

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

CAMILA KICHEL
DANIELA BONIOLO

DÂNDI CONTEMPORÂNEO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2015

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

CAMILA KICHEL

DANIELA BONIOLO

DÂNDI CONTEMPORÂNEO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Patricia C. Harger.

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° 156

Dândi contemporâneo

por

CAMILA KICHEL

DANIELA BONIOLO

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos dezenove dias do mês de junho do ano de dois mil e quinze, às dezenove 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. As candidatas foram arguidas pela banca examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a banca examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) PATRÍCIA HELENA CAMPESTRINI HARGER –
ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) CARLA HIDALGO CAPELASSI – EXAMINADOR(A)

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

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

[Digite texto]

RESUMO

BONIOLO, Daniela; KICHEL, Camila. Dândi Contemporâneo. 2015. 171 f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso II) – Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2015.

O estilo dândi que surgiu no século XIX por Beau Brummel atualmente cedeu espaço a uma releitura com características contemporâneas que trataremos nesse escopo, o Neodândi. Os dândis surgiram como uma reação de contracultura à imposição do padrão de vestimenta imposto por Napoleão Bonaparte. O estilo dândi contemporâneo agrega adeptos do gênero masculino e feminino, tanto como forma de protesto ao arquétipo padrão da beleza (no caso feminino) e como ato de ditadores da moda masculina. Em ambos os casos, o dândi se veste baseado no terno masculino: as peças que mais se destacam são feitas em alfaiataria, geralmente sob medida, combinados com acessórios diversos, como chapéus, colares, anéis, pulseiras e, indispensavelmente, gravatas e sapatos. Pensando na necessidade deste público, foi desenvolvida a marca “Butler” de roupas masculinas, através de pesquisa exploratória com abordagem qualitativa.

Palavras chave: Neodândis. Moda Masculina. Estilo. Tendência.

ABSTRACT

BONIOLO, Daniela; KICHEL, Camila. Contemporary Dandy. In 2015. 171 p. Monograph (Work Completion Course II) – Course of Technology in Fashion Design, Federal Technological University of Paraná. Apucarana, 2015.

The dandy style that arrived in the nineteenthth century by Beau Brummel now give a way to reinterpretation that will manage with contemporary features in this scope, the Neodandy . The dandies have emerged as a counter- reaction to the standard imposition of dress imposed by Napoleon Bonaparte. The contemporary dandy style combines male and female fans, both in protest to the standard of beauty archetype (in female case) and for men, like a fashion ditactors. In both cases, the dandy's outfit is based in male suit: the pieces that stand out are made in tailoring, combined with accessories like hats, necklaces, rings , bracelets and, indispensably, ties and formal shoes. Thinking in the need for this public, was developed the menswear brand "Butler" about exploratory research with a qualitative approach.

Keywords: Neodandies. Male Fashion. Style. Trend.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – George Brummel	16
Figura 2 – Padronagem Príncipe de Gales	21
Figura 3 – Padronagem espinha de peixe	21
Figura 4 – Padronagem olhos de perdiz	21
Figura 5 – Padronagem tweed	21
Figura 6 – Padronagem risca de giz	22
Figura 7 – Padronagem xadrez	22
Figura 8 – Nós clássicos de gravata	23
Figura 9 - Logomarca da Butler	37
Figura 10 – Sacola da Butler	41
Figura 11 – Imagem do Público Alvo	42
Figura 12 – Vincent Cassel no filme francês, “La Belle et la Bête”	44
Figura 13 – Cartela de cores	45
Figura 14 – Sarja	46
Figura 15 – Oxford	46
Figura 16 – Tafetá	46
Figura 17 – Jacquard	46
Figura 18 – Malha	47
Figura 19 – Tricoline	47
Figura 20 – Veludo cotelê	47
Figura 21 – Viscose	47

Figura 22 – Renda	48
Figura 23 – Pêlo	48
Figura 24 – Shapes da Coleção Inverno 2016 da Butler	49
Figura 25 – Painel semântico da coleção Reflexos	51
Figura 26 – Alternativa 1	52
Figura 27 – Alternativa 2	53
Figura 28 – Alternativa 3	54
Figura 29 – Alternativa 4	55
Figura 30 – Alternativa 5	56
Figura 31 – Alternativa 6	57
Figura 32 – Alternativa 7	58
Figura 33 – Alternativa 8	59
Figura 34 – Alternativa 9	60
Figura 35 – Alternativa 10	61
Figura 36 – Alternativa 11	62
Figura 37 – Alternativa 12	63
Figura 38 – Alternativa 13	64
Figura 39 – Alternativa 14	65
Figura 40 – Alternativa 15	66
Figura 41 – Alternativa 16	67
Figura 42 – Alternativa 17	68
Figura 43 – Alternativa 18	69

[Digite texto]

Figura 44 – Alternativa 19	70
Figura 45 – Alternativa 20	71
Figura 46 – Alternativa 21	72
Figura 47 – Alternativa 22	73
Figura 48 – Alternativa 23	74
Figura 49 – Alternativa 24	75
Figura 50 – Alternativa 25	76
Figura 51 – Alternativas selecionadas para confecção	77
Figura 52 – Alternativas selecionadas para confecção	77
Figura 53 – Ficha técnica Polo Robert	78
Figura 54 – Ficha técnica Polo Robert	79
Figura 55 – Ficha técnica Polo Robert	80
Figura 56 – Ficha técnica Polo Robert	81
Figura 57 – Ficha técnica Colete Robert I	82
Figura 58 – Ficha técnica Colete Robert I	83
Figura 59 – Ficha técnica Colete Robert I	84
Figura 60 – Ficha técnica Colete Robert I	85
Figura 61 – Ficha técnica Colete Robert II	86
Figura 62 – Ficha técnica Colete Robert II	87
Figura 63 – Ficha técnica Colete Robert II	88
Figura 64 – Ficha técnica Colete Robert II	89
Figura 65 – Ficha técnica Calça Robert	90

[Digite texto]

Figura 66 – Ficha técnica Calça Robert	91
Figura 67 – Ficha técnica Calça Robert	92
Figura 68 – Ficha técnica Calça Robert	93
Figura 69 – Ficha técnica Camisa Adam	94
Figura 70 – Ficha técnica Camisa Adam	95
Figura 71 – Ficha técnica Camisa Adam	96
Figura 72 – Ficha técnica Camisa Adam	97
Figura 73 – Ficha técnica Colete Adam	98
Figura 74 – Ficha técnica Colete Adam	99
Figura 75 – Ficha técnica Colete Adam	100
Figura 76 – Ficha técnica Colete Adam	101
Figura 77 – Ficha técnica Calça Adam	102
Figura 78 – Ficha técnica Calça Adam	103
Figura 79 – Ficha técnica Calça Adam	104
Figura 80 – Ficha técnica Calça Adam	105
Figura 81 – Ficha técnica Blazer Andy	106
Figura 82 – Ficha técnica Blazer Andy	107
Figura 83 – Ficha técnica Blazer Andy	108
Figura 84 – Ficha técnica Blazer Andy	109
Figura 85 – Ficha técnica Calça Andy	110
Figura 86 – Ficha técnica Calça Andy	111
Figura 87 – Ficha técnica Calça Andy	112

[Digite texto]

