124
REFERÊNCIAS.....	125
ANEXO A – PESQUISA DE IMAGENS	130

1 INTRODUÇÃO

A roupa é parte da identidade do indivíduo e por ela são expressos sentimentos, gostos e interesses. A moda faz parte da comunicação do ser com o meio, assim, as pessoas usam-na como forma de identidade pessoal e inserção social, buscando pertencer a um determinado grupo, os quais são formados por semelhança de gostos, sendo a maneira de se vestir um deles.

Levando isso em consideração, existem mulheres que se interessam mais pelas roupas masculinas que pelas femininas, porém, têm algumas dificuldades em comprar roupas direto no setor masculino, essas podem ser tanto ergonômicas pelo fato de a modelagem ser específica para corpos masculinos, quanto social/psicológico, por muitas vezes essas mulheres, homossexuais ou não, se sentirem desconfortáveis realizando essa ação.

Na moda feminina no século XX houve momentos em que a feminilidade era o fator ressaltado, assim como momentos de destaque para a masculinidade na roupa da mulher. Elas variaram entre o feminino e o andrógino por muito tempo, e atualmente, percebe-se que a moda é frequentemente inspirada no que aconteceu em tempos mais remotos, portanto, conclui-se que a moda feminina está mais livre para seguir várias referências distintas do passado.

Assim, é importante que sejam estudados os gostos gerais e específicos do público para que sejam criados produtos de moda dedicados a essas mulheres, com o intuito de fazê-las sentirem-se seguras e confortáveis com o modo que se vestem.

1.1 PROBLEMÁTICA

Como propor produtos que insiram a estética do vestuário masculino na moda feminina?

1.2 OBJETIVO GERAL

Criar uma marca que produza roupas com visual masculino para mulheres, e que, apesar disso, sejam planejadas especificamente para o corpo

feminino.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fazer uma análise imagética para estudar gostos e preferências do público-alvo a fim de aplicá-los corretamente na marca;
- Atender as necessidades do público-alvo eliminando as dificuldades na hora da compra, sendo assim:
- Produzir peças que sirvam em meninas dos mais variados *shapes*, e que uma única peça sirva em, pelo menos, dois corpos diferentes.
- Priorizar o conforto nas peças.

1.4 JUSTIFICATIVA

A marca atende as mulheres que preferem roupas menos femininas e que se adaptem ao seu corpo, afinal, comprar na sessão masculina nem sempre é o mais viável. Roupas masculinas são modeladas para corpos masculinos, e dificilmente tem bom caimento para uma mulher.

Leva-se também em consideração que essa preferência do público é um gosto pessoal e nem sempre isso está ligado à sexualidade. Tendo em vista que esse público muitas vezes sofre certos preconceitos, principalmente se compra roupas dedicadas inicialmente aos homens, uma marca que vise seus gostos pessoais, e que ainda assim seja dedicada à mulheres, faz com que ele se sinta mais feliz e seguro para seguir o estilo que se identifica.

O mercado não conta com muitas marcas para esse público, principalmente nacionais, trazendo, assim, vantagens para os consumidores, já que, além de haver uma identificação destes com a marca, realizarão compras online, que considera-se uma forma simplificada de adquirir produtos, e não passarão por situações desagradáveis em relação a envio de mercadorias importadas, por exemplo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 MODA E IDENTIDADE

2.1.1 A colaboração do corpo e da moda na linguagem visual

Os seres humanos se expressam pela linguagem visual através do corpo, os fatores externos incorporam novos sentidos a ele, com isso, surge a necessidade de manifestar-se para o meio. Considera-se que expressar-se é imprescindível para a comunicação interpessoal.

A pele é o limite do que é chamado corpo biológico porque reveste a estrutura humana. Os “corpos” pouco são diferenciados, porém, a roupa como linguagem, veste o corpo como uma segunda pele, fornecendo certa individualidade a cada ser (CASTILHO, 2004).

Levando em consideração que a moda é um meio de comunicação, as roupas nada mais são do que códigos dos gostos do indivíduo. Os pensamentos são materializados no corpo e nas roupas e são por eles que as pessoas se expressam e geram novos significados.

Os produtos de moda, em conjunto, servem para cobrir o corpo como forma de proteção e também para embelezar e ornamentar, fazendo com que cada indivíduo passe a imagem que desejar, uma mensagem via aquilo que está usando a fim de comunicar-se com o meio e marcar-se na sociedade.

Considerado suporte da moda, o corpo sofre alterações constantes e considera-se que essas alterações ocorrem pela necessidade do ser em se mostrar presente no meio em que vive, pela necessidade de manifestar-se, a procura não é apenas em reinventar a moda, e sim reinventar o próprio corpo, enchendo-o constantemente de novos significados. (CASTILHO, 2004)

A partir do momento que uma roupa é vestida, ela deixa de ser apenas um objeto que serve para cobrir o corpo para ser algo que apropria-se dele e agrega um valor simbólico de linguagem. Incorpora-se a ela novos sentidos, sendo assim, vinculada uma relação entre o corpo e a vestimenta (CASTILHO, 2004).

Ao longo do tempo, o ornamento serviu de elemento narrativo da história da humanidade, o ser humano atribuiu valores àquilo que usava, isso passou a ter significado, uma espécie de comunicação. Desde tempos remotos o ser humano orna-se com diferentes intenções, mas sempre como forma de relacionar-se. (BRAGA, 2006)

A moda representa a pessoa de forma explícita: sua posição social, econômica e cultural, seu caráter psicológico ou a maneira de expressar como estava seu humor na hora em que foi se vestir.

Redimensionada em sua forma, estrutura e modos de divulgação, a moda tem passagem livre por todas as classes sociais e assume diferentes maneiras de ser manifestada, legitimada, lida, entendida, usada e articulada. Mantém, no entanto, em todas as suas maneiras ou formas diferenciadas de manifestação, um traço específico que não se altera: o da diferenciação e distinção do sujeito e da construção de sua identidade (CASTILHO; MARTINS, 2005, p. 19-20).

Os movimentos de estilo são grupos distintos de pessoas que usam a aparência como modo de expressão e existência, grupos de pessoas que partilham da mesma conduta, nada mais que, pessoas agrupadas que se assemelham e se identificam esteticamente umas com as outras. Esses grupos conseguem, mesmo que inicialmente imperceptível pra alguns, garantir sua liberdade de expressão e ainda eficácia na comunicação através do estilo (BOLLON apud CIDREIRA, 2005).

Membros de um mesmo grupo se identificam uns com os outros devido a algumas semelhanças, e se diferenciam dos outros grupos pelos traços os quais não são semelhantes. A construção da identidade do ser baseia-se no parecer, ao se assemelhar-se com aquilo ou com quem se identifica, passa uma mensagem específica, sua vontade de parecer é embasada também no desejo de significar sua presença no mundo, tanto na individualidade quanto na coletividade.

Quando o sujeito se parece com a massa, ele é julgado positivamente, é julgado como “dentro do sistema”, e estabelece uma identidade com o grupo, se ao contrário disso, ele não se parece, ele pode ser julgado negativamente porque não

segue o que foi estabelecido pelo grupo. Com isso, observa-se um novo jeito de ser a moda, porque ela varia com o tempo, ela pode apreender o que antes era julgado como “negativo” e incorporar no seu sistema. (CASTILHO, 2004)

2.2 FEMININO X MASCULINO

A linguagem visual é papel essencial para reconhecer com facilidade as etnias, as épocas e os grupos. O corpo é um meio de comunicação interpessoal e a imagem produzida por ele é sempre analisada pelas outras pessoas e por si. O modo como as pessoas se vestem faz parte de suas identidades, a moda é uma maneira de expressar os gostos e os sentimentos de cada um, a fim de relacionarem-se.

A sexualidade é entendida de maneira diferente por cada um, dependendo de seus valores, crenças e entendimento sobre o assunto (CASTILHO; MARTINS, 2005). Ela divide a população em: “masculino e feminino” e distingue papéis culturais, sociais e valorizações estéticas. “(...) A masculinidade consiste num conjunto de características apropriadas, e feminilidade consiste num conjunto diferente (...)” (BARNARD, 2003, p. 168).

As pessoas criam obstáculos para tentarem entender quais atitudes femininas e/ou masculinas são provenientes de sua cultura ou quais já nascem com o ser. O comportamento real das pessoas não pode ser analisado em duas categorias separadas e distintas (BARNARD, 2003).

Segundo Grossi (1998, p. 4) “(...) não existe uma determinação natural dos comportamentos de homens e de mulheres, apesar das inúmeras regras sociais calcadas numa suposta determinação biológica diferencial dos sexos (...)”.

As barreiras que são colocadas no vestuário como algo que diferencia gêneros traduzem as diferentes sociedades, que por meio da concepção do masculino e do feminino, criam uma ordem social e uma visão particular do mundo. Concluindo, as roupas impõem uma postura social, ao mesmo tempo que reflete os padrões de uma sociedade (CASTILHO, 2004).

Levando em consideração que a sociedade analisa os gêneros pelas roupas, conclui-se que as distinções podem ser feitas pelo uso ou não de alguma

coisa específica na vestimenta, é possível expressar a oposição dos sexos visualmente, no caso, através da moda. As roupas são, em sua maior parte, diferentes para homens e mulheres. Quando são usados trajes que são previstos ou padrões para um dos sexos, o indivíduo se encaixa no ambiente social (CASTILHO, 2004).

Retomando o conceito de movimentos de estilo e fazendo ponte com a diferenciação dos gêneros pela vestimenta, pode-se abordar um grupo denominado “*tomboy*”, o termo, é “usado para denotar mulheres que exercem atividades tradicionalmente relacionadas aos homens, inclusive se referindo também à aparência física marcadamente masculina em uma mulher”. (NASCIMENTO apud. GONÇALVES, 2012, p. 1)

Para o site Cine Garimpo (2012), *tomboy* é o termo para meninas que se comportam e se vestem como meninos, preferem a companhia de meninos, e optam pelas brincadeiras e jogos masculinos. É como se desejasse ser menino, faz com que a criança não se identifique com outras do mesmo gênero, o que pode causar dificuldade de aceitação, sociabilidade e problemas futuros de autoestima.

Portanto, entende-se que uma menina é considerada *tomboy* quando ela nasce predisposta a se interessar por gostos e hábitos considerados socialmente masculinos, lembrando que ela não é *tomboy* por escolha, esse “subgênero” é inerente ao ser.

Apesar de ser uma situação que muitas vezes causa desconforto e dificuldades, o estilo das meninas *tomboy* é admirado e adotado por outras meninas que não são, e é nisso que baseia-se o presente trabalho.

A moda do século XX foi marcada pela independência feminina por consequência de fatores externos como as guerras, e com isso, com o passar das décadas, notou-se variações entre o visual feminino já usual de épocas passadas e o visual andrógino, que surgia com muita força em determinadas ocasiões. As décadas foram marcadas pela “adoção cada vez mais ampla, pelas mulheres, desde os anos 1960, de trajes de tipo masculino (calça, jeans, blusão, *smoking*, gravata, botas.)” (LIPOVETSKY, 2009, p. 150)

2.3 MASCULINIZAÇÃO DO VESTUÁRIO FEMININO: MODA NO SÉCULO XX

A vestimenta para homens e para mulheres tinha sido pouco distinta entre si em decorrência do advento da alfaiataria em 1340, e continuou assim até o fim do século XVIII, porém, nesta época homens e mulheres usavam roupas extremamente adornadas. Contudo, por volta do fim do século XIX, a adoção de roupas simples para os homens, estabeleceu uma identidade visual distinta para os gêneros (BARNARD, 2003).

A moda feminina já havia passado por algumas fases de masculinização antes do século XX, como por exemplo o uso de calça pela mulher na segunda metade do século XIX. O *Bloomer Costume* (figura 1) era uma saia até abaixo do joelho usado sobre calças. As pessoas da época viam a aceitação do *bloomer* como aceitação dos direitos da mulher, as relações de gênero estavam sendo contestadas. Usar roupas inicialmente masculinas é uma forma de reversão, com o objetivo das mulheres demonstrarem que estavam quebrando códigos dominados pelos homens quando se diz respeito à moda e indumentária. (BARNARD, 2003)



Figura 1 – Exemplo de calça *bloomer*

Fonte: Pedalinas

2.3.1 1900 a 1909

Esta época recebeu o nome de *Belle Époque*, os vestidos dessa época acentuavam o busto e o quadril graças ao espartilho, que empurrou-os pra frente e para trás respectivamente, resultando em uma silhueta S. As mangas bufantes dos vestidos foram substituídas pelas mangas estreitas e compridas até a metade da mão. As características da vestimenta eram contrastantes em relação ao período seguinte.



Figura 2 – Mulher usando espartilho

Fonte: Opera brasileira stresser

2.3.2 Década de 1910

Na década de 1910, durante os anos de 1914 a 1918 houve a Primeira Guerra Mundial, em decorrência dela, os homens saíram do campo de trabalho para o campo de batalha e com isso a mulher passou a ocupar os mais diferentes cargos que antes eram preenchidos somente por homens. Esse ocorrido foi considerado o começo da emancipação feminina, que aconteceu primeiro por necessidade e depois por hábito (BRAGA, 2009). A emancipação citada, trouxe com ela a tendência de igualdade entre os gêneros e também a independência econômica da mulher.

A vida independente parecia de fato irreversível. Começou a surgir um certo

estilo andrógino, o que parecia estar bem de acordo com os tempos, uma vez que a mulher havia se emancipado. O aspecto tubular das saias, que predominou na década de 1920, surgiu ainda cronologicamente na década de 1910, quando apareceram as famosas saias tipo *barril*, introduzidas na moda em 1919. A mulher já estava adquirindo o hábito de cortar os cabelos, fumar em público e, até mesmo, conduzir automóveis (BRAGA, 2009, p. 71-72).

No quesito vestimenta, houveram modificações radicais, as quais delineavam uma silhueta mais reta e buscavam mais funcionalidade nas peças.

O uso do espartilho ficou de lado, já que o mesmo lhes apertavam em suas formas rígidas, atrapalhando a movimentação necessária para os trabalhos a serem executados. Além da queda dos espartilhos, ganhou-se saias mais curtas.



Figura 3 – Mulheres dos anos de 1910

Fonte: Femininu

2.3.3 Década de 1920

Os anos 1920 foram considerados anos revolucionários e de inovação, sendo chamados de “anos loucos”. A funcionalidade continuou fazendo parte da moda e as bainhas dos vestidos continuaram subindo, sendo que as pernas foram mostradas com um comprimento logo abaixo do joelho. (BRAGA, 2009)



Figura 4 – Comprimento das saias dos anos 20

Fonte: Teoria criativa

A adesão do aspecto tubular das roupas, fossem justas ou mais amplas; a cintura deslocada para a altura do quadril (a chamada “cintura baixa” ou “baixo quadril”); as mangas, quando compridas, criando dois outros tubos; os achatadores de seios (para não evidenciar seus volumes) e as cintas que exprimiam anulando o volume dos quadris deixaram a mulher dos anos 1920 absolutamente andrógina (BRAGA, 2009, p. 73).

O aspecto de androginia foi marcante assim como o desaparecimento de diferenciação social por meio da vestimenta, que foi causado pela necessidade de funcionalismo nas roupas, sendo assim, tornaram-se visualmente uniformes, dificultando determinar a posição social de cada mulher. Os cabelos eram curtos e eram chamados de “à *la garçonne*”, ou seja “à maneira dos meninos”, a mulher dessa década ficou com aspecto de menino, diferenciando-se de um principalmente pelo uso de maquilagem, como observa-se na figura 5. A década despertou o gosto feminino por roupas que antes faziam parte apenas do guarda-roupa masculino, como camisas, gravatas e *blazers* (BRAGA, 2009). “A aparência andrógina era o novo ideal.” (NERY, 2003, p. 210-211).



Figura 5 – Cintura baixa e cabelo à *la garçonne*

Fonte: Teoria criativa

2.3.4 Década de 1930

A década de 1930 ainda não havia se recuperado completamente economicamente devido a crise de 1929, porém, paradoxalmente à crise, a moda era rica e sofisticada. (BRAGA, 2009)

O início dessa década negou todo o estereótipo andrógino na década anterior e focou sua moda nos padrões de feminilidade. Os vestidos voltaram a ser mais compridos, sendo para o dia mais curtos e para a noite longos, a cintura volta para o lugar e a ser marcada, porém sem exagero como na época dos espartilhos, sendo somente acentuada. Os cabelos continuaram sendo curtos, porém também não tão curtos como antes. (BRAGA, 2009)



Figura 6 – Saia longa, cintura marcada e cabelos curtos

Fonte: Femininu

A cintura pouco acentuada, os recortes assimétricos e tecidos cortados enviesados davam uma linha alongada aos corpos. Os acessórios eram normalmente mais coloridos, já que a indumentária era em geral bastante sóbria.

Apesar de a androginia ter sido negada pela maioria das mulheres, algumas não deixaram de lado o conforto das calças, como pode ser observado na figura 7, com Coco Chanel usando calças:



Figura 7 – Chanel usando calças

Fonte: My best wish

2.3.5 Década de 1940

A Segunda Guerra Mundial se iniciou em 1939 e durou até 1945, desde a metade da década de 1930, a moda feminina voltou a se masculinizar, devido à influência dos uniformes dos soldados da guerra. Era comum usarem duas peças, saias justas e casacos, tanto para o dia quanto para a noite. Os sapatos também adquiriram os aspectos masculinizados da moda em geral. (BRAGA, 2009)

Também foram usadas pelas mulheres: a saia-calça, devido a sua praticidade (Figura 8); os ombros marcados, graças à influência do guarda-roupa masculino, especialmente pelos paletós e as vestimentas masculinas próprias da guerra e os lenços nas cabeças das mulheres que trabalhavam nas fábricas, que acabou virando símbolo da época.