Figura 88 – Ficha técnica Calça Andy	113
Figura 89 – Ficha técnica Camisa Andy	114
Figura 90 – Ficha técnica Camisa Andy	115
Figura 91 – Ficha técnica Camisa Andy	116
Figura 92 – Ficha técnica Camisa Andy	117
Figura 93 – Ficha técnica Colete Andy	118
Figura 94 – Ficha técnica Colete Andy	119
Figura 95 – Ficha técnica Colete Andy	120
Figura 96 – Ficha técnica Colete Andy	121
Figura 97 – Ficha técnica Casaco Sherlock	122
Figura 98 – Ficha técnica Casaco Sherlock	123
Figura 99 – Ficha técnica Casaco Sherlock	124
Figura 100 – Ficha técnica Casaco Sherlock	125
Figura 101 – Ficha técnica Camiseta Sherlock	126
Figura 102 – Ficha técnica Camiseta Sherlock	127
Figura 103 – Ficha técnica Camiseta Sherlock	128
Figura 104 – Ficha técnica Camiseta Sherlock	129
Figura 105 – Ficha técnica Calça Sherlock	130
Figura 106 – Ficha técnica Calça Sherlock	131
Figura 107 – Ficha técnica Calça Sherlock	132
Figura 108 – Ficha técnica Calça Sherlock	133
Figura 109 – Ficha técnica Calça Bleu	134

[Digite texto]

Figura 110 – Ficha técnica Calça Bleu	135
Figura 111 – Ficha técnica Calça Bleu	136
Figura 112 – Ficha técnica Calça Bleu	137
Figura 113 – Ficha técnica Camisa Bleu	138
Figura 114 – Ficha técnica Camisa Bleu	139
Figura 115 – Ficha técnica Camisa Bleu	140
Figura 116 – Ficha técnica Camisa Bleu	141
Figura 117 – Ficha técnica Colete Bleu I	142
Figura 118 – Ficha técnica Colete Bleu I	143
Figura 119 – Ficha técnica Colete Bleu I	144
Figura 120 – Ficha técnica Colete Bleu I	145
Figura 121 – Ficha técnica Colete Bleu II	146
Figura 122 – Ficha técnica Colete Bleu II	147
Figura 123 – Ficha técnica Colete Bleu II	148
Figura 124 – Ficha técnica Colete Bleu II	149
Figura 125 – Ficha técnica <i>Chemisier</i> Ronnie	150
Figura 126 – Ficha técnica <i>Chemisier</i> Ronnie	151
Figura 127 – Ficha técnica <i>Chemisier</i> Ronnie	152
Figura 128 – Ficha técnica <i>Chemisier</i> Ronnie	153
Figura 129 – Ficha técnica Calça Ronnie	154
Figura 130 – Ficha técnica Calça Ronnie	155
Figura 131 – Ficha técnica Calça Ronnie	156

[Digite texto]

Figura 132 – Ficha técnica Calça Ronnie	157
Figura 133 – Layout do site da Butler	158

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – <i>Mix</i> de coleção	50
----------------------------------------	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Idade do Público Alvo	26
Gráfico 2 – Profissões do Público Alvo	27
Gráfico 3 – Renda mensal do Público Alvo	28
Gráfico 4 – Acompanhamento de tendências de moda pelo Público Alvo	29
Gráfico 5 – Locais frequentados pelo Público Alvo	30
Gráfico 6 – Marcas de moda usadas pelo Público Alvo	31
Gráfico 7 – Cores e padrões para ternos e produtos em alfaiataria usados pelo Público Alvo	32
Gráfico 8 – Características que o Público Alvo mais valoriza no ato da compra de roupas	33
Gráfico 9 – Acessórios comumente usados pelo Público Alvo	34
Gráfico 10 – Valores que o Público Alvo dispensaria por um produto em alfaiataria	35
Gráfico 11 – Escolha de imagens que definam o estilo do Público Alvo	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	18
1.1 PROBLEMA	19
1.2 OBJETIVO GERAL	19
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
1.4 JUSTIFICATIVA	19
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	21
2.1 A CONTRACULTURA DÂNDI.....	21
2.2 O CULTO ÀS APARÊNCIAS.....	22
2.3 DÂNDIS CONTEMPORÂNEOS	25
2.3.1 ALFAIATARIA	26
2.4 O TERNO MASCULINO.....	27
2.4.1 TECIDOS E PADRONAGENS PARA TERNOS.....	28
2.4.2 COLARINHOS E GRAVATAS.....	30
2.5 MODA E COMPORTAMENTO.....	31
3 METODOLOGIA.....	33
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	33
3.2 PESQUISA DE CAMPO	33
3.3 ANÁLISE DE DADOS.....	34
3.4 PROJEÇÃO DA COLEÇÃO	44
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO.....	45
4.1 A EMPRESA	45
4.1.1 PORTE	45
4.1.2 MARCA	45
4.1.3 CONCEITO DA MARCA.....	46
4.1.4 SEGMENTO.....	46
4.1.5 DISTRIBUIÇÃO	46
4.1.6 CONCORRENTES DIRETOS E INDIRETOS	46
4.1.7 SISTEMA DE VENDA	47
4.1.8 PONTO DE VENDA	47
4.1.9 PREÇOS PRATICADOS	47
4.1.10 MARKETING	47
4.1.10.1 PRODUTO	47
4.1.10.2 PREÇO.....	47
4.1.10.3 PROMOÇÃO	48

4.1.10.4 PRAÇA	48
4.1.11 PROMOÇÃO, PLANEJAMENTO VISUAL E EMBALAGEM.....	48
4.2 PÚBLICO ALVO	49
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS	51
4.3.1 MACROTENDÊNCIA	51
4.3.2 MICROTENDÊNCIA.....	51
5 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO.....	51
5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	51
5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO.....	52
5.2.1 CONCEITO DA COLEÇÃO	52
5.2.2 NOME DA COLEÇÃO	52
5.2.3 REFERÊNCIA DA COLEÇÃO	52
5.2.4 CORES.....	53
5.2.5 MATERIAIS	54
5.2.6 FORMAS E ESTRUTURAS	56
5.2.7 TECNOLOGIAS	56
5.2.8 <i>MIX</i> DE COLEÇÃO.....	57
5.3 PAINEL SEMÂNTICO	58
6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	59
6.1 ALTERNATIVAS SELECIONADAS.....	84
6.2 FICHAS TÉCNICAS	85
6.2.1 <i>LOOK I</i> – ROBERT.....	85
6.2.2 <i>LOOK II</i> – ADAM.....	101
6.2.3 <i>LOOK III</i> – ANDY	113
6.2.4 <i>LOOK IV</i> – SHERLOCK	129
6.2.5 <i>LOOK V</i> – BLEU.....	141
6.2.6 <i>LOOK VI</i> – RONNIE	157
7 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE).....	165
CONSIDERAÇÕES FINAIS	166
REFERÊNCIAS.....	167
APÊNDICES.....	169

1 INTRODUÇÃO

O comportamento humano está distribuído nos mais variados padrões ou modelos que a própria sociedade impõe para que o indivíduo seja aceito nos grupos sociais. Muitas influências e comportamentos nascem de pessoas que, de uma forma ou de outra, servem de exemplo e inspiração para outros indivíduos que estão inseridos na sociedade.

Algumas influências e comportamentos conseguem atravessar os séculos, reinventar-se e determinar padrões, principalmente no mercado da moda. Um grande exemplo disso é a pessoa de George Brummel, precursor do dandismo: no século XIX visto como um movimento de contracultura, que foi se adaptando conforme a revolução industrial e mudanças culturais, chegando ao século XXI como base do guarda-roupa masculino e sinônimo de estilo.

Observando este nicho de mercado na moda – um público masculino que valoriza a estética da roupa – e sua crescente procura e demanda, conclui-se que a oferta ainda é pouco explorada. Já que para o público em destaque, a estética das marcas paralela a qualidade do produto é muito importante.

As empresas estão cada vez mais cercadas de desafios no mercado moderno e um deles é exatamente criar e desenvolver algo para ter uma vantagem competitiva e duradoura em relação à concorrência. Sendo assim, a marca e o produto são fortes aliados capazes de promover esta vantagem.

Dessa forma, o objetivo deste trabalho é criar uma marca alternativa para homens contemporâneos baseada nos conceitos de alfaitaria, valorizando detalhes e qualidade em trajes urbanos inspirados na estética dândi.

1.1 PROBLEMA

Como readequar o traje social masculino ao estilo dândi contemporâneo, ressaltando elegância e mantendo custo acessível ao público alvo?

1.2 OBJETIVO GERAL

Criar uma marca para homens modernos que apreciam elegância e refinamento, com preços acessíveis, valorizando acabamento e qualidade em trajes urbanos inspirados na estética dândi.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Pesquisar o surgimento do dandismo e sua contextualização histórica;
- Abordar aspectos relativos ao traje social masculino;
- Estudar o estilo dândi contemporâneo e seus adeptos;
- Desenvolver uma marca e coleção baseada nos dândis contemporâneos.

1.4 JUSTIFICATIVA

Justifica-se este trabalho pela necessidade de atender o público masculino que busca a elegância no cotidiano, pelo baixo número de marcas especializadas na estética dândi¹ e a crescente presença da figura masculina no mundo da moda. Além disso, as marcas existentes desse segmento são

¹ A “Fine and Dandy Shop” e a “Gentleman’s Emporium” são exemplos de marcas de roupas masculinas baseadas na estética do dandismo.

voltadas a um público elitista, o que pode ser uma causa do baixo consumo deste estilo. O público alvo analisado localiza-se na região de Londrina e Pato Branco, devido a estas duas cidades estarem localizadas no interior do estado do Paraná, há muita dificuldade por parte deste público manter-se na estética dândi. Baseado nisso, o projeto visa alcançar maior público através do preço de consumo e instalação de loja física na cidade de Londrina – PR.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A CONTRACULTURA DÂNDI

Contracultura, de acordo com Cavalcante (2009) é “uma subcultura que se define em oposição à cultura dominante, numa postura transgressora”. Este ideal de contracultura surgiu após a Revolução Francesa, devido à revolta do povo contra a realeza, pelos altos impostos cobrados e gastos exorbitantes em futilidades, então, Napoleão Bonaparte impôs padrões de vestimenta masculinos e femininos, abrangendo todas as classes sociais, contendo a fúria revoltosa dos menos favorecidos. O vestuário masculino acaba por mudar tanto na forma como na essência: seus maiores princípios eram praticidade e simplicidade, como também afirma Barthes (2005). Porém, a nobreza, descontente, tenta burlar esse padronamento, procurando distinção nas vestimentas, através de uma nova categoria estética: o detalhe. Botões, tecidos, fivelas e nós de gravata diferenciados, em materiais nobres e elegantes traduziam o bom gosto e posição social elevada para os recém surgidos dândis.

Já que não se podia mudar o tipo fundamental do vestuário masculino sem atentar contra o princípio democrático e laborioso, foi o *detalhe* (“um nada”, “um não-sei-o-quê”, “um jeito” etc.) que assumiu toda a função distintiva da indumentária: um nó de gravata, um tecido de camisa, botões de um colete, a fivela de um sapato passaram então a ser suficientes para marcar as mais finas diferenças sociais. (BARTHES, 2005, p. 346)

É neste palco pós Revolução Francesa que o homem distinto, o dândi, aquele que eleva a distinção ao idealismo e ao conceito absoluto surge. Segundo Bastos (2012), a etimologia da palavra dândi surgiu de uma gíria do período napoleônico: “jack-a-dândy”, referente a homens presunçosos, porém elegantes. O movimento de contracultura dândi é associado à busca pelo prazer e excessiva preocupação com a aparência, embora para os adeptos, o estilo simbolizava superioridade mental. A partir desta conceituação, pode-se [Digite texto]

fazer um paralelo ao mito grego de Narciso, já que assim como os dândis, o jovem Narciso se considerava superior por sua aparência bela e, na busca de seu próprio prazer, apaixonava-se por si mesmo.

O surgimento do dandismo deve-se a um homem: George Bryan Brummel. Bollon (1993) narra que o fundador desta contracultura era um simples plebeu, que não possuía títulos nem brasões. Nascido em Londres, no dia 7 de junho de 1778, falecido em 29 de março de 1840, no asilo Bom Sauveur de Caen, vítima de loucura. Brummel usou a boa educação que recebeu na escola de Eton, fundada na Inglaterra por Henrique VI e, posteriormente, em Oxford, para influenciar toda a aristocracia no quesito elegância e boas maneiras, acabou por tornar-se o protegido do príncipe de Gales e árbitro da elegância de sua época.

Ainda de acordo com Bollon (1993), para Brummel, a elegância que pregava estava acima de qualquer aristocrata, era um estado de espírito. Apesar de ter convivido durante muito tempo com a nobreza e de sua amizade com o rei Jorge IV, do Reino Unido, nunca sequer mencionou ou exigiu que lhe fossem dados títulos nobres. Mesmo quando se desentendeu com o rei Jorge IV, apesar de estar em desfavor, Brummel ainda era requisitado na sociedade aristocrata, tanto nas conversas como em questões de etiqueta. Alguns hesitavam em convidar o rei para bailes e banquetes, a desagradar Brummel, embora este sempre demonstrasse a maior indiferença em suas relações.

O dândi Brummel raramente revelava seus sentimentos, mantinha sempre a postura de arrogância e a máscara de homem elegante, além de apreciar a arte da ironia. Além disso, preferiu não escrever suas memórias, ficando conhecido apenas pelo que escritores relataram a seu respeito.

2.2 O CULTO ÀS APARÊNCIAS

Influenciado pelo surgimento dos dândis, o século XVIII é marcado por trajes compostos de “fraque, camisa branca, coletes curtos e com formatos
[Digite texto]

quadrados e calças justas, que precisavam ter cintura alta para que o colete se sobrepusesse a elas” (BASTOS, 2012, p. 7).

As cores das roupas se limitavam aos tons de preto, azul escuro e branco, pois as mesmas denotavam qualidades, sobretudo “morais”, um sonho de aristocracia “ideal”, de acordo com Bollon (1993). Os calçados usados eram botas de montaria durante o dia e scarpins para eventos noturnos. Em ambientes externos também eram usados acessórios como luvas, capa, chapéu e bengala.

A partir de 1814, os trajes masculinos ingleses foram adotados pelos franceses, devido à habilidade dos alfaiates londrinos de manusear a lã casimira, principal tecido para confecção de ternos, com maior facilidade. Segundo Laver (1997) a casimira pode ser esticada e moldada, ao contrário da seda e outros tecidos mais finos, dessa forma, o terno acabava tendo um caimento justo e acertado ao corpo. Essa forma de construção do terno ajustado ao corpo juntamente da camisa com “o colarinho virado para cima, com as duas pontas projetadas sobre o rosto, firmadas com um lenço em forma de plastron” é a verdadeira essência do dandismo.

Bollon (1993) descreve as roupas do Grande Dândi, Brummel (Figura 1), caracterizando-as pela elegância discreta, sem ostentações. Os forros de seus trajes poderiam apresentar temas sofisticados ou mesmo barrocos, desde que não aparecessem sob a roupa. Seus trajes vinham dos melhores alfaiates, com caimentos perfeitos e somente para a confecção de suas luvas eram necessários três profissionais.