Figura 8 – Saia-calça

Fonte: Fashion bubbles



Figura 9 – Ombros marcados

Fonte: Sem espartilhos

Em 1947, Christian Dior inventou o *New look*, nas saias eram usados de 15 a 50 metros de tecido, para incentivar a indústria têxtil. Depois de tantos anos usando calças, trabalhando duro e substituindo os homens nas fábricas, as mulheres queriam voltar a ficar femininas (NERY, 2003).



Figura 10 – *New look* de Dior

Fonte: The dream stress

2.3.6 Década de 1950

Os anos de 1950 resgataram a feminilidade que foi perdida com a

Segunda Guerra Mundial (1939 -1945) e foram tomados pelo *New look* de Dior que deu início no fim dos anos 40, o qual era caracterizado pela cintura marcada com as saias rodadas, as linhas A, H e Y foram muito exploradas. A moda era sofisticada e luxuosa, além do destaque para a alta-costura. (BRAGA, 2009)



Figura 11 – Saias rodadas de Dior

Fonte: Moda por Laura B

Apesar da volta do toque feminino, as mulheres não abriram mão de fatores conquistados com a guerra, como usar calças, por exemplo.



Figura 12 – Audrey Hepburn usando calças

Fonte: Morumbi shopping

2.3.7 Década de 1960

A década foi marcada pela jovialidade, os adolescentes dessa década

eram os bebês que nasceram no final da Segunda Guerra. Foi marcada também pelas suas extravagâncias no quesito moda.

De maneira geral a moda feminina tinha característica ingênua, muito bem representada pela modelo Twiggy:



Figura 13 – Modelo Twiggy

Fonte: Taringa

Novamente, era difícil diferenciar as classes sociais pelas roupas. Os *hippies* se expressavam por meio de suas roupas despreocupadas, desleixadas e trabalhadas com detalhes artesanais. As saias longas eram usadas pelas mulheres e as calças “boca-de-sino” eram usadas por ambos os sexos, assim como os cabelos longos e despenteados. (BRAGA, 2009)



Figura 14 – Visual hippie: calças boca-de-sino e cabelos longos
Fonte: Costumei

A partir da segunda metade dos anos de 1960 foi propagada uma moda considerada unissex, ou seja, quando as roupas podiam ser usadas por ambos os sexos, isso tinha como objetivo passar a ideia de uma sociedade mais coletiva e comunitária, uma uniformização da moda.

O fim dos anos de 1960 ficou conhecido pelo começo da moda hippie, mascarada pelo festival de Woodstock que ocorreu em agosto de 1969 e reuniu milhares de jovens que estavam lá para celebrar e assistir aos shows de diversas bandas.

2.3.8 Década de 1970

A moda *hippie* iniciada na segunda metade dos anos de 1960 continuou em destaque nos anos de 1970.

Além dos *hippies*, surgiu o estilo “*New Romantic*”, que em português traduz-se “novo romântico”, que baseava-se em roupas com visuais meigos, saias volumosas, estampas florais e acabamentos em renda, tudo com um ar muito romântico. (BRAGA, 2009)

Em contraposição com o estilo *New Romantic*, ainda haviam mulheres que queriam mostrar-se independentes e trabalhadoras para a sociedade, e não deixaram de lado os ternos ou os casacos em combinação com saias, que

caracterizam a masculinização do visual feminino.

Em meados dos anos 70 surgiu um grupo de jovens com o lema “*No Future*” (nenhum futuro), tinham como objetivo agredir a sociedade visualmente, foram chamados de “*punks*”. Usavam muitas roupas pretas, rasgadas e de couro, e abusavam dos detalhes em materiais metalizados. (BRAGA, 2009)

Figura 15 – Homens e mulheres punks

Fonte: Gallery hip

A moda dos anos de 1970 foi muito variada, houveram várias opções de estilo. As saias variavam no comprimento, os cabelos podiam ser penteados ou intencionalmente despenteados, e a ordem era a jovialidade na moda. (BRAGA, 2009)

2.3.9 Década de 1980

Os anos de 1980 foram marcados pela abundância de influências contrastantes, na qual os opostos conviviam em conformidade. (BRAGA, 2009)

Os opostos citados acima estão presentes no campo da moda, onde foram misturadas peças justas com amplas, cores sóbrias com cores vivas, o simples com o exagerado.

Cada tribo era fiel ao seu estilo e não havia junção entre uma e outra. Os punks continuaram à tona e em função deles surgiram os góticos (ou darks).



Figura 16 – Góticas

Fonte: Blackman (2012, p.289)

Os japoneses trouxeram a característica zen para a moda, que foi denominada de minimalismo. A frase de efeito desse acontecido era “*Less is More*” (menos é mais). Acreditavam que era possível fazer muito com pouco, com menos cortes, menos cores, etc. A aparência andrógina foi muito vista nessa tendência. (BRAGA, 2009)

A diferença da moda masculina e da feminina já não era mais tão grande, todas as tribos eram formadas por homens e mulheres. Isso pode ser considerado reflexo da emancipação feminina que começou a ser conquistada décadas atrás. Fez-se muito uso de ombreiras.



Figura 17 – Grace Jones vestindo ombreiras largas

Fonte: Tumblr

Peças com formas consideradas masculinas, como *blazers*, foram usados por cima de *looks* compostos de duas peças, calças e camisas e pulôveres. Observou-se que roupas consideradas femininas, como o vestido, eram exibidas em cortes retos. (NERY, 2003)

2.3.10 Década de 1990

O fato histórico marcante da época foi a queda do muro de Berlim, que teve influência direta na moda. A liberdade para se expressar como quisessem estava em alta nessa década, as tribos urbanas, vindas da década anterior, também continuaram forte nos anos de 1990 (BRAGA, 2009).

A moda *grunge*, surgiu nesta época e foi marcada por mostrar um visual descontraído com roupas sobrepostas, *oversized* e com muito uso de camisas xadrez, especialmente amarradas na cintura (BRAGA, 2009).



Figura 18– Estilo *grunge*

Fonte: Blackman (2012, p. 299)

Além do *grunge*, apareceram também os *clubbers*, *drag queens*, *cybers*, *ravers*, etc. Porém, toda aquela fidelidade ao estilo, ao grupo ou à tribo que existia antes ficou para trás e em 1990 todas elas se misturavam e se influenciavam.

(...) a moda dos anos de 1990 adquiriu o caráter de mistura, e foi uma verdadeira esponja que absorveu diversas referências vindas das mais distintas realidades, e todas juntas formaram uma nova proposta. Foi uma espécie de liquidificador de aspectos visuais; e a liberdade de vestir passou a ser muito grande. (BRAGA, 2009, p.101)

Outra característica vinda dos anos 80 foi a de contradição na moda, "(...) uma época de antagonismos convivendo no mesmo visual: oriental x ocidental; masculino x feminino; sintético x natural; exótico x belo; caro x barato; produtos sofisticados x produtos de camelô etc." (BRAGA, 2009, p. 103)

Após a análise da moda feminina durante o século XX, conclui-se que a roupa, como composição da indumentária, é composta de significados que descrevem a evolução das sociedades, observa-se as mudanças dos papéis sociais e das vidas dos indivíduos, percebe-se também a importância da ornamentação do corpo para com a sociedade (BRANDINI, 2009)

2.4 A MODA E O SÉCULO XXI

Durante o século XIX e XX, observou-se que, em muitos casos, a ambição era "encarnar" a elegância e o luxo. Era comum valorizar a feminilidade, principalmente no século XIX.

Nota-se que, durante algumas décadas do século XX há um certo valor unissex na moda devido aos acontecimentos da época.

Atualmente, a moda "já não se identifica ao luxo das aparências e da superfluidade, mas à tripla operação que a define propriamente (o efêmero, a sedução e a diferenciação individual)." (LIPOVETSKY, 2009, p.31)

No século atual, nota-se que nada mais é proibido, todos os estilos são válidos e eles se expandem dispersamente. Há uma ausência de regras "Já não há moda, há modas." (LIPOVETSKY, 2009, p. 144)

É observado que a partir do final do século XX até o momento atual, a palavra-chave é a liberdade, as pessoas estão livres para usarem o que quiserem e misturarem estilos, cores, formas, comprimentos. Não há mais unidade ao vestir-se.

3 METODOLOGIA

A metodologia escolhida é qualitativa, pois a subjetividade da pesquisa não pode ser traduzida em números, não requer análise de dados estatísticos. A análise é feita por meio de observação de dados e o processo em si é o foco principal do trabalho (SILVA; MENEZES, 2005).

É considerada também bibliográfica, pois foram consultados e estudados materiais já publicados, como livros e artigos, para a elaboração da fundamentação teórica. Seguindo o contexto da metodologia qualitativa, a pesquisa tem caráter documental, pois foi feita a análise de documentos contemporâneos.

(...) Pesquisa documental (ou de fonte primária) (...) Engloba todos os materiais, (...), escritos ou não, que podem servir como fonte de informação para a pesquisa científica. (...) Incluem-se aqui como fontes não escritas: fotografias, gravações, imprensa falada (televisão e rádio), desenhos, pinturas, canções, indumentárias, objetos de arte, folclore, etc. (MARCONI; LAKATOS, 2006, p. 43).

A metodologia utilizada nesse trabalho pode ser também considerada descritiva, porque visa descrever as características de uma determinada população, que no caso são mulheres que gostam de se vestir com peças inicialmente consideradas masculinas, e envolve técnicas padronizadas de coletas de dados.

Para essa coleta foi usado o site *Tumblr*, que funciona como uma rede social de blogs, é gratuito e qualquer pessoa pode se cadastrar e criar sua própria página com o conteúdo de sua preferência. Essa rede é muito usada para buscar inspirações variadas, inclusive sobre moda; pensando nisso, considera-se que o público escolhido é usuário do site para esse fim, por isso ele foi selecionado como ferramenta de pesquisa.

Foi pesquisada a *tag* “*street style*”, a partir dos resultados foram selecionados quatro dos blogs encontrados, os quais são direcionados ao público *tomboy* e ao *street wear*. São eles: *streetstyle*, *the-streetstyle*, *rosy-wood* e *what-id-wear*. A coleta de dados foi feita pela análise de imagens que foram salvas desses

quatro blogs.

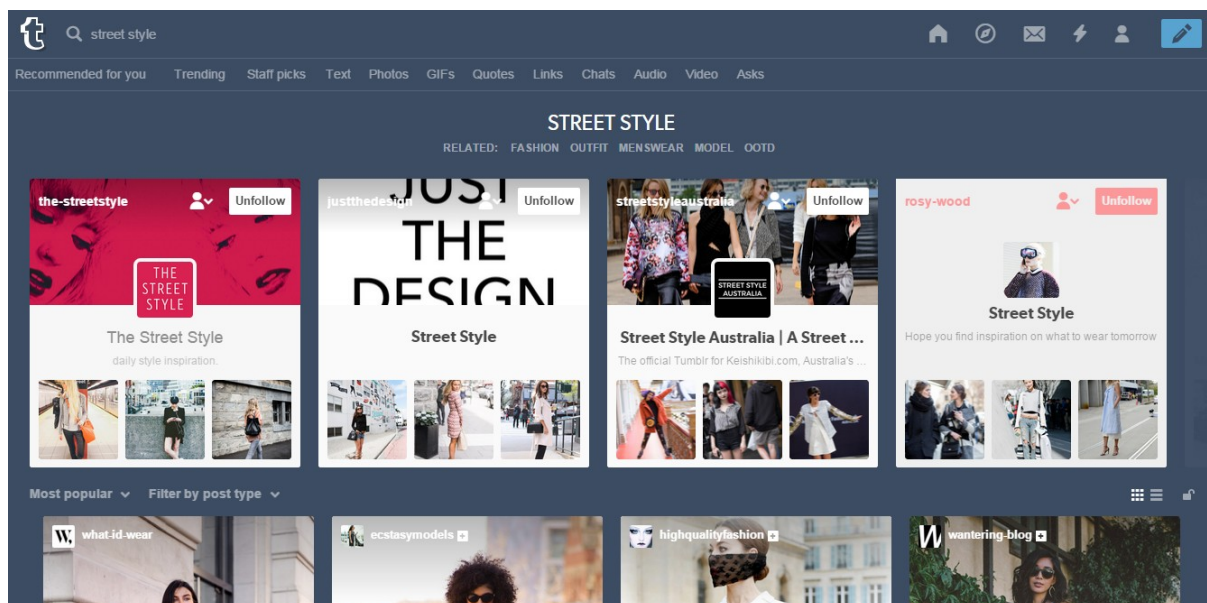


Figura 19 – Captura de tela dos resultados da pesquisa da tag street style no site tumblr

Fonte: Da autora

Dentre esses blogs, foram selecionadas 88 imagens, com os seguintes critérios: serem de mulheres que se encaixam no público-alvo, ou seja, que vestiam roupas com estilo masculino, e que mostrassem seus *looks* parciais ou completos nas fotos.

Também não foram salvas fotos de editoriais, fotos de mulheres usando salto alto (a marca é de vestuário casual e o público, em geral não usa salto alto em ocasiões casuais), fotos com marca d'água ou de baixa qualidade. Fotos que não correspondiam à pesquisa foram ignoradas (objetos, decoração, etc.).

As fotos foram salvas nos dias 09, 10 e 11 de março de 2015 entre 9 e 12 horas. Elas foram analisadas uma a uma e foram anotados todos os detalhes das roupas apresentadas, tais como: cores, materiais, texturas, caimentos, sobreposições, bolsos, botões, barras, para que a coleção consiga atender às necessidades e ao gosto do público, descobrindo o que mais e o que menos gostam de usar.

4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Após serem selecionadas as imagens elas passaram pelo processo de análise. Foram anotadas características das peças de cada foto, tais como: cores, materiais, texturas, caimentos, acabamentos, detalhes e acessórios.

Foi observado que o público, em geral, prefere roupas de cores neutras, com tons de preto e cinza, azuis, verdes e nudes:



Figura 20 – Exemplo de cores neutras

Fonte: *Tumblr*

Peças largas e sem muita marcação de curvas, quando mais ajustadas, de tecidos maleáveis para ser mantido o conforto da peça:



Figura 21 – Exemplo de peças largas

Fonte: *Tumblr*

Variam também entre curtos e longos, tanto para blusas quanto shorts, calças ou saias:



Figura 22 – Exemplo de saia longa e saia curta

Fonte: *Tumblr*

Foi reparado também que o público usa o jeans claro com muita frequência, assim como o xadrez e o listrado em diferentes peças:



Figura 23 – Exemplo de jeans claro

Fonte: *Tumblr*



Figura 24 – Exemplo de xadrez

Fonte: *Tumblr*



Figura 25 – Exemplo de listrado

Fonte: *Tumblr*

Além do jeans, outros tecidos também muito usados são: moletom, sarja, linho, tricô e meia malha:



Figura 26 – Exemplo de moletom, sarja, linho, tricô e meia malha

Fonte: *Tumblr*

Recortes diferenciados, calças rasgadas e barras dobradas também se fizeram muito presentes nas imagens selecionadas:



Figura 27 – Exemplo de recortes, calça rasgada e barra dobrada

Fonte: *Tumblr*

Uma das funções do site *Tumblr* é servir de inspiração para diversas coisas: estilo de vida, decoração, estilo e moda. Levando em consideração que o público usa dessa ferramenta para inspirar o modo de se vestir, a marca Slick Rain busca usar os fatores analisados (cores, texturas, caimentos, tecidos, estilo e preferências em geral) em suas peças para melhor atender seu consumidor.

Como observado, as cores são sóbrias e neutras, as peças são largas e de tecidos feitos de fibras naturais, como algodão e linho, o estilo das roupas é masculinizado e *street*, os *looks* são despojados e modernos, possuem rasgos e barras dobradas, nenhuma estampa, e recortes estratégicos. O restante das 88 imagens pesquisadas se encontram no anexo A ao fim do trabalho.

5 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

5.1 EMPRESA

- Nome da empresa

Letícia Arruda Ltda.

- Porte

Micro empresa.

A microempresa será a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes, que aufera em cada ano calendário, a receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00. (SEBRAE, 2015)

A empresa conterà 10 funcionários. A parte de criação das coleções, o corte das peças e a peça piloto são feito na própria empresa. O serviço de compra de tecidos e aviamentos será feito pelo dono da empresa. Serviços como modelagem e costura serão terceirizados, assim como possíveis beneficiamentos (lavagem, estampagem e bordado).

- Nome da marca

Slick Rain. O nome da marca, traduzido para o português, significa chuva fina.

O nome foi escolhido pois a chuva representa uma duplicidade em relação às sensações que provoca, ao mesmo tempo em que ela transforma um dia comum em um dia aconchegante, ela pode transformá-lo em um dia melancólico. Duplicidade à qual faz analogia com a marca, não pelos sentimentos citados, mas em relação à ambiguidade presente nas roupas “masculino-femininas”.

A chuva representa a liberdade, a leveza e a naturalidade, pois ela pode ser leve ou forte, trazer benefícios ou destruições, e ela não tem hora para chegar, ela simplesmente acontece. E essas características são comparadas ao público da

marca, o qual é livre para ser aquilo que é, livre para demonstrar sua essência.

- **Conceito da marca**

A marca busca desprender o tabu que existe entre mulheres que usam roupas visualmente parecidas com as masculinas e a homossexualidade. No entanto, visa atender ao público que é interessado nesse tipo específico de roupa, sendo assim, o interesse pelas peças independe da mulher ser homossexual ou não, dependendo apenas do gosto pessoal pelo estilo oferecido.

As peças possuem um visual e o conforto característico de peças masculinas, mas as modelagens são dedicadas às mulheres, com ajustes onde for necessário, mas acima de tudo respeitando a variação dos corpos.

Visa-se a utilização de tamanhos únicos, modelagens largas em tecidos planos ou modelagens mais ajustadas em tecidos que esticam (em geral, malhas), cócs de elástico e cordão e detalhes ajustáveis para que uma peça sirva em, pelo menos, dois corpos diferentes. A marca busca sempre o conforto e satisfação estética e funcional.