Figura 1 - George Brummel.

Fonte: Trendismos (2014)

Segundo Bastos (2012) tanto os acessórios quanto a estética dândi em geral eram de caráter duvidoso para a época, já que sucedia ao período da revolução. Embora Brummel e seus “discípulos” acreditassem no poder da imagem e na busca da perfeição visual, evitavam exageros como o uso de maquiagens, babados e perucas. Então, adotaram um corte de cabelo curto com costeletas.

Após a fuga de Brummel a fim de escapar de seus credores, em 1819, a essência da elegância dândi foi se extraviando aos poucos. Sem a influência presente do precursor do dandismo, o movimento de contracultura perdeu o foco da elegância, cedendo espaço para exageros e sátiras.

A cartola inchou até a copa ficar mais larga do que a aba, as extremidades visíveis do colarinho da camisa quase chegavam até os olhos, o stock ou plastrom ficaram mais apertados e mais altos, os casacos possuíam ombreiras e a cintura era afinada com o auxílio de um espartilho. As calças haviam se tornado quase universais, ou terminando logo acima das botas

[Digite texto]

de meio cano, ou presas sob o arco do pé. Os caricaturistas se divertiram com essa nova moda, por exemplo, na *Monstruosidades*, de Cruikshank, de 1822. (LAVÉ, 1997, p. 161-162).

Com o passar do tempo e a evolução dos trajes, o dandismo deixou de ser contracultura e foi se adequando aos padrões da sociedade, sendo a base da vestimenta masculina. Segundo Bastos (2012), no intervalo dos séculos XIX e XX, as peças do guarda-roupa masculino dândi se adaptaram da seguinte forma:

A calça até os joelhos foi substituída pela calça reta e escura, que diretamente levou ao surgimento do modelo contemporâneo utilizado nos últimos dois séculos. O uso de paletós, smokings e gravatas, incluindo misturas entre padronagens, também foi incorporado à vestimenta. O cardigã ou o suéter de tricô protegia do inverno, sendo interposto entre a camisa e o paletó. No bolso da frente, o lençinho dobrado e embutido era símbolo de uma vestimenta digna de um cavalheiro. (BASTOS, IANNY ET AL., 2012).

2.3 DÂNDIS CONTEMPORÂNEOS

O estilo dândi é a base do guarda roupa masculino. Braga (2006) relata a evolução da moda masculina a partir do dandismo de Brummel, onde as roupas masculinas apenas sofreram adaptações à modernidade com a virada do século XIX para o XX, perdurando como peças fundamentais do guarda-roupa masculino a calça, o paletó, o colete e a gravata. Os enfeites exagerados de épocas anteriores continuaram sendo excluídos da moda masculina pelo advento do capitalismo, que teve como início a Revolução Industrial. Neste período o homem passa a requerer respeito e prestígio pelo que produz, não por sua aparência.

Segundo Bastos (2012), o ideal dândi conseguiu chegar até o século XXI e influenciar a moda masculina. Porém, os trajes bem alinhados são combinados com materiais considerados menos nobres, como o *denim*. Além da elegância aparente, este novo dândi preza por tudo que há de melhor e [Digite texto]

mais refinado no mercado, por isto esse universo é mais comum entre as celebridades masculinas, já que requer altos custos e mídia. Baseado nisso, para abrir o nicho de mercado apreciador da estética dândi, este projeto busca difusão através de preços menores, com materiais mais simples, porém não menos elegantes, já que o valor real está na estética, não somente na etiqueta.

Nascimento (2010) conceitua uma tendência pertinente, chamada neodandismo, que desde o ano de 2009 se consolida no mercado *fashion*, permitindo ao homem maior espaço e liberdade no universo da moda. Esta tendência consiste em combinar tradição e excentricidade, aberta a reedições e interpretações principalmente do terno, de forma a obter atemporalidade (BASTOS, 2012). Pode-se perceber, dessa forma, que os dândis tentam inovar o conceito de elegância na forma de vestir masculina desde o seu surgimento.

2.3.1 Alfaiataria

Não há como falar sobre dandismo deixando de citar a alfaiataria, por ser base de produção na época do surgimento do estilo e pela qualidade do produto final. Santos (2009) afirma que o termo alfaiate vem do árabe: aquele que une tecidos, surgindo entre os séculos XII e XIV na Europa, durante a união dos profissionais de corte e costura nas Corporações de Ofício.

Alfaiates são aqueles profissionais que se dedicam à produção de ternos sob medida, zelando pelas costuras e acabamentos perfeitos, chamados pontos caseados, feitos à mão, que dão firmeza às calças, paletós e coletes (Santos, 2009). Este profissional desenvolve roupas que não são apenas bonitas externamente, mas até mesmo do lado avesso as peças são detalhadamente trabalhadas.

A roupa não pode ter defeitos. Cantinhos certinhos, bordas sem sobras ou dobras, simetria, caseados iguais. A costura é uma coisa mais prática, mais rápida e a alfaiataria é mais minuciosa, detalhada, artesanal. (SANTOS, 2009, p. 80)

A profissão é dividida em hierarquias: o mestre alfaiate, geralmente dono do estabelecimento, é aquele que anota as medidas dos clientes, o modelo

[Digite texto]

escolhido, realiza o corte e as provas e em seguida encaminha as peças para o oficial, de acordo com sua especialização – oficial calceiro, paletizeiro ou coleiteiro, responsáveis pela costura e detalhes da peça, além, é claro, dos aprendizes de alfaiate, ajudando no que for necessário.

2.4 O TERNO MASCULINO

Considerado a peça base do guarda roupas dandi, o terno, é de grande valia contextualizar seu surgimento e evolução para entender a usabilidade do mesmo na moda contemporânea masculina e seus efeitos na vida social.

Barros (1997) afirma que os primeiros paletós surgiram em 1835, porém foram rejeitados pelos artesãos da época devido a sua função prática, simplicidade e ar boêmio. Para eles, parecia impossível substituir os casacos curtos usados até então. Mas aos poucos, o paletó ganhou espaço justamente pela praticidade, passando a ser amplamente usado.

De acordo com Queiroz (2009), os ternos eram fabricados somente sob medida por alfaiates, exigindo muita técnica e habilidade. Com o surgimento do *prêt-à-porter* (termo francês para “pronto para vestir”) e sua capacidade de produção em larga escala, o terno passou a ser encontrado em lojas especializadas. Somente graças ao surgimento do capitalismo, o estilo elegante de vestimenta consegue consolidar-se na moda masculina. Então o terno passa a ser usado por proprietários e chefes de empresas, financistas, e passa a ser interligado à ideia de poder.

Para comprovar o caráter de base do guarda roupa masculino, o terno pode, ainda, ser um substituto do uniforme para muitos profissionais que desejam passar uma imagem de respeito como seguranças, motoristas e outros prestadores de serviços. Obviamente, o tecido, o corte e a confecção são de caráter um pouco mais inferior. Aí entra o conceito de *power dressing*, um estilo de vestuário nascido nos anos 80, nos EUA e Reino Unido:

Fica claro que o significado das roupas é feito do movimento na história quando consideramos o processo que ficou conhecido como *power dressing* – como quando alguém que não faz parte da elite

dominante escolhe vestir as roupas que a elite sempre vestiu. Trata-se aqui dos aspectos mais íntimos, e mais poderosos, do vestir, pois, enquanto a roupa pode servir de proteção a uma vulnerabilidade particular, ela também pode ser mais do que uma cobertura: de acordo com o que escolhemos vestir, ela pode ser usada na criação de uma nova persona. (HARVEY, 2003, p. 18).