- **Segmento**

Streetwear; casualwear.

- **Distribuição**

A marca venderá somente pela loja online, que pode ser direto para o consumidor ou para lojas multimarcas, ou seja, atacado ou varejo. Ambos serão entregues pelos correios.

- **Concorrentes**

- Direto: Wildfang. (loja online de roupas femininas de estilo *tomboy*)
- Indiretos: Marisa, C&A, Riachuelo, Renner, Zara. (lojas de departamento que vendem roupas femininas e masculinas)

- Sistemas de venda

Venda online pelo site da loja.

- Pontos de venda

Lojas que distribuam as peças da marca.

- Preços praticados

60 a 300 reais

- Marketing e promoção

Completamente online, pelas redes sociais (*Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr*), divulgando novos editoriais, novas coleções, descontos e sorteios.

A marca passará cupons de desconto de 5% para parceiros, os mesmos serão divulgados para o consumidor a critério dos parceiros. Realizará também descontos para últimas peças de certa coleção, ou para peças da estação anterior.

- Planejamento visual

- Logo:



SLICK RAIN

Figura 28 – Logo

Fonte: Da autora

- Logo em fundo colorido:



Figura 29 – Logo em fundo colorido

Fonte: Da autora

- Embalagem:



Figura 30 – Embalagem

Fonte: Da autora

- Tag:



Figura 31 – Tag
Fonte: Da autora

5.2 PÚBLICO-ALVO



Figura 32 – Imagem do público-alvo

Fonte: Tumblr

A imagem acima representa o público-alvo por mostrar uma mulher descolada e despreocupada, vestindo roupas confortáveis e sapato baixo, o cabelo

preso é um exemplo que demonstra que o público prefere a praticidade no seu dia a dia.

O público é feminino, de 18 a 25 anos e residem no Brasil. Trabalham e/ou estudam, normalmente em áreas criativas ou ligadas à arte.

Não têm restrição em relação à orientação sexual, porém, ao se vestirem preferem roupas confortáveis e com um visual mais masculino, isso também não restringe a vaidade que elas possuem, gostam de fazer exercícios físicos variados, cuidar da pele, do cabelo, das unhas e de usar maquiagem variavelmente, tanto quanto mulheres que se vestem de forma mais feminina.

Ainda no visual, optam por peças básicas e geralmente de cores sóbrias, também preferem tecidos macios e confortáveis.

Como lazer, gostam de sair com o parceiro(a), com a família e amigos, desde programas mais leves até baladas. É interessada em fotografia, moda e outros elementos artísticos e culturais variados.

Em suma, o público vive de maneira leve e despreocupada, são mulheres que se sentem livres para fazerem aquilo que mais às agrada, são felizes com o que trabalham e mantêm relações boas com as pessoas mais próximas a elas.

5.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

- Macrotendências

“EGOnomics: Para compensar uma sociedade despersonalizada, os consumidores anseiam reconhecimento de sua individualidade.” (POPCORN, 2015).

Essa macrotendência trata da forma como a sociedade está cada vez mais padronizada, da maneira de como o fast fashion é brutalmente presente na atualidade, ela é dedicada a pessoas que buscam serem diferentes no meio de tanta gente uniformizada no âmbito moda. Ela foi escolhida por relacionar-se de maneira direta com o público, afinal, são mulheres que se comportam diferente do usual na maneira em que se vestem, usando roupas com estilo masculino, e que, muitas vezes, não são entendidas pelas outras pessoas. Sendo assim, buscam sua liberdade para expressarem sua individualidade.

- **Microtendências**

Foram escolhidas microtendências que não fossem passageiras e que conversassem com o público, o conceito da marca e a referência da coleção. São elas:

- **Pantalonas (SITE DE BELEZA, 2015)**



Figura 33 – Pantalonas

Fonte: Site de beleza

- **Listras (MUITO CHIQUE, 2015)**



Figura 34 – Listras

Fonte: Muito chique

- Jeans (AGRUND, 2015)



Figura 35 – Jeans

Fonte: Agrund

- Pólo (FEMININA, 2015)



Figura 36 – Pólo

Fonte: Feminina

- Jardineira (VIROU TENDÊNCIA, 2015).



Figura 37 – Jardineira

Fonte: Virou tendência

6 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

6.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

A coleção visa criar peças confortáveis e menos ajustadas ao corpo para que sejam usadas durante o dia todo sem incômodos; peças que atendam as necessidades do público em relação às suas preferências estéticas (cores, tecidos e *shapes*) e funcionais (diferenciação nas modelagens).

6.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

- Nome da coleção

“Joy of the Nineties”

- Conceito da coleção

O nome da coleção, em português, tem como significado “a alegria dos anos 90”, que em suma trata do estilo alegre da década de 90. Esses anos foram marcados pela mistura de tribos, todos os estilos se influenciavam. Além disso, no começo dos anos de 1990 foi quando houve o estouro da internet, quando ela começou a ser acessível para a população. A coleção aborda de forma geral o *streetwear* inspirado na moda unissex dos anos 90, incluindo algumas referências do começo dessa era cibernética.

- Referência da coleção

A coleção faz referência aos anos de 1990, especificamente em Nova York. As crianças e os jovens da época são os adultos de atualmente.

Faz apologia ao *streetwear*, à moda masculinizada com um toque do grunge e do hip hop, ao visual urbano em desenvolvimento nova-iorquino, aos prédios, às fachadas dos estabelecimentos, às saídas de emergência dos edifícios. Assim como ao saudosismo positivo das séries e filmes marcantes da época, lembrando também às televisões chiadas, chuviscadas e com erro na transmissão.

- Cores

As cores usadas são: preto, branco, cinza claro, cinza escuro, azul marinho, azul claro, verde petróleo, verde militar, bordô, vermelho e amarelo.

- Materiais

Os materiais variam dos mais grossos aos mais finos, porém todos maleáveis e confortáveis, variam também entre naturais e sintéticos, malhas e planos.

- Formas e estruturas

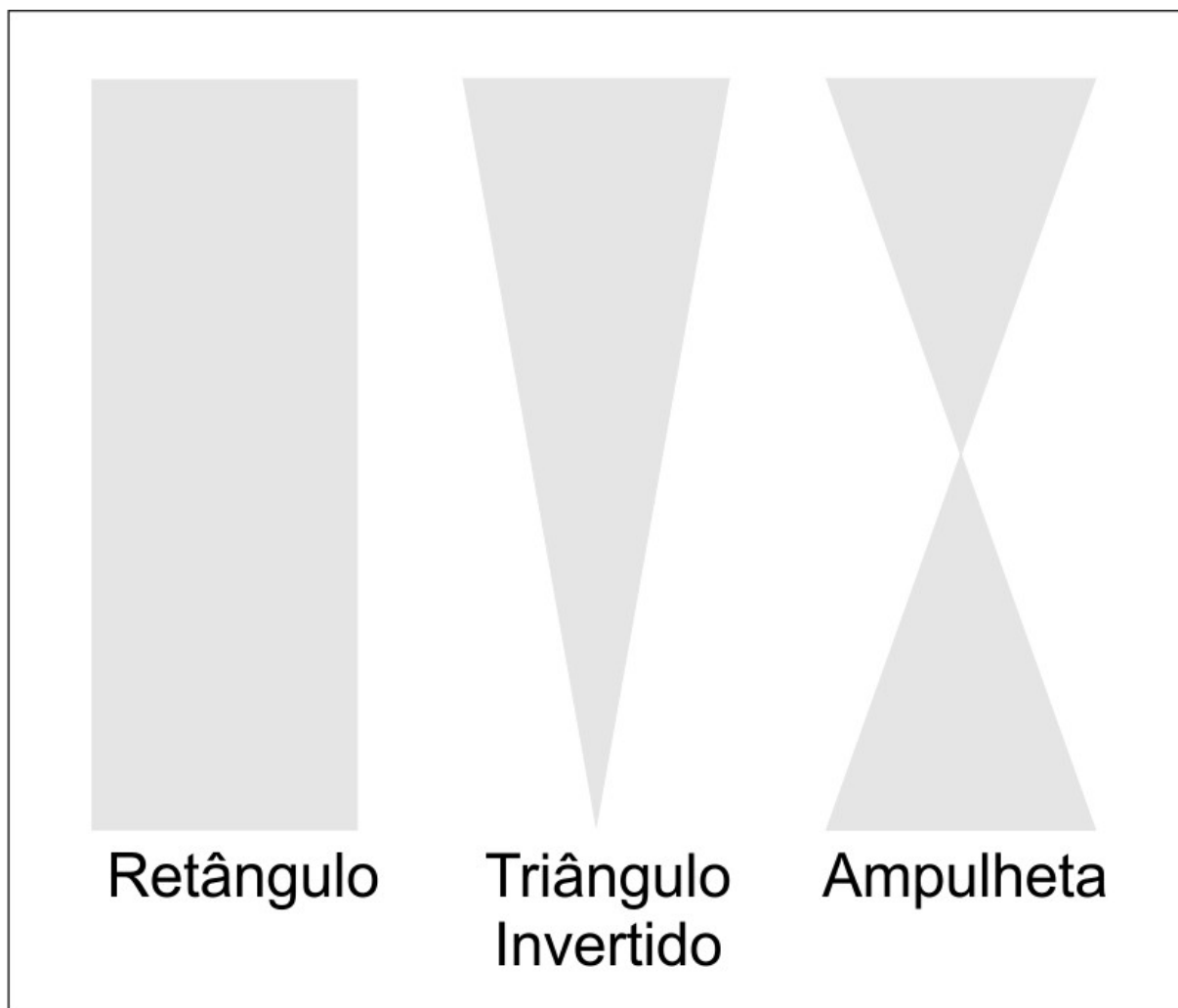


Figura 38 – *Shapes*

Fonte: Da autora

- Mix de coleção

TOPS	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
CAMISA	6	13,6%
CAMISETA	13	29,5%

Tabela 1 – Mix de coleção - TOPS

Fonte: Da autora

BOTTOM	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
SHORTS	7	16%
CALÇA	11	25%

Tabela 2 – Mix de coleção – BOTOMS

Fonte: Da autora

PEÇA	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
VESTIDO	7	16%

Tabela 3 – Mix de coleção – VESTIDOS

Fonte: Da autora

6.3 PAINEL SEMÂNTICO

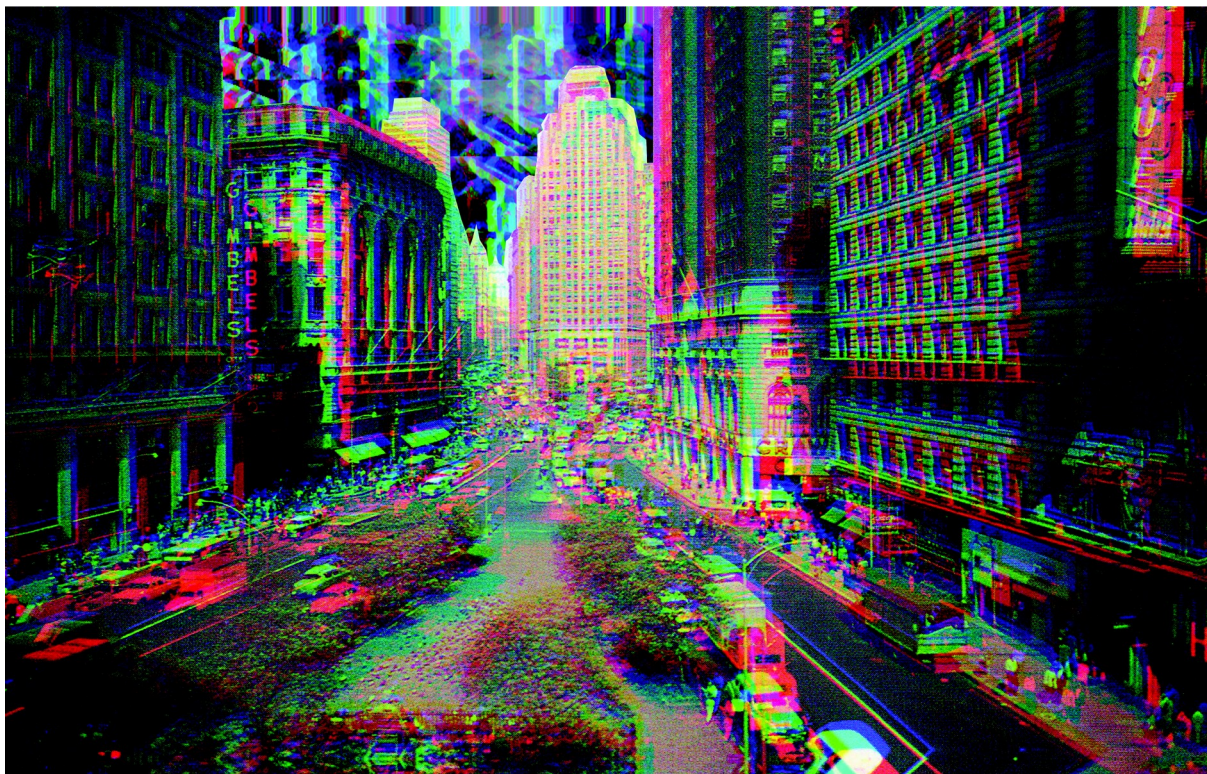
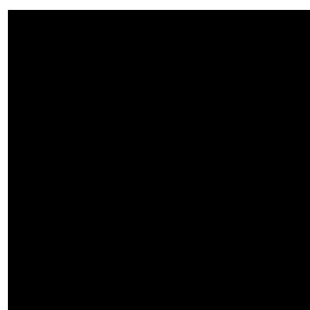