Usualmente, o terno é composto pelo conjunto paletó-colete-calça, além de camisa de manga longa com colarinho próximo ao pescoço, ajustado por gravata. Porém, para eventos formais noturnos, são usados trajes chamados *smoking*. O *smoking*, de acordo com Barros (1997), é um paletó com lapelas de cetim ou seda, e ainda há aqueles que o complementam com faixas ou coletes contrastantes.

2.4.1 Tecidos e padronagens para ternos

O tecido e a padronagem dos ternos são capazes de definir o nível de elegância e estilo do mesmo. Barros (1997) ressalta a importância da escolha dos tecidos para a confecção de ternos. Combinando o corte com o tecido, o resultado é a leveza nos ombros, dando maior conforto. Os tecidos mais comumente usados são o linho, a microfibra, o algodão e composições de tecidos naturais e sintéticos, porém, é a lã fria que permite constância na temperatura, independente do clima.

Para as padronagens há um leque de variedades, renovadas e criadas a cada ano pela tecelagem da indústria têxtil: tanto cores como desenhos, através de combinações de fios de naturezas diversas. As padronagens mais comumente usadas em ternos são “Príncipe-de-Gales” (Figura 2), espinha de peixe (Figura 3), olhos de perdiz (figura 4), *tweed* (figura 5), risca de giz (figura 6), xadrez (figura 7) e, também, as tradicionais cores lisas.

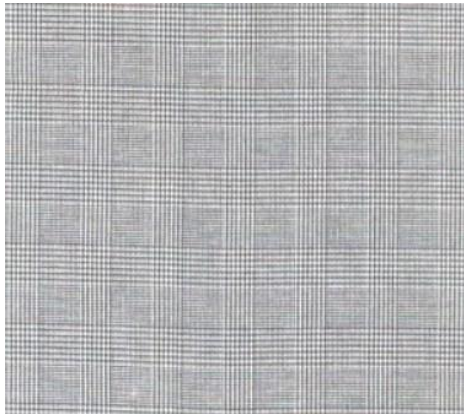


Figura 2 - Padronagem "Príncipe de Gales".

Fonte: Assesce (2014)



Figura 4 - Padronagem olhos de perdiz.

Fonte: Assesce (2014)

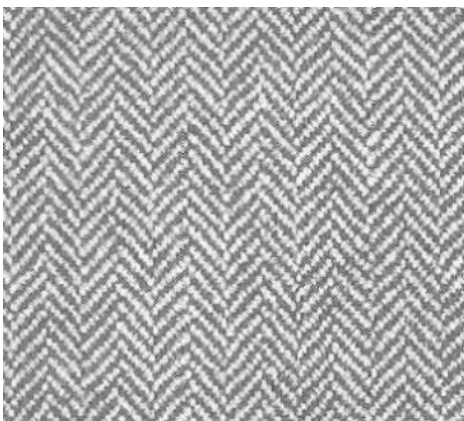


Figura 3 - Padronagem espinha de peixe.

Fonte: Assesce (2014)



Figura 5 - Padronagem *tweed*.

Fonte: Moda cultura mix – dicas para usar o tweed (2014)



Figura 6 - Padronagem risca de giz.

Fonte: Assesce (2014)



Figura 7 - Padronagem xadrez.

Fonte: Small potion – tipos de xadrez (2014)

2.4.2 Colarinhos e gravatas

Os colarinhos de camisas e blazers devem ter devida atenção, por emoldurarem o rosto. Devem ser ajustados ao pescoço e alinhados juntamente com a gravata e nó.

As gravatas, por sua vez, foram introduzidas no trajar masculino no século XIX. Segundo Harvey (2003), o próprio dândi Brummel, certa ocasião recebeu a visita de um cavalheiro, quando este encontrou uma pilha de gravatas amarradas no chão e logo ouviu: “estes, senhor, são os nossos fracassos”, demonstrando o cuidado que este tipo de acessório exige.

Na estética dândi há implícito obrigatoriamente o uso da gravata, este acessório de acordo com Barros (1997) foi introduzida no guarda-roupa masculino no século XIX, e, por muitas vezes quase foi excluída dele. A função deste detalhe do vestuário é esconder a paleta de botões, além de sinônimo de personalidade. A elegância parte do nó, havendo tanta variabilidade destes quanto de camisas, para cada tipo de camisa, um tipo de nó de gravata adequado (figura 8).

[Digite texto]



Figura 8 - Nós clássicos de gravata.

Fonte: Nó gravata – tipos de nó de gravata (2014)

2.5 MODA E COMPORTAMENTO

Segundo Montemezzo (2003), o comportamento é o resultado das preferências de um indivíduo, conforme seus gostos e interesses, ou até mesmo influência da sociedade e fatos do cotidiano. Dessa forma, através de pesquisa comportamental, também são lançadas as tendências de moda ou avaliações de produtos inovadores para o mercado, em que o padrão estético é supervalorizado.

Neste contexto comportamental, Bastos (2012) afirma que embora o surgimento do dandismo tenha sido através do culto ao personalismo, pode ser interpretado historicamente como uma resposta à ostentação e aos excessos do Rococó, praticados pela aristocracia francesa pré-Revolução. Contudo, o comportamento masculino só retorna a sofrer mudanças drásticas novamente, após a Revolução Industrial e as duas Grandes Guerras, conforme Nascimento (2010), e acompanhando essas transformações comportamentais, altera também sua maneira de vestir. Durante a Revolução Industrial, o homem passa [Digite texto]

a distinguir-se da mulher menosprezando a moda e a estética, enquanto a inteligência, o poder e o talento passam a serem características consideradas masculinizadas.

Durante este período de início da Era Industrial, Bastos (2012) ressalta a adesão de artigos do guarda-roupa masculino pelas mulheres. Marlene Dietrich ousava no visual andrógino vestindo ternos e smokings, em meados de 1930, durante a *Belle Époque*. Este estilo passa a definir um novo comportamento de consumo feminino, movimentando o mercado da moda há aproximadamente dez anos. O dandismo é tido como referência, onde as mulheres adaptam peças como paletó, camisa, suspensório, sapatos sociais e meias com estampas². Porém, agregam elementos femininos às produções, como saias de corte reto, shorts, bolsas, echarpes, laços e outros acessórios.

Neste contexto da *Belle Époque*, o alfaiate se consolida com total presença na moda masculina, com ternos escuros e austeros. Estas transformações são resultado da invenção do telefone, da luz elétrica, dos meios de transporte como navios, trens, automóveis, além de o esporte estar sendo cada vez mais praticado, e, para melhor movimento do corpo, surgem os primeiros ternos constituídos de calça, camisa, colete e blazer, dessa forma pode-se observar uma padronização, transmitindo que estas roupas seriam ideais para o trabalho e sustento de uma família, baseada na sociedade patriarcal.

Queiroz (2002, p.58) ressalta que “após a Revolução Industrial, passou a se considerar que o homem não deveria se preocupar com a moda e as novidades ficariam guardadas para o guarda-roupa feminino”, ou seja, a moda masculina não apresenta mudanças variadas e efêmeras como a moda feminina; assim como na estética dândi, o homem se prende a detalhes e tendências no ato de vestir-se, que evoluem mais lentamente comparadas às tendências da moda feminina.

² As padronagens mais comuns de meias masculinas são o *Argyle* e o *Príncipe-de-Gales*.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa exploratória. De acordo com Gil (2009, p. 41), a pesquisa exploratória tem por objetivo “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”.