Figura 39 – Painel semântico

Fonte: Da autora

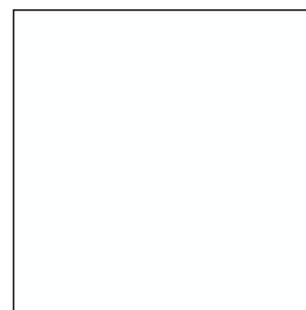
6.4 CARTELA DE CORES



Hexachrome
Black C



442 C



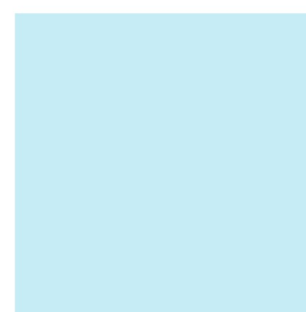
Trans. White



202 C



281 C



290 C



3145 C

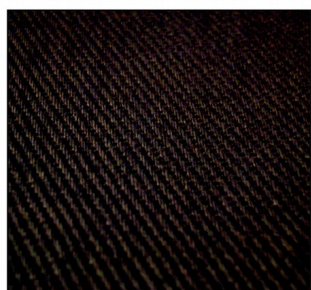


377 C

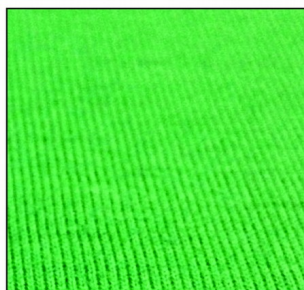
Figura 40 – Cartela de cores

Fonte: Da autora

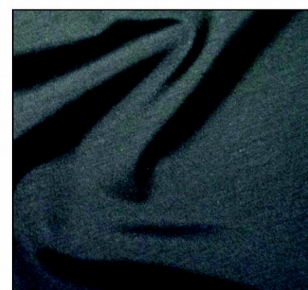
6.5 CARTELA DE MATERIAIS



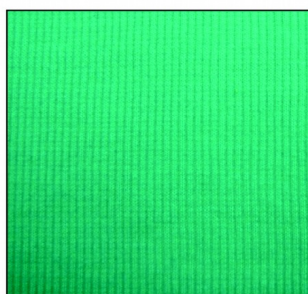
Sarja
100% algodão



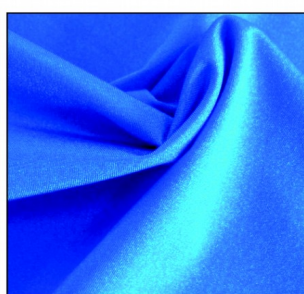
Malha
100% algodão



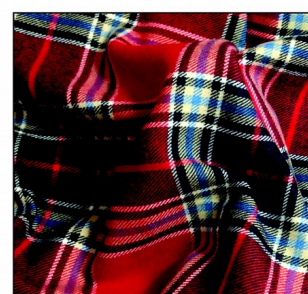
Tricoline
100% algodão



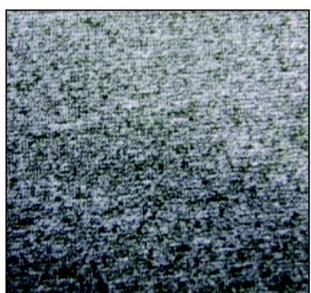
Ribana
100% algodão



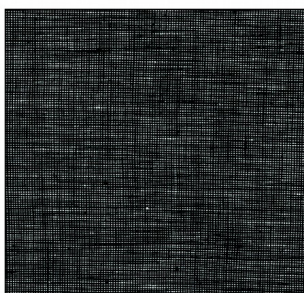
Lycra
100% poliéster



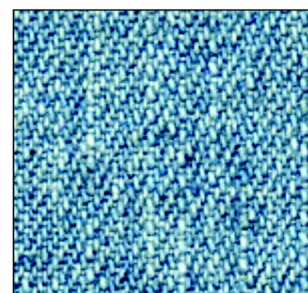
Flanela
100% algodão



Moletom
100% algodão



Linho
50% linho
50% algodão



Jeans
100% algodão

Figura 41 – Cartela de materiais

Fonte: Da autora

6.6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

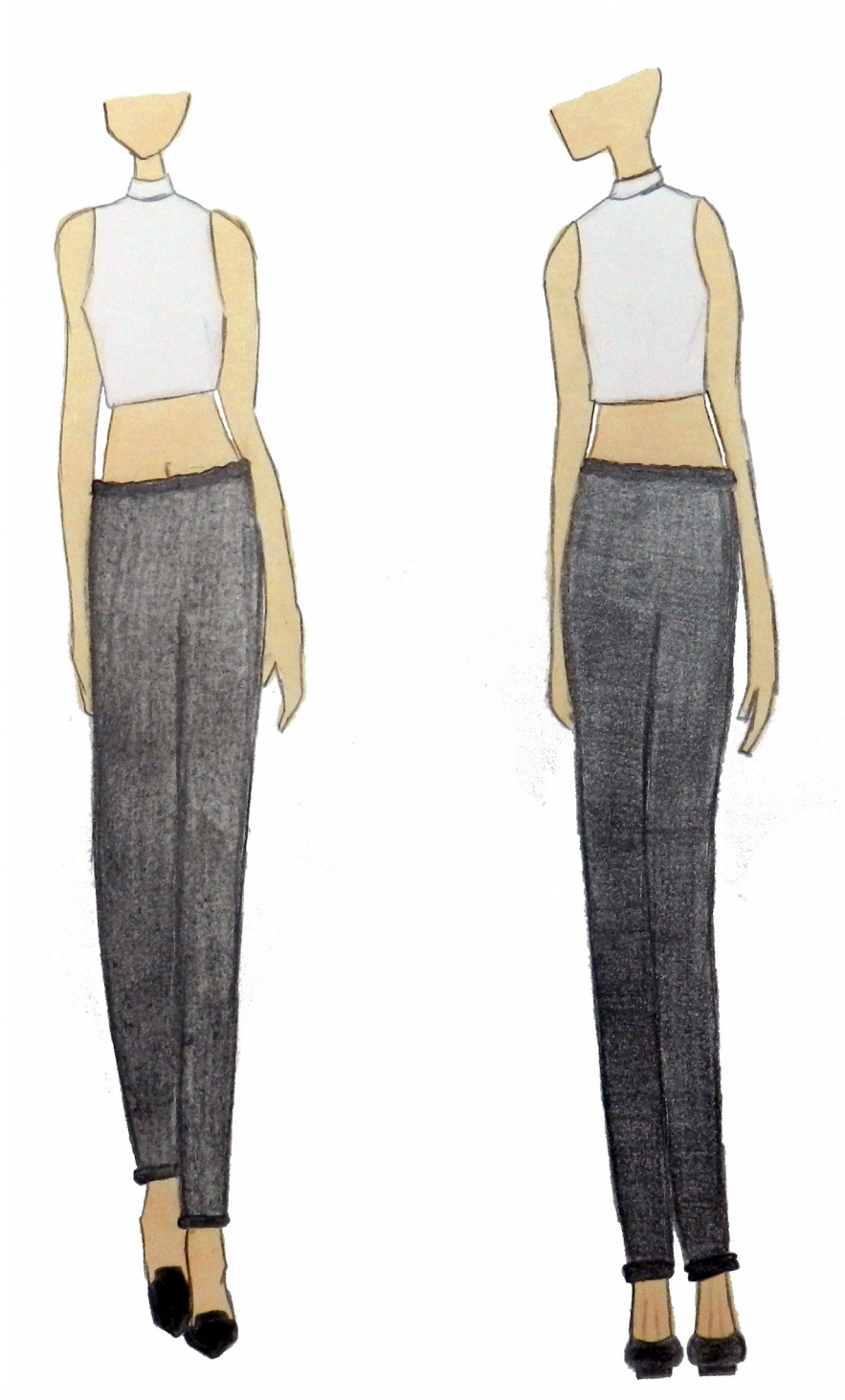


Figura 42 – Geração de alternativas 1

Fonte: Da autora



Figura 43 – Geração de alternativas 2

Fonte: Da autora



Figura 44 – Geração de alternativas 3

Fonte: Da autora



Figura 45 – Geração de alternativas 4

Fonte: Da autora

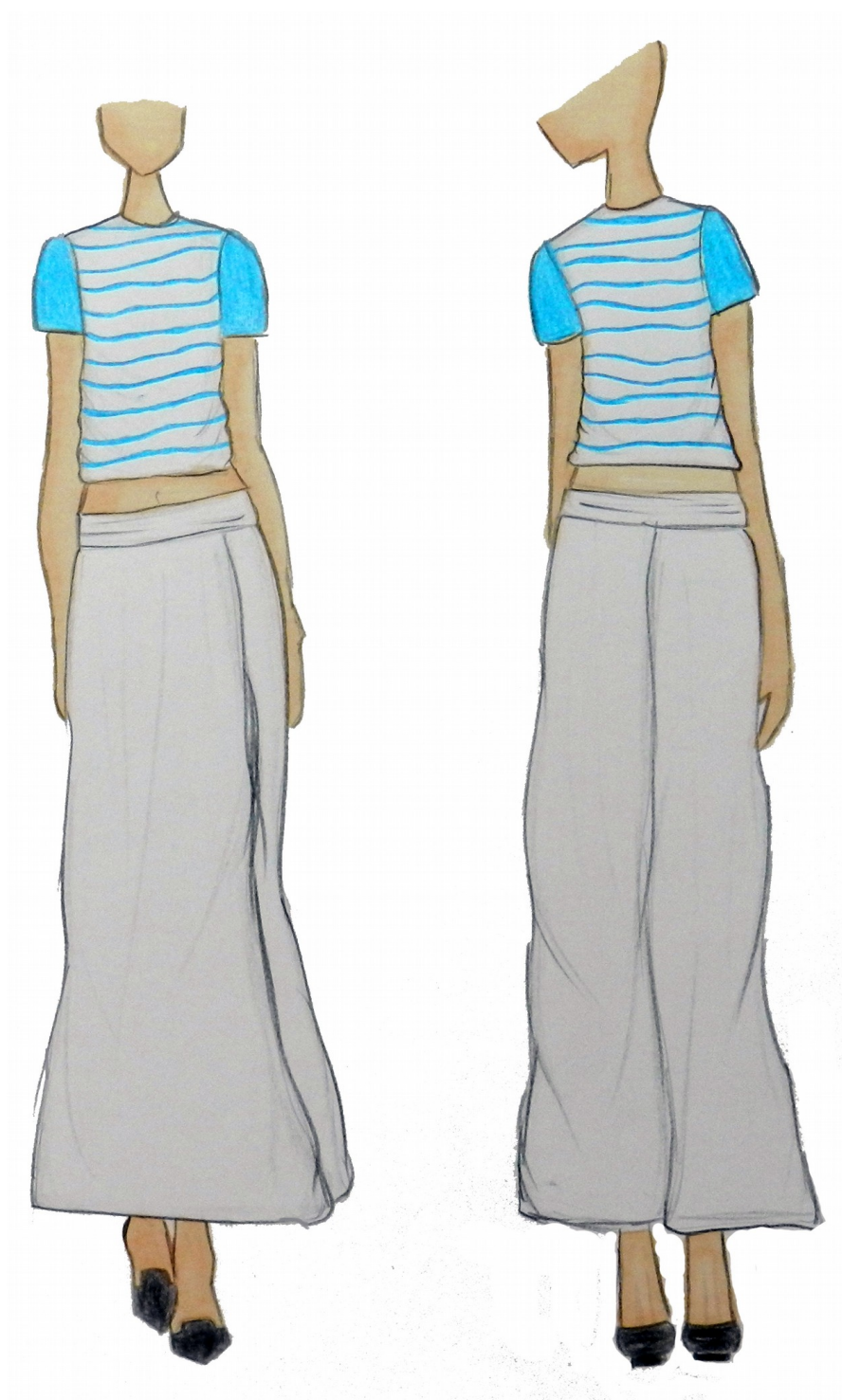


Figura 46 – Geração de alternativas 5

Fonte: do autor

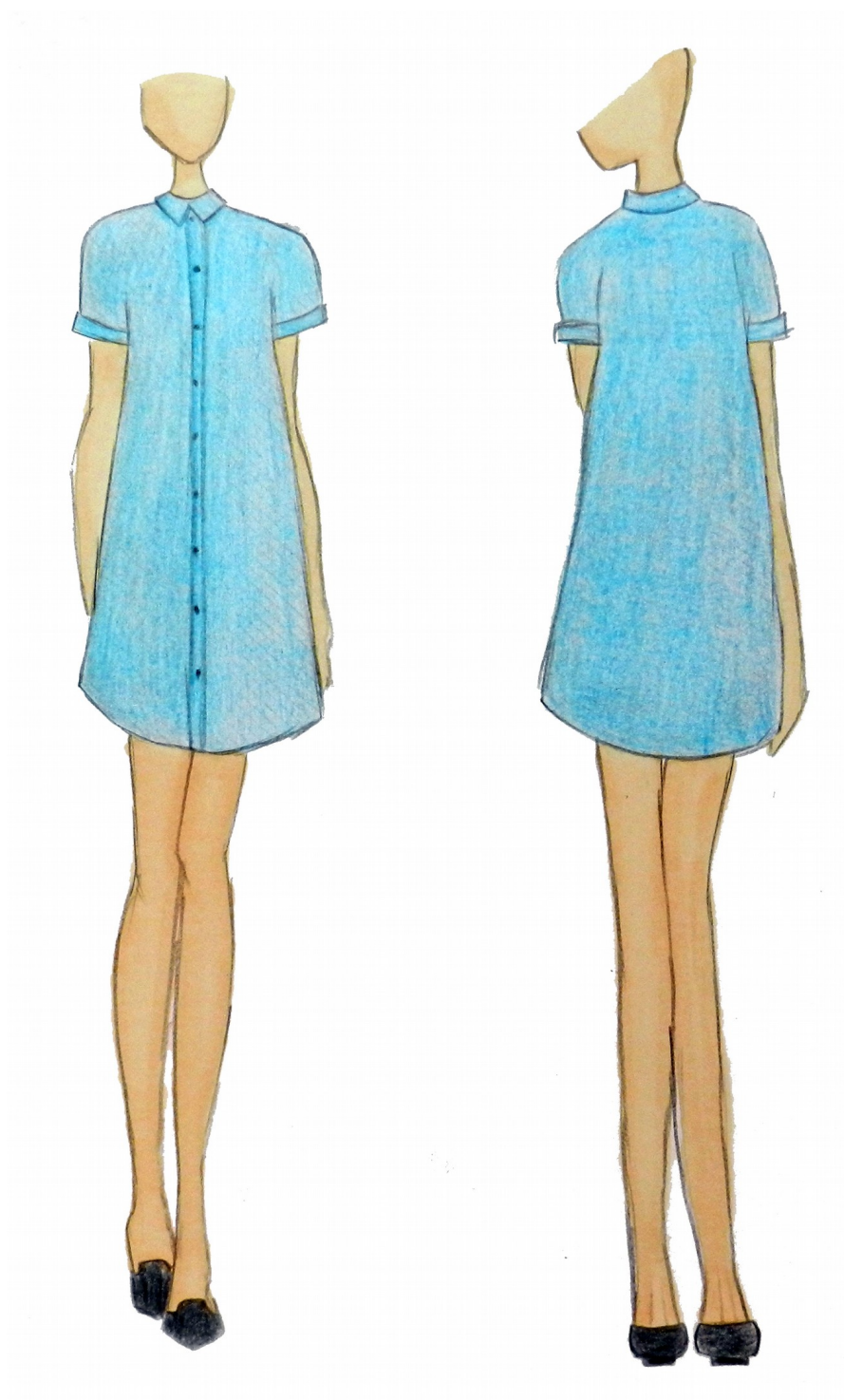


Figura 47 – Geração de alternativas 6

Fonte: Da autora



Figura 48 – Geração de alternativas 7

Fonte: Da autora



Figura 49 – Geração de alternativas 8

Fonte: Da autora

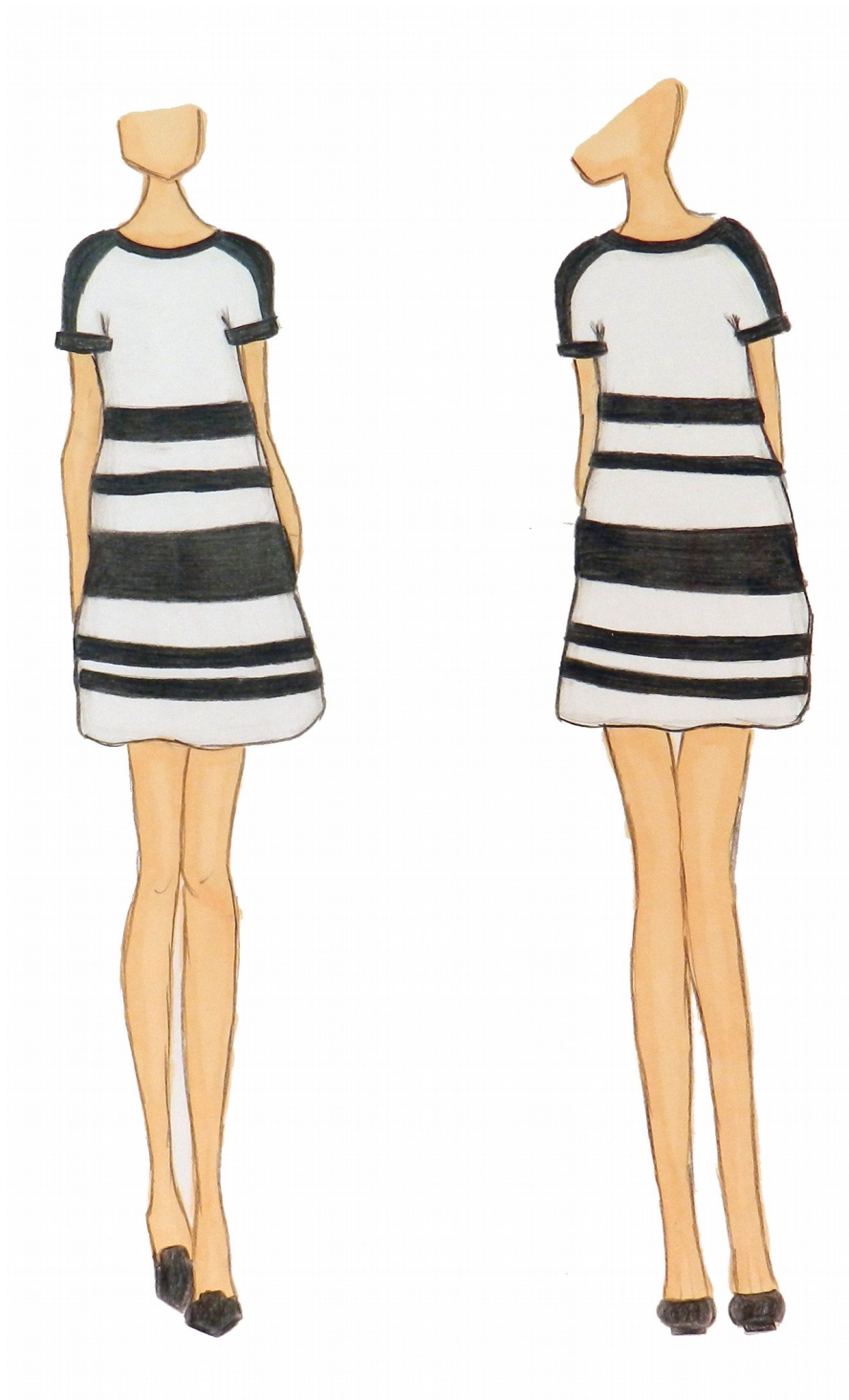


Figura 50 – Geração de alternativas 9

Fonte: Da autora



Figura 51 – Geração de alternativas 10

Fonte: Da autora

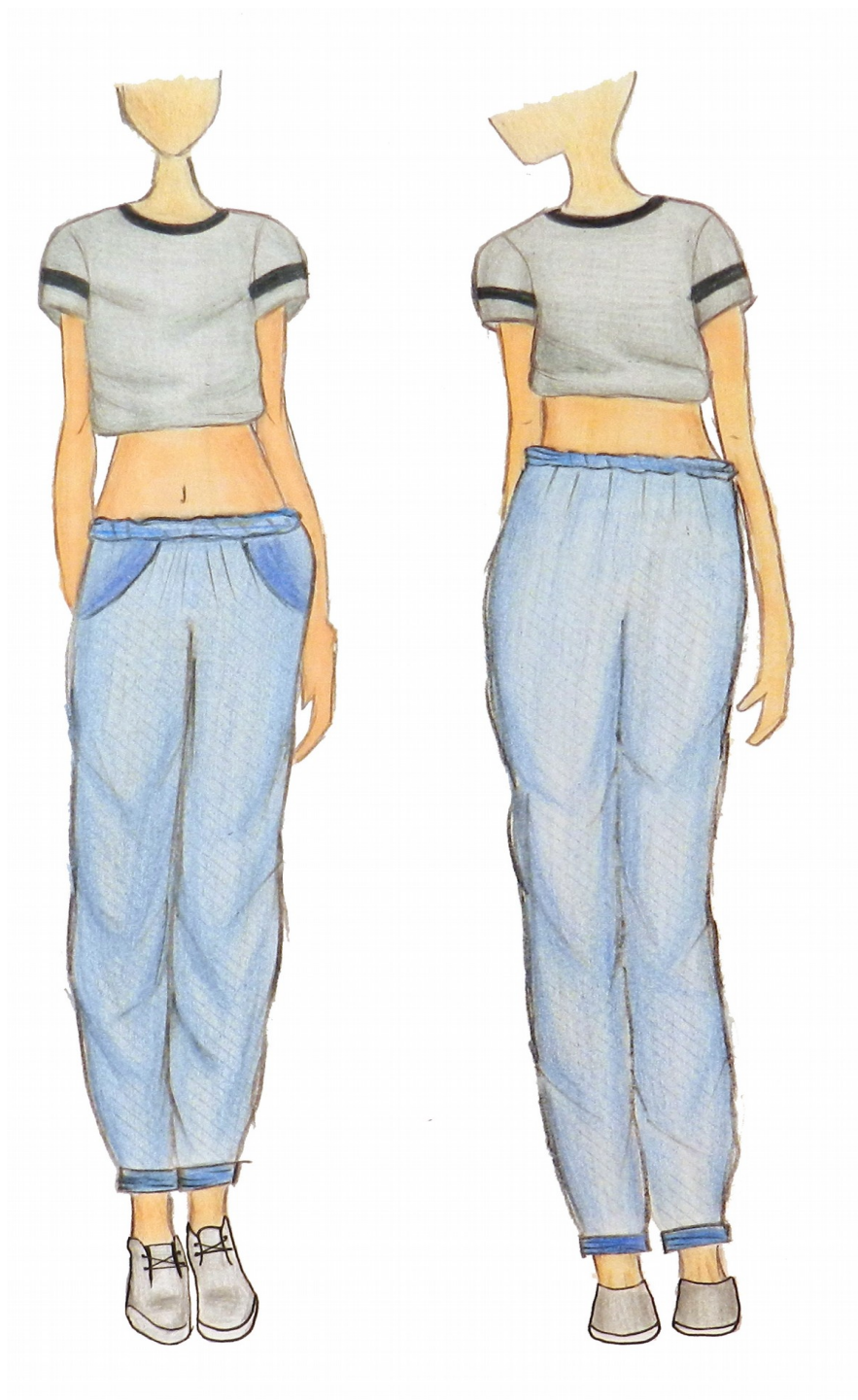


Figura 52 – Geração de alternativas 11

Fonte: Da autora



Figura 53 – Geração de alternativas 12

Fonte: Da autora

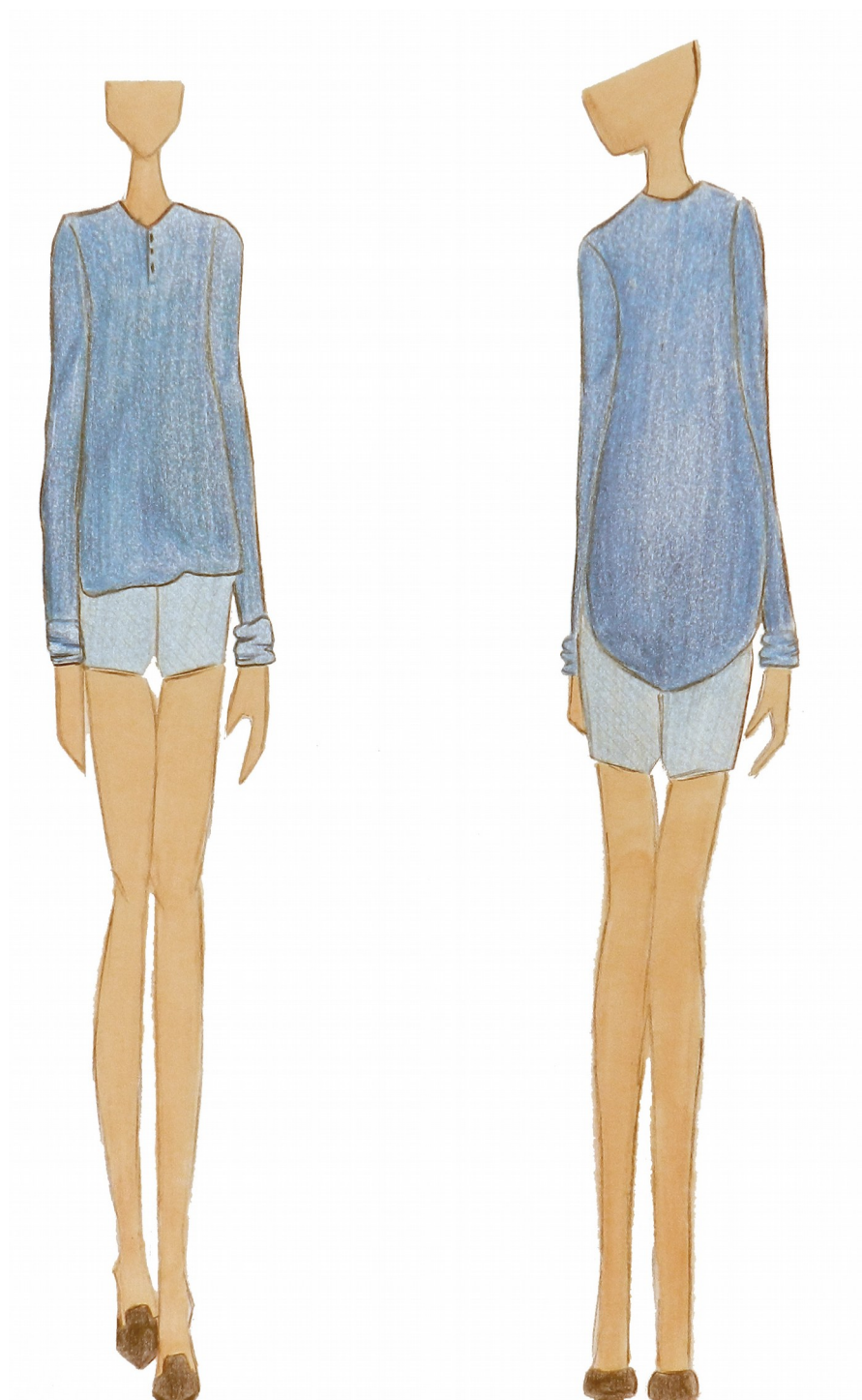


Figura 54 – Geração de alternativas 13

Fonte: Da autora



Figura 55 – Seleção de alternativas 1

Fonte: Da autora



Figura 56 – Seleção de alternativas 2

Fonte: Da autora

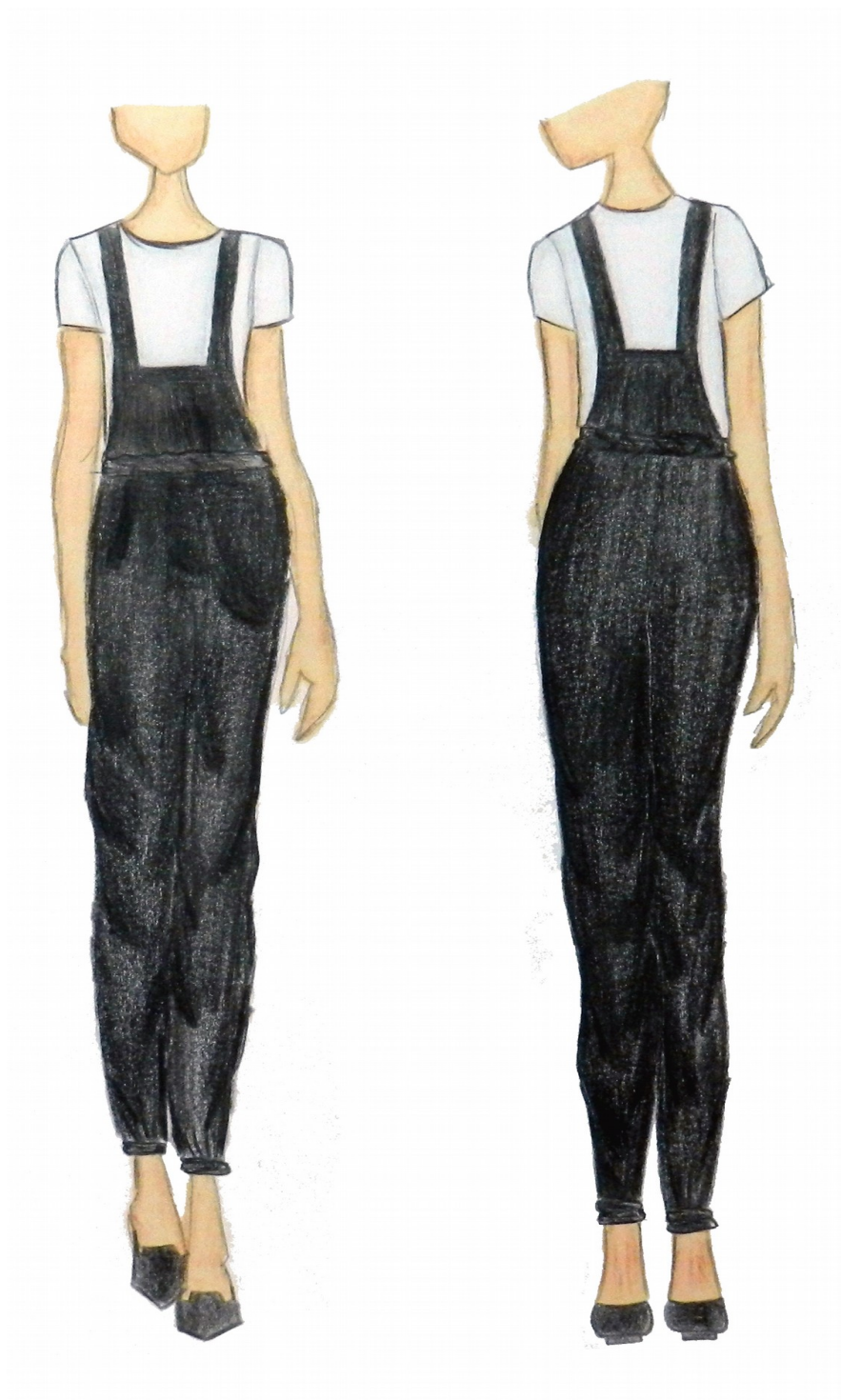


Figura 57 – Seleção de alternativas 3
Fonte: Da autora



Figura 58 – Seleção de alternativas 4

Fonte: Da autora



Figura 59 – Seleção de alternativas 5

Fonte: Da autora

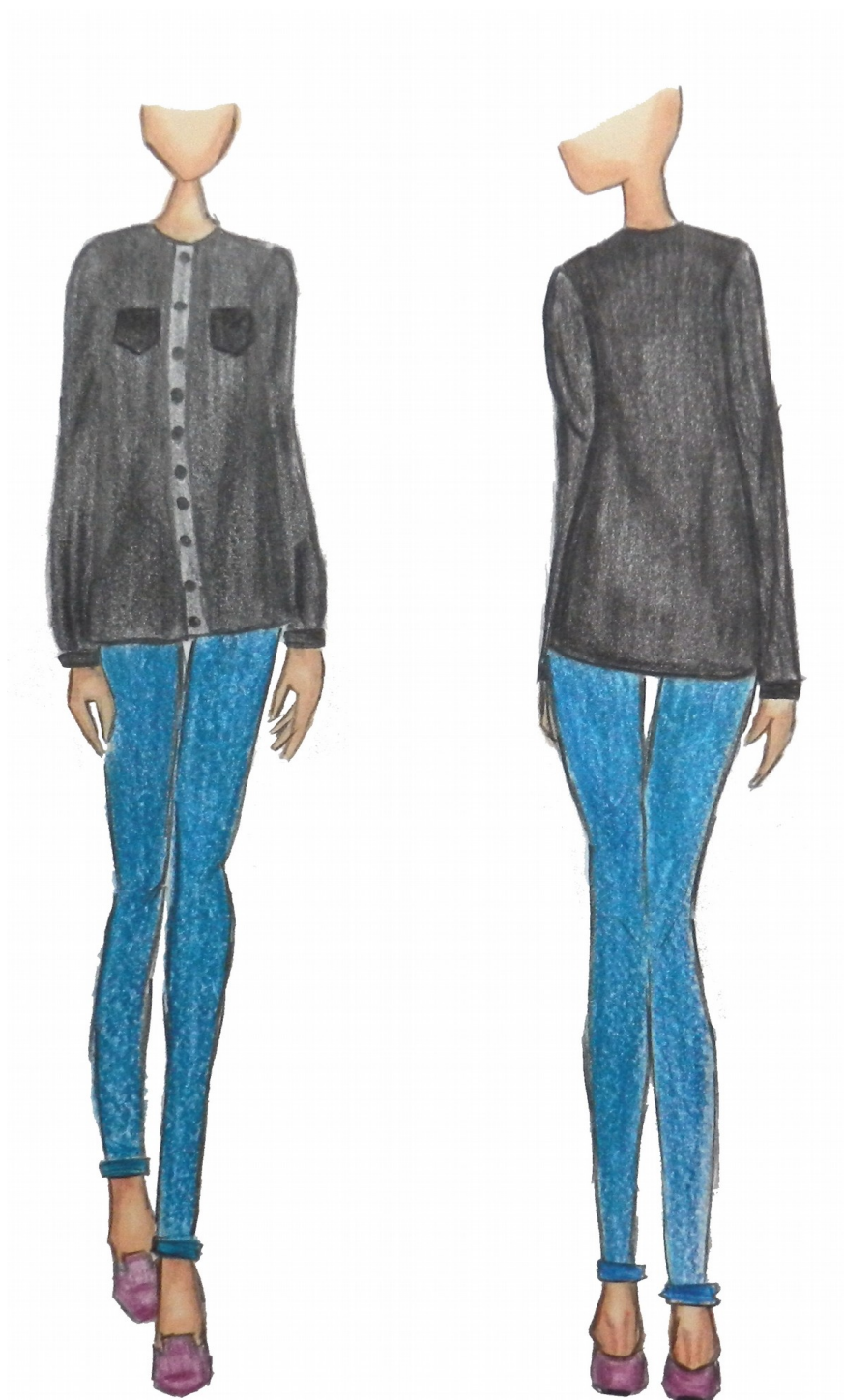


Figura 60 – Seleção de alternativas 6
Fonte: Da autora

6.7 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS



Figura 61 – Look escolhido 1

Fonte: Da autora

Look escolhido 1 – As peças são: uma camisa jeans clara e um shorts de linho preto. Os tecidos escolhidos foram pensados no conforto térmico, assim como no tema da coleção. Ambas as peças são largas, buscando conforto. A camisa contém apenas uma pala nas costas, evitando os recortes que acinturam as camisas femininas usuais. O shorts possui cós de elástico e um cordão, buscando também o conforto, além de, fazer com que a peça sirva em, pelo menos, dois corpos diferentes. Possui bolsos frontais, bolsos traseiros falsos e “J” falso.

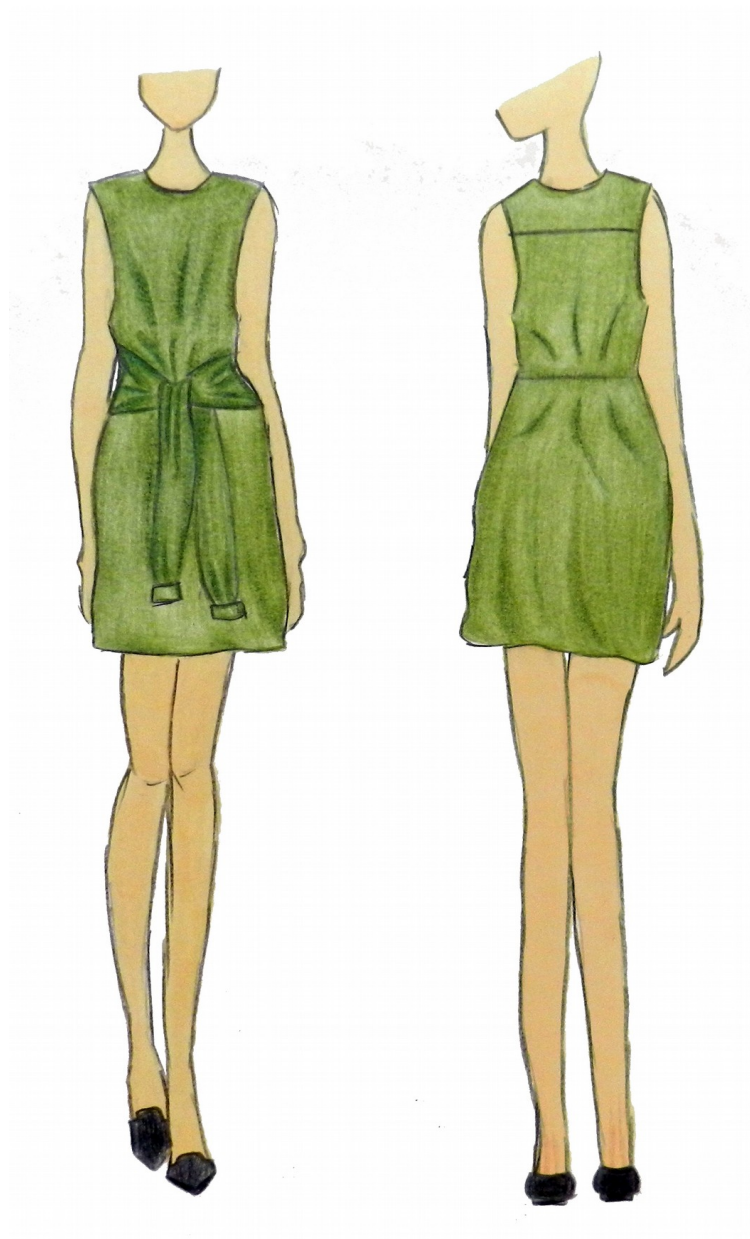


Figura 62 – Look escolhido 2

Fonte: Da autora

Look escolhido 2 – O vestido é de tricoline verde-musgo, o tecido é 100 % algodão visando o conforto térmico e de toque. A peça possui suas mangas costuradas nas laterais, dando o efeito de camisa amarrada na cintura, muito utilizada nos anos de 1990. Possui uma pala e elástico nas costas; o elástico serve para o tecido de trás não ser puxado totalmente para frente quando as mangas forem amarradas.