Desenvolvida por meio do raciocínio indutivo, com dados obtidos por meio de abordagens qualitativas, os procedimentos desta pesquisa serão realizados em quatro momentos: o levantamento teórico, pesquisa de campo, análise de dados e projeção da coleção.

3.2 PESQUISA DE CAMPO

Para fundamentar a pesquisa do público alvo, foi desenvolvido um questionário de preferências do público alvo de dândis contemporâneos, disponibilizado via internet e aplicado em 63 indivíduos do gênero masculino nas cidades de Pato Branco e Londrina, localizadas no estado do Paraná. Os entrevistados foram selecionados através da aparência com referenciais dândi, interesse por moda masculina e pelo uso frequente de terno.

O questionário continha onze perguntas, sendo três objetivas, cinco de múltipla escolha e três descritivas. As perguntas objetivas delimitaram a renda mensal do público alvo, a disposição em seguir tendências de moda e o quanto estaria disposto a pagar em uma peça de alfaiataria. As perguntas de múltipla escolha definiram locais que costuma frequentar, cores e padrões de alfaiataria que costuma usar, o que observa no ato da compra de uma peça de roupa, acessórios que costuma usar.

Uma questão de múltipla escolha diferenciada das demais foi desenvolvida, para melhor visualização do conceito, em que foram

[Digite texto]

selecionadas quatro imagens com referências históricas, retrô, fashionista e urbano. Já as perguntas descritivas determinaram características do público alvo, como faixa etária, profissão e marcas de moda preferidas. Vale ressaltar que nas questões de múltipla escolha poderia ser marcada a opção “Outros” e descrita a resposta desejada.

3.3 ANÁLISE DE DADOS

A partir dos resultados obtidos, os entrevistados têm idade entre 20 e 24 anos, o que significa que o público é formado por jovens.

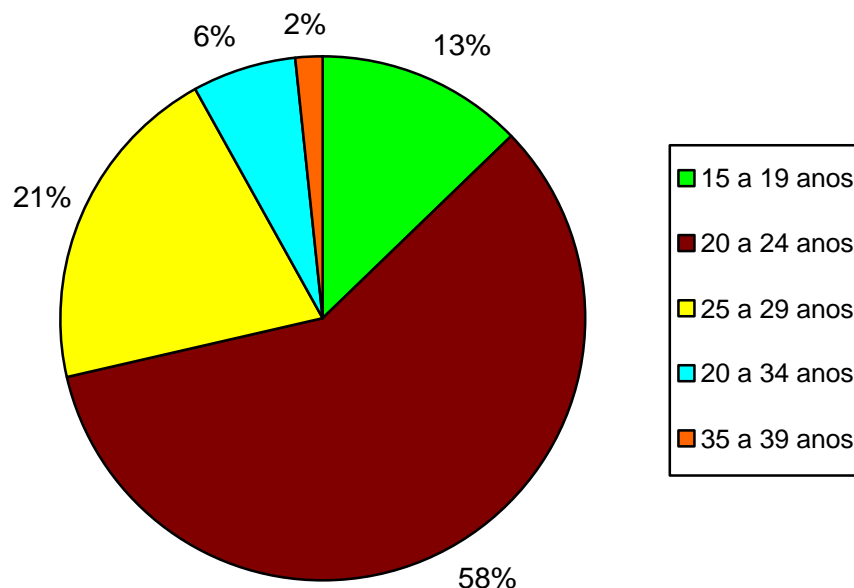


Gráfico 1 - Idade do Público Alvo

Fonte: Das Autoras (2015)

[Digite texto]

Na segunda questão, foi solicitada a profissão do entrevistado, os resultados estão descritos conforme o gráfico 2. O público alvo tem como profissões principalmente estudantes de moda, de artes e músicos.

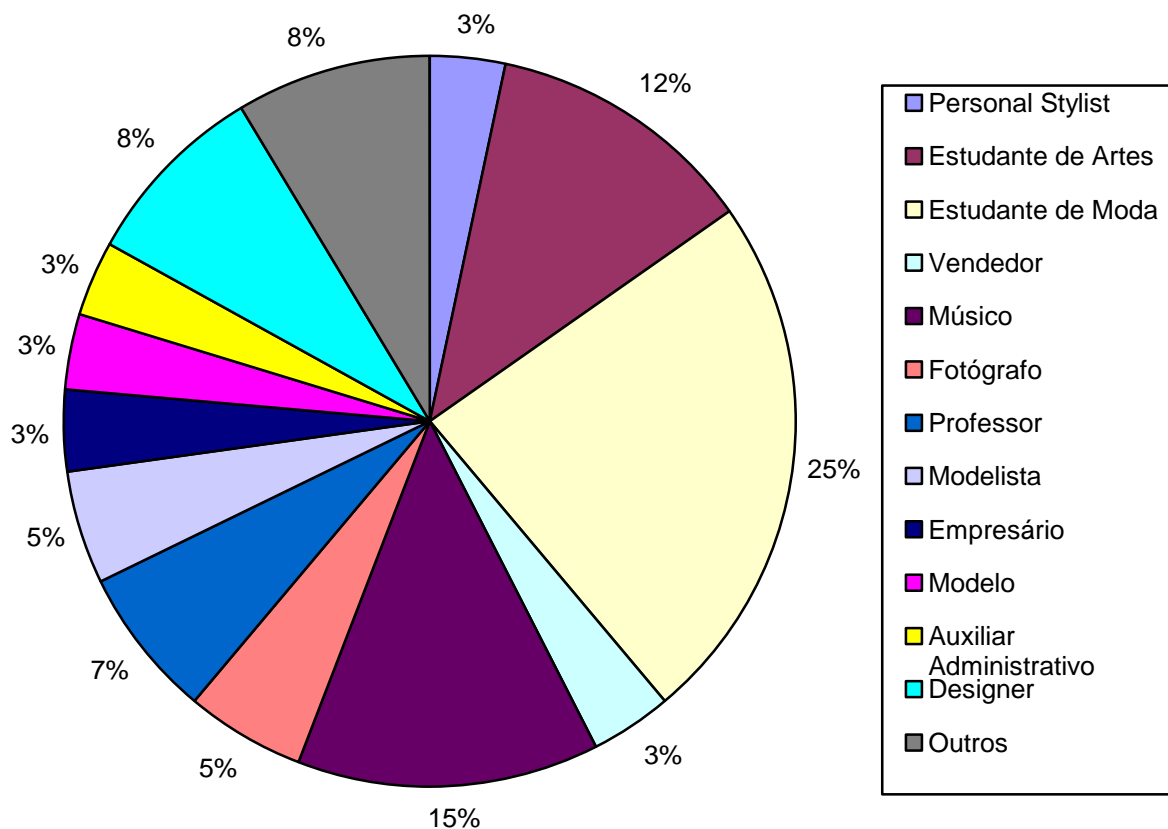


Gráfico 2 - Profissões do Público Alvo

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

O gráfico 3, trata da renda mensal do entrevistado para a pesquisa de público alvo. Pode-se notar que a renda média mensal do público está bem distribuída entre os valores de R\$950,00 a R\$2300,00, influenciando no valor do produto de moda final.