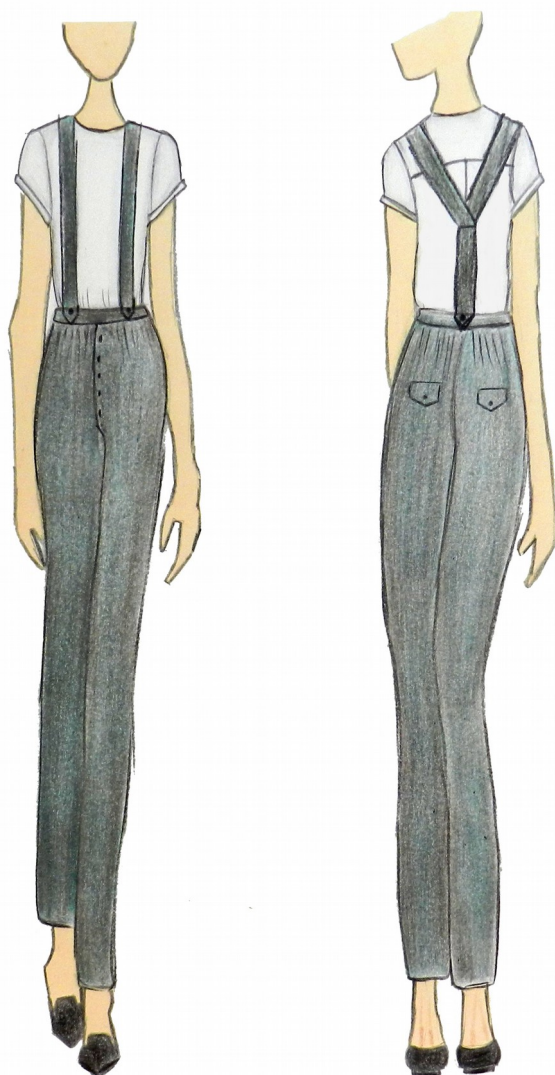


Figura 63 – Look escolhido 3

Fonte: Da autora

Look escolhido 3 – A calça com suspensórios é de tricoline verde-musgo, o tecido é 100 % algodão visando o conforto térmico e de toque. Os suspensórios são presos à calça por botões, eles possuem duas casinhas para que possa ser regulado, a calça pode ser usada também sem eles. Os suspensórios referem-se aos anos de 1990. A calça possui cós de elástico, buscando também o conforto, além de, fazer com que a peça sirva em, pelo menos, dois corpos diferentes. Possui bolsos frontais, bolsos traseiros falsos e “J” falso com botões para adornar. A camiseta branca é *oversized* e possui recortes apenas estéticos atrás.



Figura 64 – Look escolhido 4

Fonte: Da autora

Look escolhido 4 – Regata preta lisa de meia malha 100% algodão e shorts xadrez de flanela também 100% algodão. Tecidos macios e confortáveis. As cores estão presentes no painel semântico e fazem referência a década de 90. A regata é básica e com a cava um pouco mais aberta. O shorts possui cós de elástico e bolsos frontais.

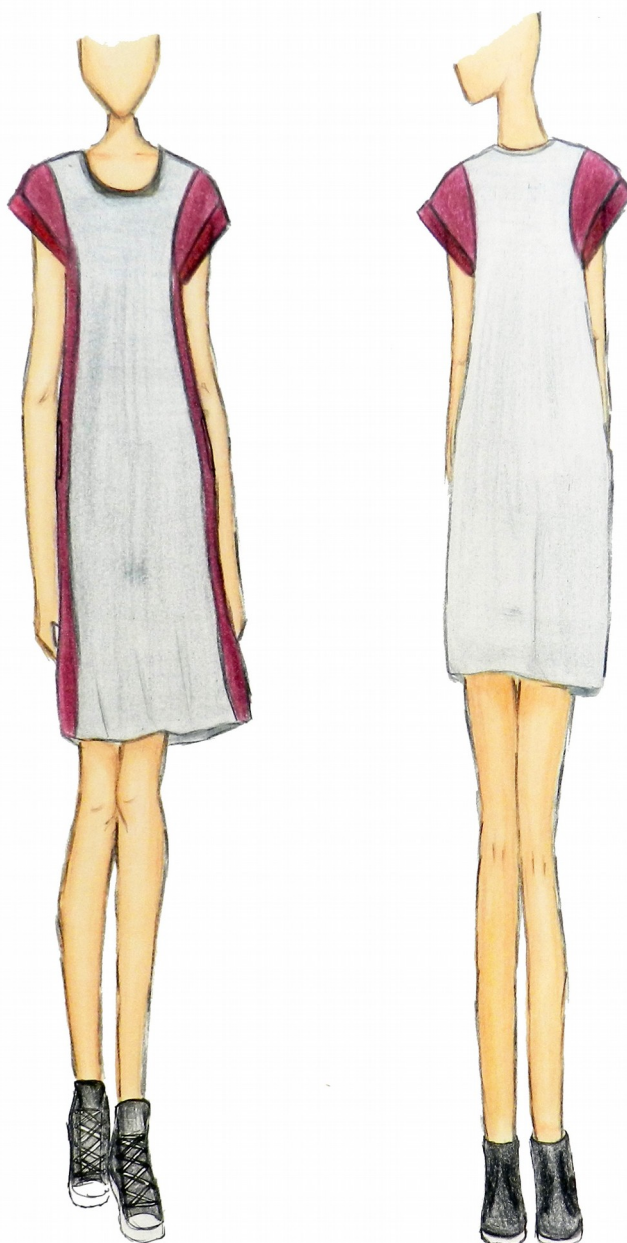


Figura 65 – Look escolhido 5

Fonte: Da autora

Look escolhido 5 – Camisetão de moletom cinza e bordô acima do joelho. As partes em bordô são recortes, a modelagem é *oversized*. As cores e formas fazem referência ao painel semântico. Referenciam aos anos 90 também pelo formato e pelas cores. As mangas são dobradas para fora.



Figura 66 – Look escolhido 6

Fonte: Da autora

Look escolhido 6 – Camiseta curta branca e macacão jeans claro. A cintura é marcada com elástico, não há cós tradicional. A barra também é de elástico. Os ombros são presos com nós em casinhas de botão e não por fivelas. A modelagem é larga e confortável. Novamente as cores, formas e texturas são refletidas do painel semântico e do tema da coleção.

6.8 FICHAS TÉCNICAS

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 001	MARCA: Slick Rain	ESTILISTA: Letícia Arruda
COLEÇÃO: Joy of nineties	TAMANHO PILOTO: Único	MODELISTA: Vera
PRODUTO: Camisetão com recortes	GRADE: x	DATA: 05/06/2015

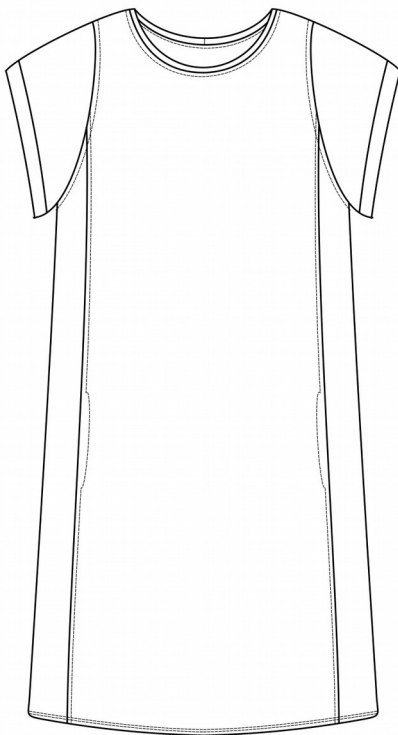
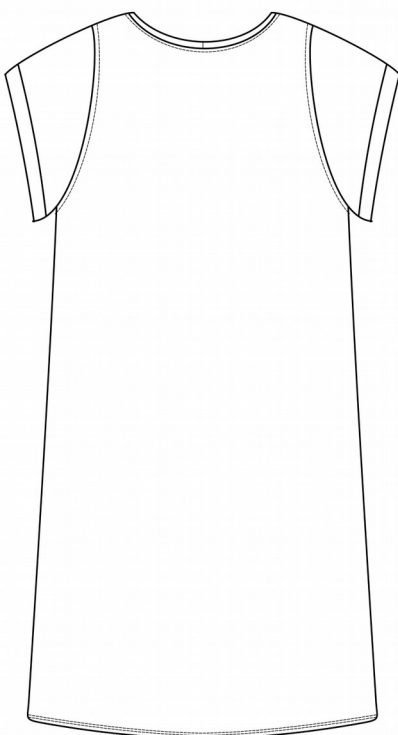
	
Frente	Costas

Figura 67 – Ficha técnica 1 parte 1

Fonte: Da autora

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Moletom	Costa Rica	100% algodão	1,3 m	R\$ 22,00
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta de tamanho	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
etiqueta de composição	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
saco plástico	papelaria nerimar	transparente	1	R\$ 0,10

Figura 68 – Ficha técnica 1 parte 2

Fonte: Da autora

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Overlocar todas as partes	overlock
02	Costurar recortes frente	overlock
03	Costurar recortes costas	overlock
04	Rebater recortes	reta
05	Unir ombros	overlock
06	Pregar mangas	overlock
07	Rebater mangas	reta
08	Fechar laterais	overlock
09	Fazer barra das mangas	reta
10	Fazer barra	galoneira
11	Pregar gola	overlock
12	Rebater gola	reta

Figura 69 – Ficha técnica 1 parte 3

Fonte: Da autora

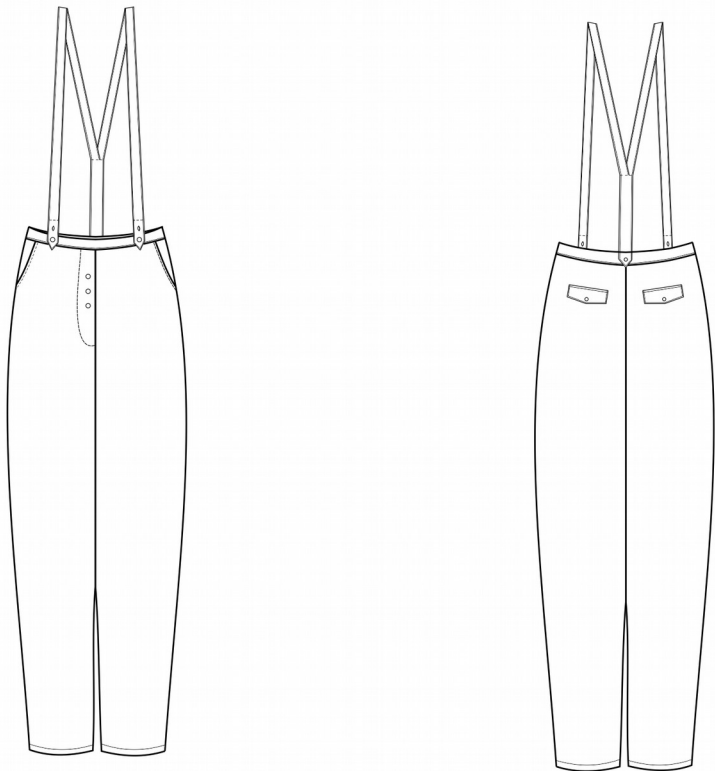
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 002 COLEÇÃO: Joy of the nineties PRODUTO: Calça com suspensório	MARCA: Slick Rain TAMANHO PILOTO: 40 GRADE: 36 ao 44	ESTILISTA: Letícia Arruda MODELISTA: Vera DATA: 05/06/2015
 <p>The image contains two technical line drawings of a pair of trousers with suspenders. The left drawing is the front view, showing a central fly with a button and a zipper, and a pocket on the right side. The right drawing is the back view, showing two pockets on the back. Both drawings show the waistband and the four suspenders attached to the top corners of the waistband.</p>		
Frente		Costas

Figura 70 – Ficha técnica 2 parte 1

Fonte: Da autora

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tricolini	Lojas Marcato	100% algodão	1,5 m	R\$ 30,00
Entretela	Bazar Tupi	100% viscose	0,20 m	R\$ 0,30
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botões	Bazar Tupi	Verde	8	R\$ 0,10
Elástico	Bazar Tupi	Branco	70 cm	R\$ 1,00
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta de tamanho	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
etiqueta de composição	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
saco plástico	papelaria nerimar	transparente	1	R\$ 0,10

Figura 71 – Ficha técnica 2 parte 2

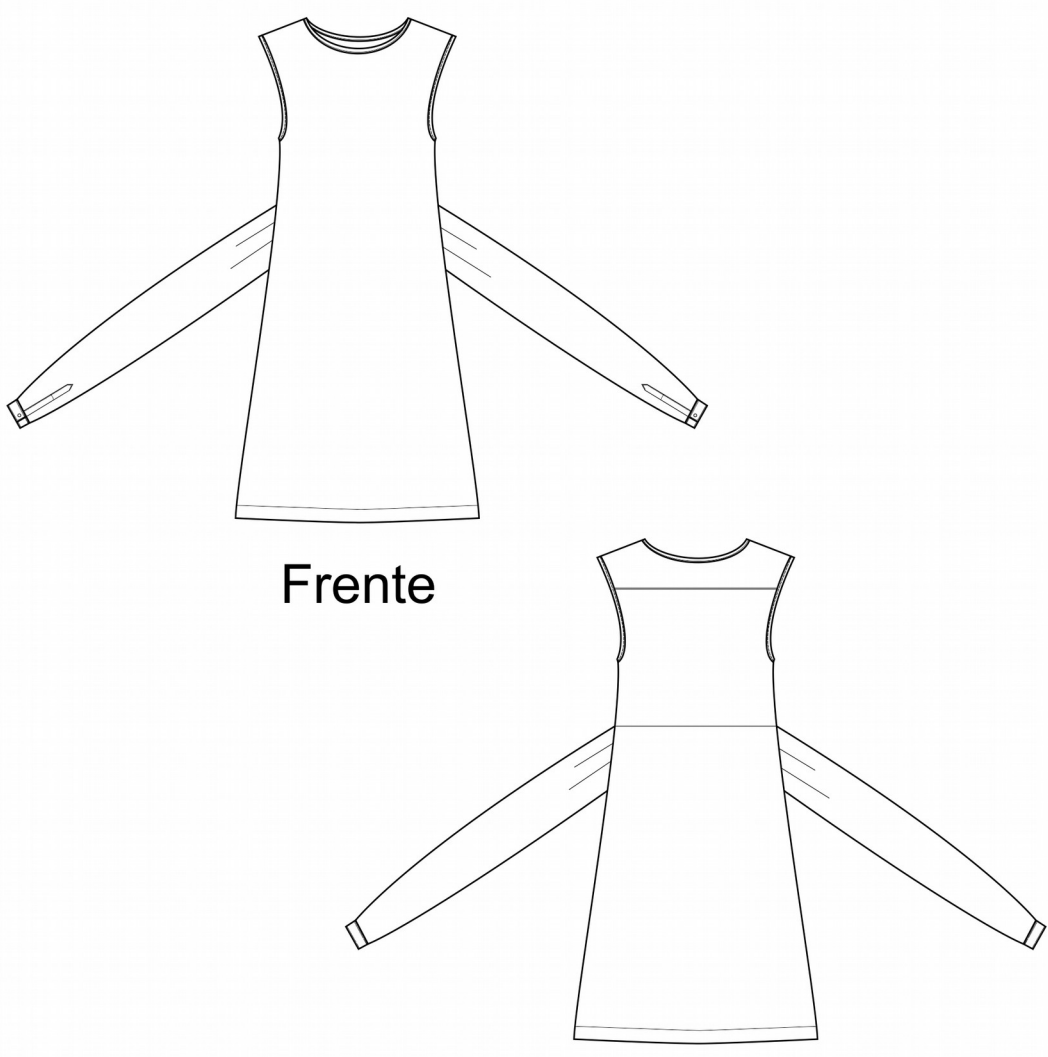
Fonte: Da autora

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Overlocar todas as partes	overlock
02	Rebater bolsos	reta
03	Aplicar bolsos imbutidos	reta
04	Fechar gancho	reta
05	Fechar entrepernas	reta
06	Fechar a lateral	reta
07	Aplicar cóis	reta
08	Entretelar bolsos traseiros	manual
09	Costurar bolsos traseiros	reta
10	Rebater bolsos traseiros	reta
11	Aplicar bolsos traseiros	reta
12	Aplicar botões	reta
13	Fazer barra	reta
14	Unir partes do suspensório	reta
15	Rebater suspensório	reta
16	Fazer casinhas para os botões no suspensório	reta

Figura 72 – Ficha técnica 2 parte 3

Fonte: Da autora

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 003	MARCA: Slick Rain	ESTILISTA: Letícia Arruda
COLEÇÃO: Joy of the nineties	TAMANHO PILOTO: 40	MODELISTA: Vera
PRODUTO: Vestido com mangas	GRADE: 36 ao 44	DATA: 05/06/2015



The technical drawing shows two views of a long-sleeved dress. The front view, labeled 'Frente', shows a dress with a rounded neckline, a fitted bodice, and a flared skirt. The sleeves are long and have a simple cuff. The back view, labeled 'Costas', shows the dress from the back, highlighting the shoulder seams and the back of the bodice and skirt.