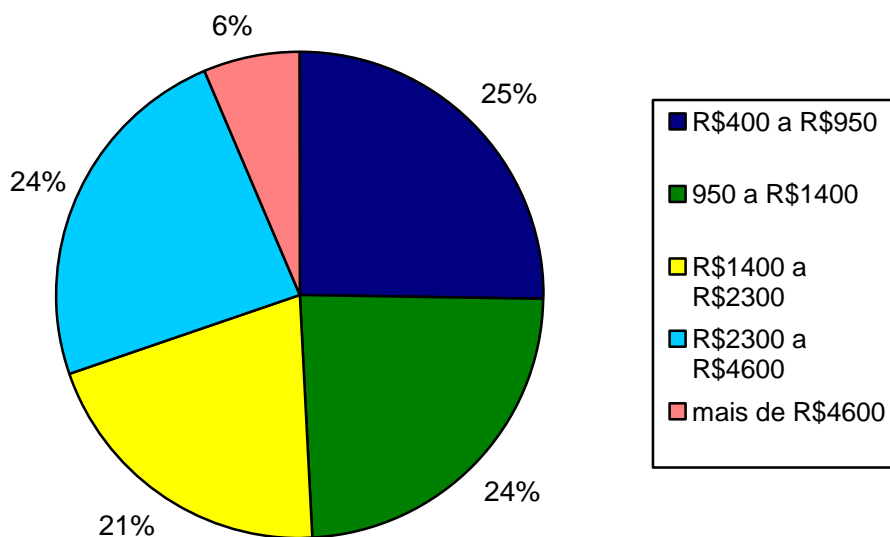


Gráfico 3 - Renda mensal do Público Alvo

Fonte: Das Autoras (2015)

No gráfico 4, pode-se notar a preferência de seguimento de tendências. Mais da metade dos entrevistados não costumam seguir tendências de moda.

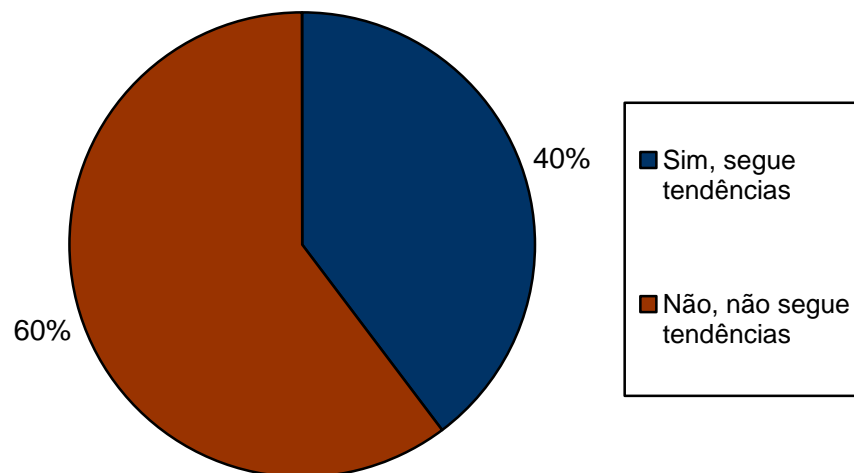


Gráfico 4 – Acompanhamento de tendências de moda pelo Público Alvo

Fonte: Das Autoras (2015)

Os locais mais comumente frequentados pelo público alvo estão listados no gráfico 5, sendo eles principalmente bares e cafés, shows e casas de amigos.

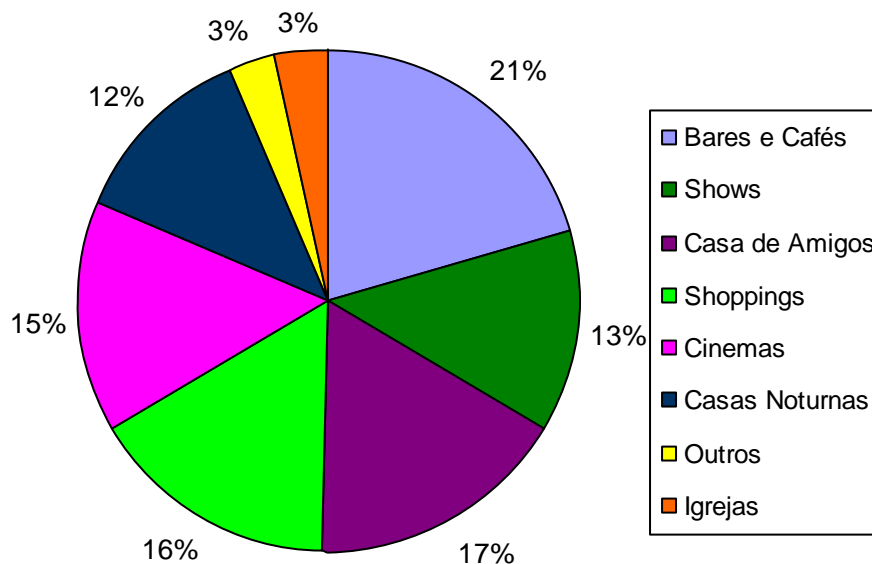


Gráfico 5 – Locais frequentados pelo Público Alvo

Fonte: Das Autoras (2015)

As marcas de moda preferidas e usadas pelo público alvo estão demonstradas no gráfico 6, a seguir. O público alvo tem preferência por lojas de departamento, além da marca Hering; 15% não responderam a questão, 9% não têm preferência de marca; a grife João Pimenta por 9% dos entrevistados, empatando com 6% ficaram as marcas Lacoste e Dudalina.

Considerando a grife João Pimenta e as marcas Lacoste e Dudalina, pode-se notar a sofisticação e o desprendimento financeiro do público para com o modo de vestir.

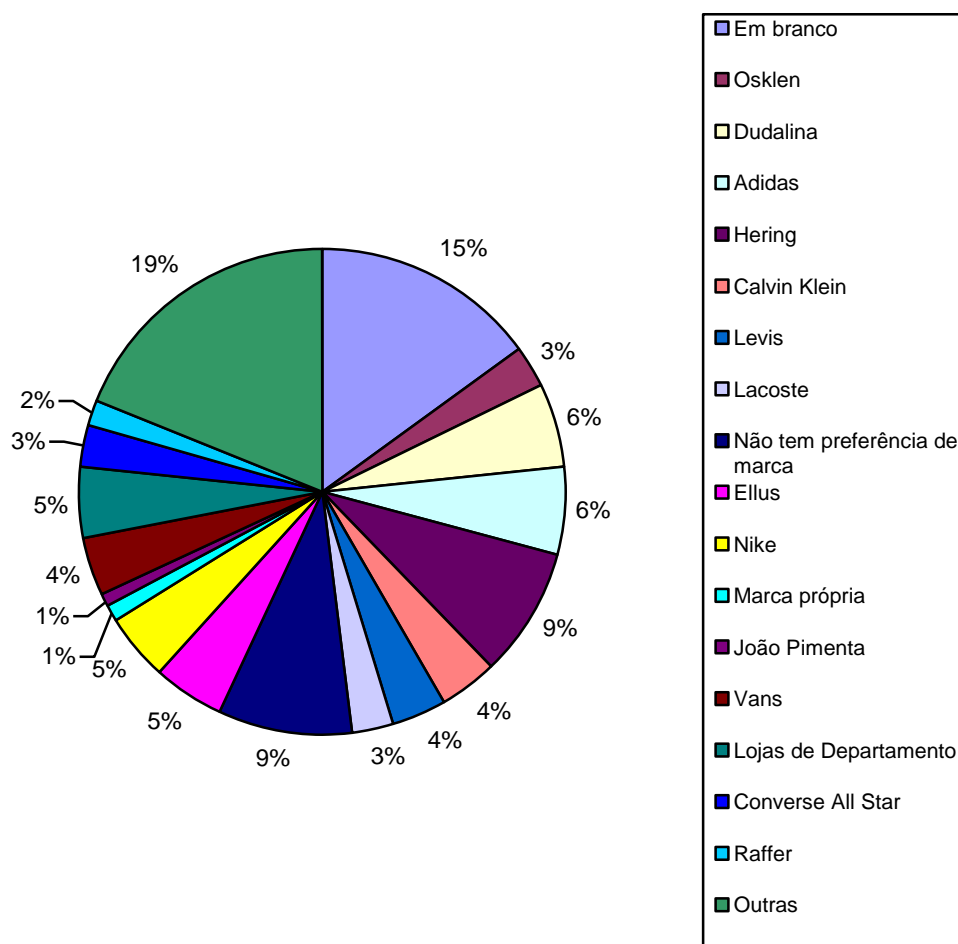


Gráfico 6 – Marcas de moda usadas pelo Público Alvo

Fonte: Das Autoras (2015)

[Digite texto]

O gráfico 7 demonstra as preferências para combinação de cores, estampas e padrões de roupas usadas pelo do público alvo: as cores que mais agradam o público se resumem em preto e branco, combinados com tons de azul e vermelho. Vale ressaltar também a preferência por combinações de estampas e cores lisas.