Figura 73– Ficha técnica 3 parte 1

Fonte: Da autora

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tricolini	Lojas Marcato	100% algodão	1,5 m	R\$ 30,00
Entretela	Bazar Tupi	100% viscose	0,20 m	R\$ 0,30
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botões	Bazar Tupi	Verde	2	R\$ 0,10
Elástico	Bazar Tupi	Branco	30 cm	R\$ 0,45
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta de tamanho	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
etiqueta de composição	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
saco plástico	papelaria nerimar	transparente	1	R\$ 0,10

Figura 74 – Ficha técnica 3 parte 2

Fonte: Da autora

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Overlocar todas as partes	overlock
02	Entretelar punhos	manual
03	Fechar punhos	reta
04	Pregar punhos	reta
05	Fechar mangas	reta
06	Rebater todas as partes da manga	reta
07	Pregar pala nas costas e rebater	reta
08	Unir ombros	reta
09	Fechar laterais com a manga embutida	reta
10	Pregar viés na gola e na cava	reta
11	Fazer barra	reta

Figura 75 – Ficha técnica 3 parte 3

Fonte: Da autora

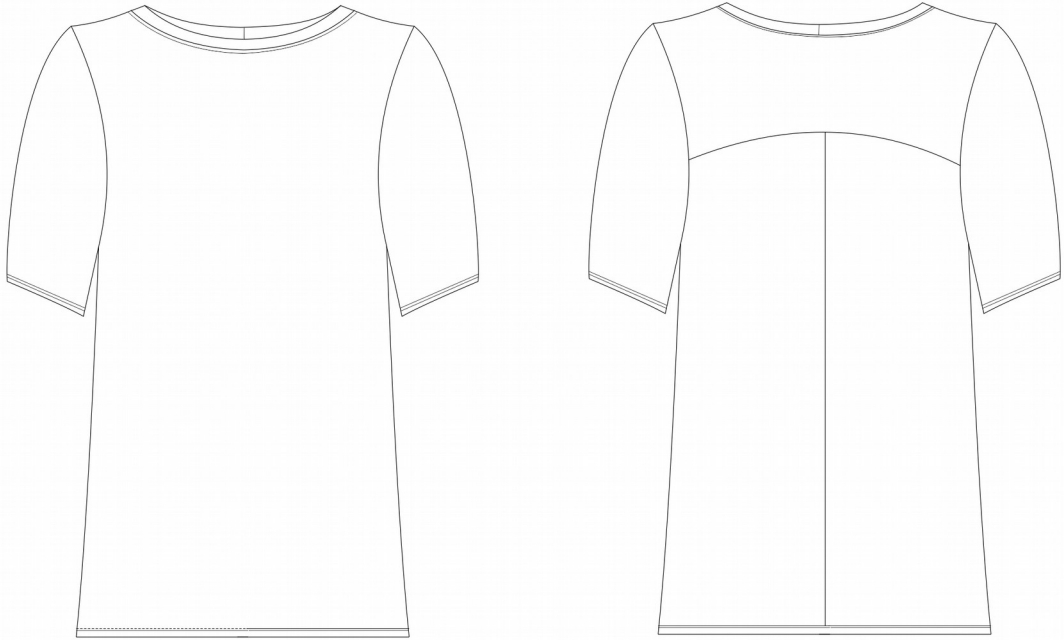
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 004 COLEÇÃO: Joy of the nineties PRODUTO: Camiseta com recortes	MARCA: Slick Rain TAMANHO PILOTO: M GRADE: P ao GG	ESTILISTA: Leticia Arruda MODELISTA: Vera DATA: 05/06/2015
		
Frente		Costas

Figura 76 – Ficha técnica 4 parte 1

Fonte: Da autora

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Meia malha	Costa rica	100% algodão	1 m	R\$ 17,00
Ribana	Costa rica	100% algodão	0,10 m	R\$ 1,70

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta de tamanho	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
etiqueta de composição	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
saco plástico	papelaria nerimar	transparente	1	R\$ 0,10

Figura 77 – Ficha técnica 4 parte 2

Fonte: Da autora

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Fechar recortes costas	overlock
02	Unir ombros	overlock
03	Pregar mangas	overlock
04	Fechar laterais	overlock
05	Fazer barra das mangas	galoneira
06	Fazer barra	galoneira
07	Pregar gola	overlock
08	Rebater gola	reta

Figura 78 – Ficha técnica 4 parte 3

Fonte: Da autora

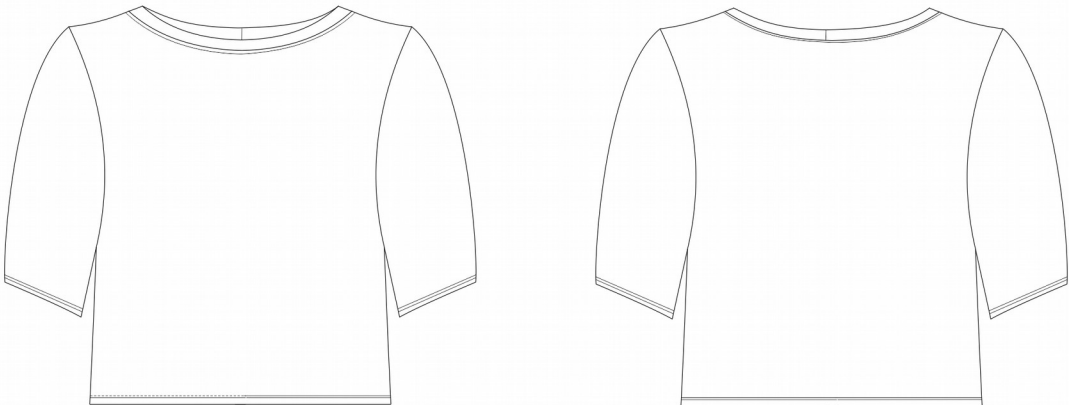
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 005 COLEÇÃO: Joy of the nineties PRODUTO: Camiseta curta	MARCA: Slick Rain TAMANHO PILOTO: M GRADE: P ao GG	ESTILISTA: Leticia Arruda MODELISTA: Vera DATA: 05/06/2015
		
Frente		Costas

Figura 79 – Ficha técnica 5 parte 1

Fonte: Da autora

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Meia malha	Costa rica	100% algodão	0,70 m	R\$ 12,00
Ribana	Costa rica	100% algodão	0,10 m	R\$ 1,70

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta de tamanho	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
etiqueta de composição	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
saco plástico	papelaria nerimar	transparente	1	R\$ 0,10

Figura 80 – Ficha técnica 5 parte 2

Fonte: Da autora

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Unir ombros	overlock
02	Pregar mangas	overlock
03	Fechar laterais	overlock
04	Fazer barra das mangas	galoneira
05	Fazer barra	galoneira
06	Pregar gola	overlock
07	Rebater gola	reta

Figura 81 – Ficha técnica 5 parte 3

Fonte: Da autora

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 006 COLEÇÃO: Joy of the nineties PRODUTO: Regata	MARCA: Slick Rain TAMANHO PILOTO: M GRADE: P ao GG	ESTILISTA: Leticia Arruda MODELISTA: Vera DATA: 05/06/2015
		
Frente		Costas

Figura 82 – Ficha técnica 6 parte 1

Fonte: Da autora

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Meia malha	Costa rica	100% algodão	0,70 m	R\$ 12,00
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta de tamanho	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
etiqueta de composição	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
saco plástico	papelaria nerimar	transparente	1	R\$ 0,10

Figura 83 – Ficha técnica 6 parte 2

Fonte: Da autora

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Unir ombros	overlock
02	Fechar laterais	overlock
03	Fazer barra	galoneira
04	Pregar gola	overlock
05	Rebater gola	reta
06	Pregar viés da cava	overlock
07	Rebater viés da cava	reta

Figura 84– Ficha técnica 6 parte 3

Fonte: Da autora

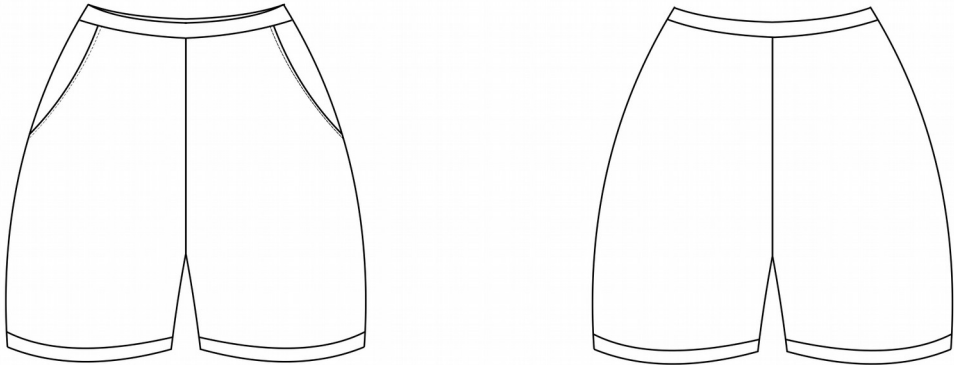
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 007 COLEÇÃO: Joy of the nineties PRODUTO: Shorts xadrez	MARCA: Slick Rain TAMANHO PILOTO: 40 GRADE: 36 ao 44	ESTILISTA: Leticia Arruda MODELISTA: Vera DATA: 05/06/2015
		
Frente		Costas

Figura 85 – Ficha técnica 7 parte 1

Fonte: Da autora

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Flanela	San Remo	100% algodão	1 m	R\$ 12,00
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Elástico	Bazar Tupi	Branco	70 cm	R\$ 1,00
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta de tamanho	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
etiqueta de composição	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
saco plástico	papelaria nerimar	transparente	1	R\$ 0,10

Figura 86 – Ficha técnica 7 parte 2

Fonte: Da autora

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Overlocar todas as partes	overlock
02	Rebater bolso frontal	reta
03	Pregar bolso embutido	reta
04	Fechar gancho	reta
05	Fechar laterais	reta
06	Fechar entrepernas	reta
07	Pregar cós	reta
08	Fazer barra	reta

Figura 87 – Ficha técnica 7 parte 3

Fonte: Da autora

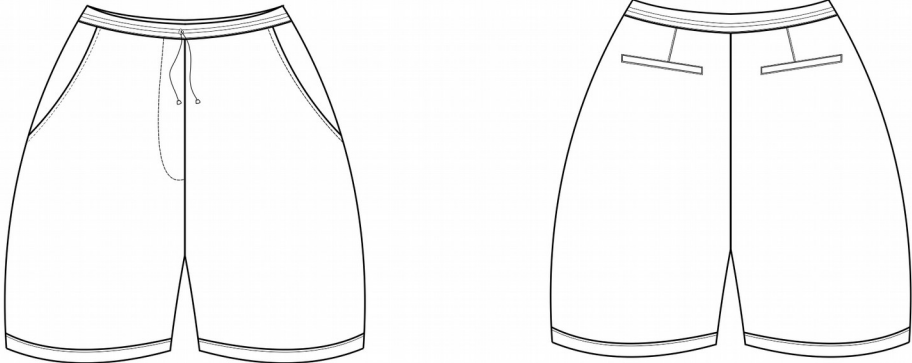
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 008 COLEÇÃO: Joy of the nineties PRODUTO: Shorts linho	MARCA: Slick Rain TAMANHO PILOTO: 40 GRADE: 36 ao 44	ESTILISTA: Leticia Arruda MODELISTA: Vera DATA: 05/06/2015
		
Frente		Costas

Figura 88 – Ficha técnica 8 parte 1

Fonte: Da autora

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Linho	Lojas Marcato	50% algodão 50% linho	1 m	R\$ 40,00
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Elástico	Bazar Tupi	Branco	70 cm	R\$ 1,00
Cordão	Bazar Tupi	Preto	1 m	R\$ 2,00
Ponteira	Bazar Tupi	Prata	2	R\$ 0,15
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta de tamanho	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
etiqueta de composição	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
saco plástico	papelaria nerimar	transparente	1	R\$ 0,10

Figura 89 – Ficha técnica 8 parte 2

Fonte: Da autora

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Overlocar todas as partes	overlock
02	Rebater bolso frontal	reta
03	Pregar bolso embutido	reta
04	Fazer J	reta
05	Fazer bolso embutido falso - traseira	reta
06	Fechar gancho	reta
07	Fechar laterais	reta
08	Fechar entrepernas	reta
09	Pregar cóis	reta
10	Fazer costuras para passar cordão	reta
11	Fazer barra	reta

Figura 90 – Ficha técnica 8 parte 3

Fonte: Da autora

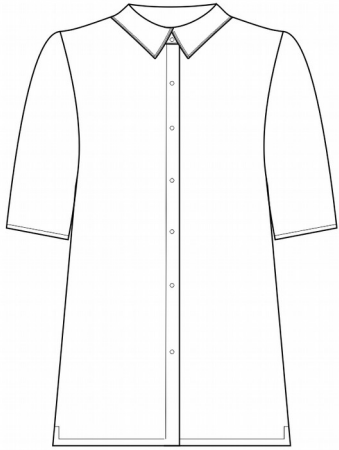
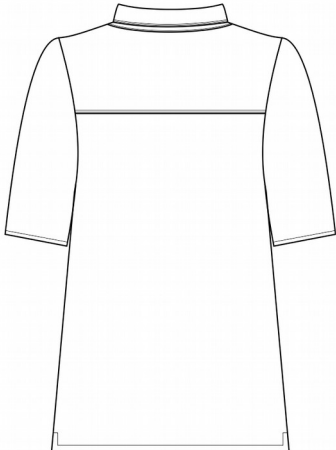
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 009 COLEÇÃO: Joy of the nineties PRODUTO: Camisa jeans	MARCA: Slick Rain TAMANHO PILOTO: M GRADE: P ao GG	ESTILISTA: Leticia Arruda MODELISTA: Vera DATA: 05/06/2015
		
Frente		Costas

Figura 91 – Ficha técnica 9 parte 1

Fonte: Da autora

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Jeans	Surf Girl	100% algodão	1 m	R\$ 20,00
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botões	Bazar Tupi	Transparente	7	R\$ 0,10
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta de tamanho	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
etiqueta de composição	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
saco plástico	papelaria nerimar	transparente	1	R\$ 0,10

Figura 92 – Ficha técnica 9 pate 2

Fonte: Da autora

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Overlocar todas as partes	overlock
02	Costurar vista - frente	reta
03	Costurar pala costas e rebater	reta
04	Unir ombros	reta
05	Fechar lateral	reta
06	Fazer barra	reta
07	Fazer barra da manga	reta
08	Pregar gola	reta
09	Rebater gola	reta

Figura 93 – Ficha técnica 9 parte 3

Fonte: Da autora

Figura 94 – Ficha técnica 10 parte 1

Fonte: Da autora

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Jeans	Surf Girl	100% algodão	1,5 m	R\$ 30,00
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Elástico	Bazar Tupi	Branco	1 m	R\$ 1,40
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta de tamanho	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
etiqueta de composição	etiquetas brasil	branco	1	R\$ 0,10
saco plástico	papelaria nerimar	transparente	1	R\$ 0,10

Figura 95 – Ficha técnica 10 parte 2

Fonte: Da autora

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Overlocar todas as partes	overlock
02	Rebater bolso frontal	reta
03	Costurar bolso embutido	reta
04	Costurar J	reta
05	Preparar bolso traseiro	reta
06	Pregar bolso nas costas	reta
07	Costurar gancho	reta
08	Costurar entrepernar	reta
09	Costurar laterais	reta
10	Fazer barra	reta
11	Costurar parte de cima - frente e rebater	reta
12	Costurar casinhas	reta
13	Costurar parte de cima - costas e rebater	reta
14	Unir parte de cima com parte de baixo	reta

Figura 96 – Ficha técnica 10 parte 3

Fonte: Da autora

6.9 PRANCHAS



Figura 97 – Prancha 1

Fonte: Da autora

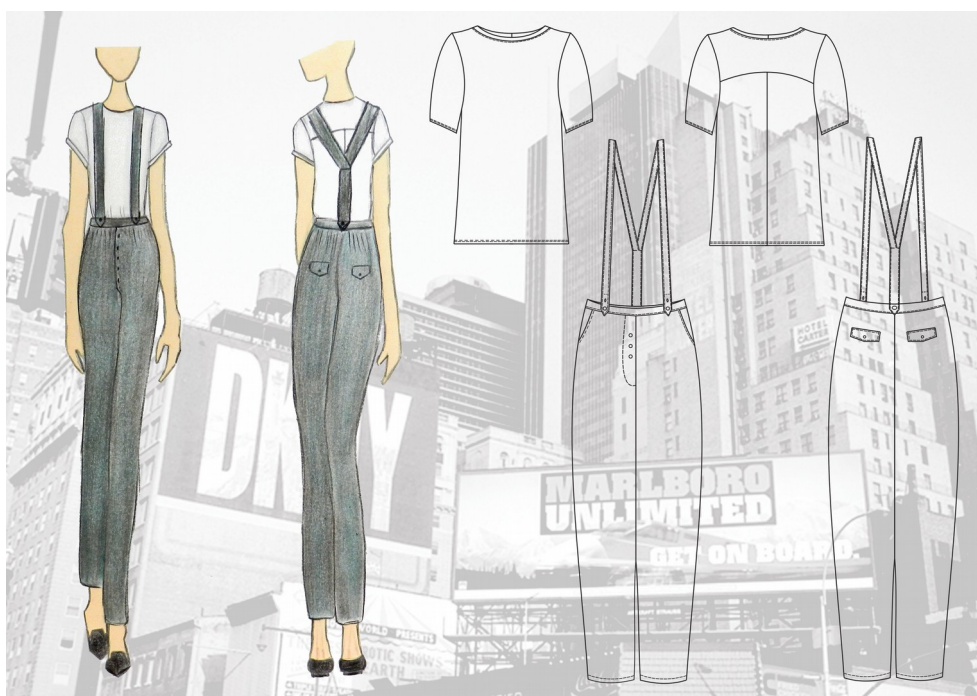


Figura 98 – Prancha 2

Fonte: Da autora



Figura 99 – Prancha 3

Fonte: Da autora



Figura 100 – Prancha 4

Fonte: Da autora



Figura 101 – Prancha 5

Fonte: Da autora



Figura 102 – Prancha 6

Fonte: Da autora

6.10 LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 103 – Look confeccionado 1

Fonte: Da autora



Figura 104 – Look confeccionado 2

Fonte: Da autora



Figura 105 – Look confeccionado 3

Fonte: Da autora



Figura 106 – Look confeccionado 4

Fonte: Da autora



Figura 107 – Look confeccionado 5

Fonte: Da autora



Figura 108 – Look confeccionado 6

Fonte: Da autora

6.11 DOSSIÊ ELETRÔNICO

6.11.1 Site

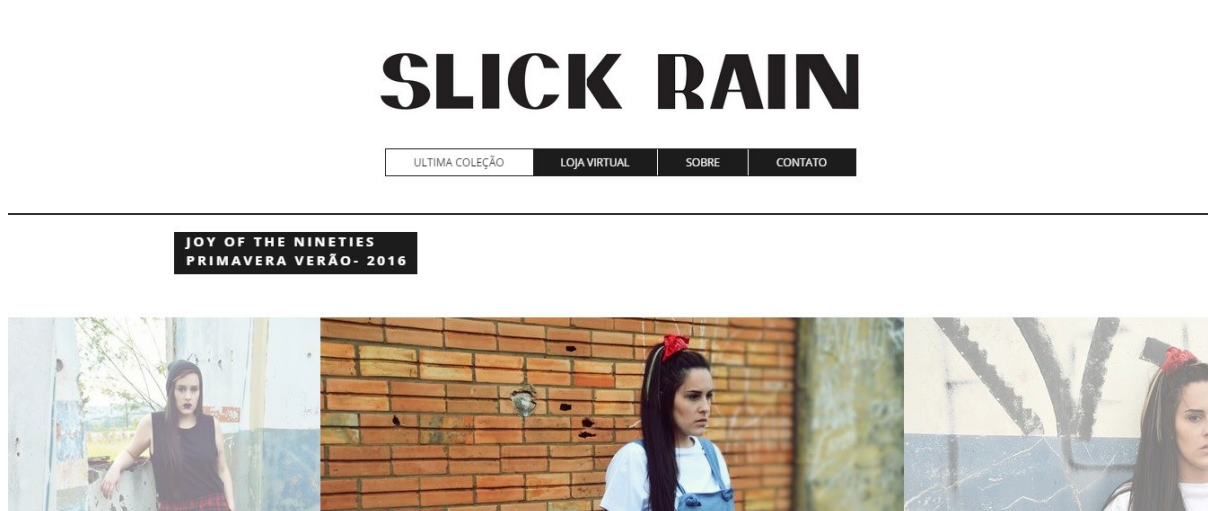


Figura 109 – Site

Fonte: Da autora

6.11.2 Catálogo



Figura 110 – Catálogo 1

Fonte: Da autora



Figura 111 – Catálogo 2

Fonte: Da autora



Figura 112 – Catálogo 3

Fonte: Da autora



Figura 113 – Catálogo 4

Fonte: Da autora



Figura 114 – Catálogo 5

Fonte: Da autora



Figura 115 – Catálogo 6

Fonte: Da autora



Figura 116 – Catálogo 7

Fonte: Da autora



Figura 117 – Catálogo 8

Fonte: Da autora

6.12 DESFILE

O desfile seguirá a ordem de: dois vestidos, duas calças e dois shorts, como visto na figura 118. O primeiro vestido conta com um detalhe em vinho, que se assemelha com o shorts xadrez do último *look*. O segundo vestido é da mesma cor e do mesmo tecido da primeira calça, que é usada com uma camiseta da mesma malha da mesma cor da segunda calça, sendo esta jeans, o mesmo que é usado na camisa do quinto *look*, composto por um shorts de linho preto, que é a mesma cor da regata usada com o último shorts. Observa-se a ligação entre todas as peças provocando a unidade nos *looks* da coleção.



Figura 118 – Ordem do desfile

Fonte: Da autora

A maquiagem usada pelas modelos será básica, sem muitos detalhes, nos pés, varia-se entre tênis, botas e sapatos. Os cabelos, por ordem, serão: solto

com franjinha e dividido ao meio, solto com franjinha e dividido de lado, jogado para o lado com a lateral raspada, meio rabo, dividido ao meio e dividido ao meio. Não serão usados acessórios.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica para a formulação dos capítulos da fundamentação teórica, os quais tratam da moda como forma de expressão, que cita como as pessoas expõe seus gostos pessoais, sentimentos e pensamentos na hora de se vestirem, da ligação entre o feminino e o masculino e da evolução da masculinização do vestuário feminino a partir do século XX até a atualidade.

Os métodos escolhidos foram imprescindíveis para que a pesquisa fosse aplicada de forma correta. Foi escolhida a análise de imagens para entender a fundo os gostos do público-alvo.

Em seguida foi criada uma marca baseada no público, a fim de atender suas necessidades. A inspiração da coleção faz jus ao conceito da marca. As gerações de alternativas foram baseadas nos anos 90, no conforto, na versatilidade, na moda masculina e acima de tudo no painel semântico produzido.

Observa-se durante a realização do trabalho, que todo aprendizado absorvido e toda a experiência adquirida durante os 6 períodos letivos na universidade são usados para a execução do mesmo.

Conclui-se, então, que o trabalho atingiu os objetivos gerais e específicos propostos. Após confeccionados os 6 *looks*, foram escolhidas 6 modelos de corpos distintos, elas experimentaram todas as peças e todas serviram, sendo assim, tirada a prova de que cada peça serve em, pelo menos dois, corpos diferentes.

A marca atendeu aos requisitos, ela atende os gostos do público, se encaixa nos conceitos da marca e baseia-se no tema e referência da coleção.

REFERÊNCIAS

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro. 2003.

BLACKMAN, Cally. **100 anos de moda**. São Paulo. 2012.

BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. São Paulo. 2009.

BRANDINI, Valéria. **Moda, comunicação e modernidade no século XIX. A fabricação sociocultural da imagem pública pela moda na era da industrialização**. São Paulo. 2009

CASTILHO, Khatia, MARTINS, Marcelo M. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**. São Paulo. 2005.

CASTILHO, Khatia. **Moda e linguagem**. São Paulo. 2004.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda (vestuário, comunicação e cultura)**. São Paulo. 2005.

GROSSI, Miriam Pillar. **Identidade de Gênero e sexualidade**. Santa Catarina. 1998.

HELLMANN, Aline Gazola. **A moda no século XXI: Para além da distinção social?**. Porto Alegre. 2009

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero – A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo. 2009

LOUISE NERY, Marie. **A evolução da indumentária: subsídios para criação de figurino**. 2003.

NASCIMENTO, Edilberto Vinícius Brito. **O Discurso da Identidade de Gênero e a Visualidade Eletrônica em “Tomboy”**. João Pessoa. 2014

SILVA, Edna Lúcia, MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e**

Elaboração de Dissertação. Florianópolis. 2005.

REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda 1990.** 2014.

RESENDE, Daiane Carnelos. **Refletindo o filme *tomboy* à luz dos “saberes subalternos”.** Curitiba. 2014

CALÇA BLOOMER. Disponível em <<https://pedalinas.wordpress.com/2011/12/15/a-bicicleta-e-a-calca/>> **Acesso:** 03/11/2014.

SILHUETA MARCADA. Disponível em <<http://operabrasileirastresser.blogspot.com.br/2014/02/belle-epoque-maquagem-em-1909-1912.html>> **Acesso:** 03/11/2014.

DÉCADA DE 10. Disponível em <<http://femininu.blogspot.com.br/2012/01/moda-1910.html>> **Acesso:** 03/11/2014.

DÉCADA DE 20. Disponível em <<http://www.teoriacriativa.com/para-inspirar-moda-na-decada-de-1920/>> **Acesso:** 03/11/2014.

DÉCADA DE 30. Disponível em <<http://femininu.blogspot.com.br/2012/01/moda-na-decada-de-30.html>> **Acesso:** 03/11/2014.

COCO CHANEL. Disponível em <<http://mybestwish.com.br/blog/coco-chanel-minha-inspiracao/>> **Acesso:** 03/11/2014.

DÉCADA DE 40. Disponível em <<http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/moda-e-cidadania-%E2%80%93-30-aos-50-do-direito-ao-voto-a-silhueta-sedutora-parte-2-3/>> **Acesso:** 03/11/2014.

OMBROS MARCADOS. Disponível em <<http://www.semespartilhos.com.br/2012/04/26/moda-no-tempo-anos-40/>> **Acesso:** 03/11/2014.

NEW look. Disponível em <<http://thedreamstress.com/2011/12/terminology-what-is->

a-picturehat/christian-diors-new-look-1947/> **Acesso:** 03/11/2014.

DÉCADA DE 50. Disponível em <<http://modaporlaurab.com.br/site/?p=3012>>
Acesso: 03/11/2014.

AUDREY HEPBURN. Disponível em
<<http://blog.morumbishopping.com.br/cultura/icones-femininos-imagens/>> **Acesso:**
03/11/2014.

TWIGGY. Disponível em <<http://www.taringa.net/posts/info/10074514/Twiggy---Icono-de-la-moda-delos-60-s.html>> **Acesso:** 03/11/2014.

DÉCADA DE 70. Disponível em <<http://costumei.com/hippie-costumes>> **Acesso:**
03/11/2014.

PUNKS. Disponível em <<http://galleryhip.com/70s-punks.html>> **Acesso:** 03/11/2014.

GRACE JONES. Disponível em <<http://jesuzx.tumblr.com/post/93512824432/grace-jones-by-jean-paul-goudefor-nightclubbing>> **Acesso:** 03/11/2014.

PESQUISA DOCUMENTAL. Disponível em <<http://streetstyle.tumblr.com/>> **Acesso:**
09, 10,11/03/2015.

PESQUISA DOCUMENTAL. Disponível em <<http://the-streetstyle.tumblr.com/>>
Acesso: 09, 10,11/03/2015.

PESQUISA DOCUMENTAL. Disponível em <<http://rosy-wood.tumblr.com/>> **Acesso:**
09, 10,11/03/2015.

PESQUISA DOCUMENTAL. Disponível em <<http://what-id-wear.com/>> **Acesso:** 09,
10,11/03/2015.

FONTE PARA LOGO (MODIFICADA PELO AUTOR). Disponível em
<<http://www.dafont.com/pt/>> **Acesso:** 15/03/2015.

IMAGENS PARA PAINEL SEMÂNTICO (MODIFICADAS PELO AUTOR)
<<http://www.tumblr.com/>> **Acesso:** 15/03/2015.

PESQUISA DE MACROTENDÊNCIA. Disponível em <<http://www.faithpopcorn.com/>>
Acesso: 17/03/2015.

PESQUISA DE MICROTENDÊNCIAS. Disponível em
<<http://www.sitedebelezaemoda.com.br/tendencias-de-moda-para-o-verao-2015/>>
Acesso: 17/03/2015.

PESQUISA DE MICROTENDÊNCIAS. Disponível em <<http://www.agrund.com/as-tendencias-da-primavera-verao-2015/>> **Acesso:** 17/03/2015.

PESQUISA DE MICROTENDÊNCIAS. Disponível em
<<http://www.feminina.pt/tendencias-primavera-verao/>> **Acesso:** 17/03/2015.

PESQUISA DE MICROTENDÊNCIAS. Disponível em
<<http://viroutendencia.com/tag/tendencias-primaveraverao-2015/>> **Acesso:**
17/03/2015.

IMAGENS PARA CARTELA DE MATERIAIS. Disponível em
<<http://www.metatex.com.br/administrativo/secure/imagens/264201391945873.jpg>>
Acesso: 30/03/2015.

IMAGENS PARA CARTELA DE MATERIAIS. Disponível em
<<http://eliizetwo.com.br/wp-content/uploads/2014/05/moletom.jpg>> **Acesso:**
30/03/2015.

IMAGENS PARA CARTELA DE MATERIAIS. Disponível em
<http://i00.i.aliimg.com/img/pb/409/268/370/370268409_090.jpg> **Acesso:**
30/03/2015.

IMAGENS PARA CARTELA DE MATERIAIS. Disponível em
<<http://www.crieecosture.com.br/design/imagens/sistemas/produtos/2deb490070253fc1e526f4c98b6e75ca/ampliacao/8652.jpg>> **Acesso:** 30/03/2015.

IMAGENS PARA CARTELA DE MATERIAIS. Disponível em
<http://st.depositphotos.com/1332421/3064/i/950/depositphotos_30645807-Blue-denim-jeans-texture.jpg> **Acesso:** 30/03/2015.

IMAGENS PARA CARTELA DE MATERIAIS. Disponível em
<https://decoreaqui.files.wordpress.com/2010/03/sarja_cafe_798.jpg> **Acesso:**
30/03/2015.

IMAGENS PARA CARTELA DE MATERIAIS. Disponível em
<http://www.golport.com.br/images/background_meiamalha.jpg> **Acesso:**
30/03/2015.

IMAGENS PARA CARTELA DE MATERIAIS. Disponível em
<<http://img.elo7.com.br/product/original/78916A/calca-de-flanela-xadrez-vermelha.jpg>> **Acesso:** 19/05/2015.

IMAGENS PARA CARTELA DE MATERIAIS. Disponível em
<<http://www.gjtecidos.com.br/images/product/24-130-00006-C1GG.JPG>> **Acesso:**
19/05/2015.

DEFINIÇÃO DE TOMBOY. Disponível em
<<http://cinegarimpo.com.br/tomboy/#sthash.4dcf3Ah8.dpbs>> **Acesso:** 26/05/2015

ANEXO A – PESQUISA DE IMAGENS



Figura 119 – Pesquisa de imagem 1
Fonte: Tumblr



Figura 120 – Pesquisa de imagem 2
Fonte: Tumblr



Figura 121 – Pesquisa de imagem 3
Fonte: Tumblr



Figura 122 – Pesquisa de imagem 4
Fonte: Tumblr



Figura 123 – Pesquisa de imagem 5
Fonte: Tumblr



Figura 124 – Pesquisa de imagem 6
Fonte: Tumblr



Figura 125 – Pesquisa de imagem 7
Fonte: Tumblr



Figura 126 – Pesquisa de imagem 8
Fonte: Tumblr



Figura 127 – Pesquisa de imagem 9
Fonte: Tumblr



Figura 128 – Pesquisa de imagem 10
Fonte: Tumblr



Figura 129 – Pesquisa de imagem 11
Fonte: Tumblr



Figura 130 – Pesquisa de imagem 12
Fonte: Tumblr



Figura 131 – Pesquisa de imagem 13

Fonte: Tumblr



Figura 132 – Pesquisa de imagem 14

Fonte: Tumblr



Figura 133 – Pesquisa de imagem 15

Fonte: Tumblr



Figura 134 – Pesquisa de imagem 16

Fonte: Tumblr



Figura 135 – Pesquisa de imagem 17
Fonte: Tumblr



Figura 136 – Pesquisa de imagem 18
Fonte: Tumblr



Figura 137 – Pesquisa de imagem 19
Fonte: Tumblr



Figura 138 – Pesquisa de imagem 20
Fonte: Tumblr



Figura 139 – Pesquisa de imagem 21
Fonte: Tumblr



Figura 140 – Pesquisa de imagem 22
Fonte: Tumblr



Figura 141 – Pesquisa de imagem 23
Fonte: Tumblr



Figura 142 – Pesquisa de imagem 24
Fonte: Tumblr



Figura 143 – Pesquisa de imagem 25
Fonte: Tumblr



Figura 144 – Pesquisa de imagem 26
Fonte: Tumblr



Figura 145 – Pesquisa de imagem 27
Fonte: Tumblr



Figura 146 – Pesquisa de imagem 28
Fonte: Tumblr



Figura 147 – Pesquisa de imagem 29

Fonte: Tumblr



Figura 148 – Pesquisa de imagem 30

Fonte: Tumblr



Figura 149 – Pesquisa de imagem 31

Fonte: Tumblr



Figura 150 – Pesquisa de imagem 32

Fonte: Tumblr



Figura 151 – Pesquisa de imagem 33
Fonte: Tumblr



Figura 152 – Pesquisa de imagem 34
Fonte: Tumblr



Figura 153 – Pesquisa de imagem 35
Fonte: Tumblr



Figura 154 – Pesquisa de imagem 36
Fonte: Tumblr



Figura 155 – Pesquisa de imagem 37
Fonte: Tumblr



Figura 156 – Pesquisa de imagem 38
Fonte: Tumblr



Figura 157 – Pesquisa de imagem 39
Fonte: Tumblr



Figura 158 – Pesquisa de imagem 40
Fonte: Tumblr



Figura 159 – Pesquisa de imagem 41
Fonte: Tumblr



Figura 160 – Pesquisa de imagem 42
Fonte: Tumblr



Figura 161 – Pesquisa de imagem 43
Fonte: Tumblr



Figura 162 – Pesquisa de imagem 44
Fonte: Tumblr



Figura 163 – Pesquisa de imagem 45
Fonte: Tumblr



Figura 164 – Pesquisa de imagem 46
Fonte: Tumblr



Figura 165 – Pesquisa de imagem 47
Fonte: Tumblr



Figura 166 – Pesquisa de imagem 48
Fonte: Tumblr



Figura 167 – Pesquisa de imagem 49
Fonte: Tumblr



Figura 168 – Pesquisa de imagem 50
Fonte: Tumblr



Figura 169 – Pesquisa de imagem 51
Fonte: Tumblr



Figura 170 – Pesquisa de imagem 52
Fonte: Tumblr



Figura 171 – Pesquisa de imagem 53
Fonte: Tumblr



Figura 172 – Pesquisa de imagem 54
Fonte: Tumblr



Figura 173 – Pesquisa de imagem 55
Fonte: Tumblr



Figura 174 – Pesquisa de imagem 56
Fonte: Tumblr



Figura 175 – Pesquisa de imagem 57
Fonte: Tumblr



Figura 176 – Pesquisa de imagem 58
Fonte: Tumblr



Figura 177 – Pesquisa de imagem 59
Fonte: Tumblr



Figura 178 – Pesquisa de imagem 60
Fonte: Tumblr



Figura 179 – Pesquisa de imagem 61
Fonte: Tumblr



Figura 180 – Pesquisa de imagem 62
Fonte: Tumblr



Figura 181 – Pesquisa de imagem 63
Fonte: Tumblr



Figura 182 – Pesquisa de imagem 64
Fonte: Tumblr



Figura 183 – Pesquisa de imagem 65
Fonte: Tumblr



Figura 184 – Pesquisa de imagem 66
Fonte: Tumblr