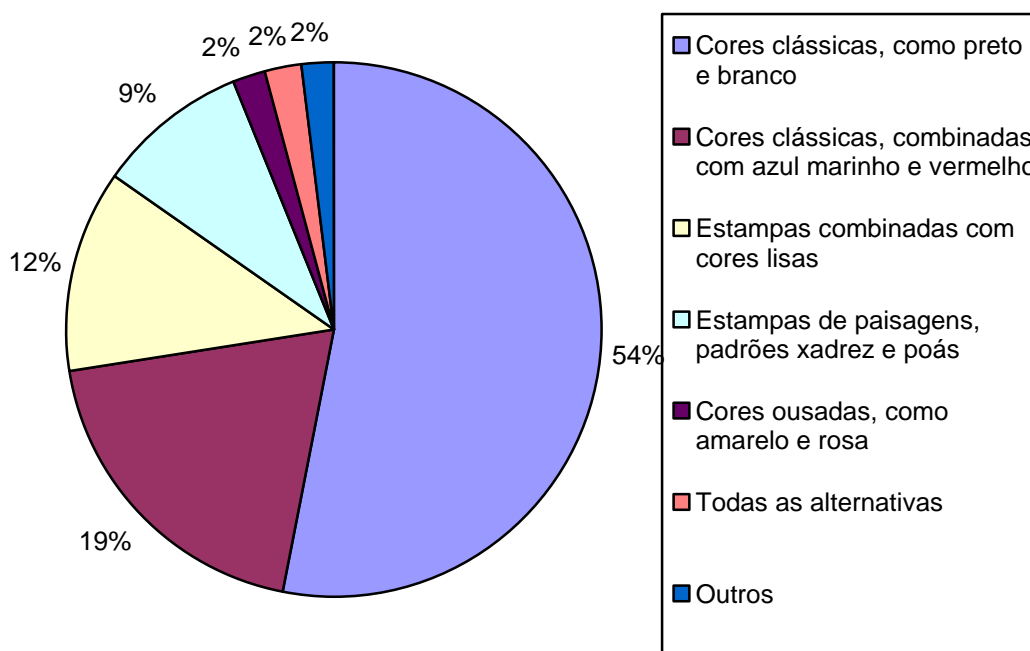


Gráfico 7 – Cores e padrões para ternos e produtos em alfaiataria usados pelo Público Alvo

Fonte: Das Autoras (2015)

No gráfico 8, estão listadas características relevantes para o ato da compra de roupas pelo público alvo dândi contemporâneo, sendo as principais o acabamento e preço.

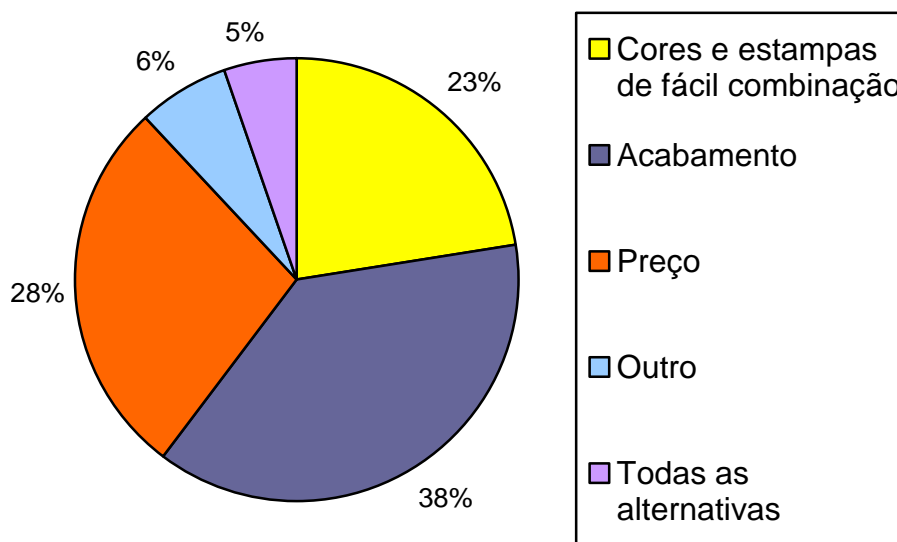


Gráfico 8 – Características que o Público Alvo mais valoriza no ato da compra de roupas

Fonte: Das Autoras (2015)

Já o gráfico 9, lista os acessórios que o dândi contemporâneo mais gosta de usar em seu cotidiano. Pode-se notar a partir do gráfico abaixo, a preferência do público por óculos e cintos.

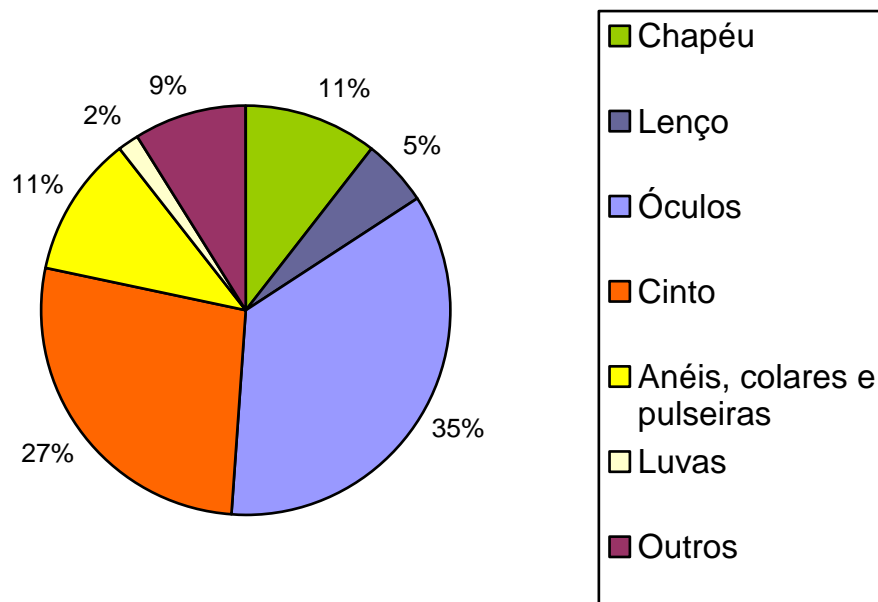


Gráfico 9 – Acessórios comumente usados pelo Público Alvo

Fonte: Das Autoras (2015)

O gráfico 10, a seguir, faz um levantamento de preços que o dândi contemporâneo gostaria de dispor para adquirir um produto em alfaiataria: o valor que o público dispensa em produtos de alfaiataria se concentra em R\$250,00 em média.

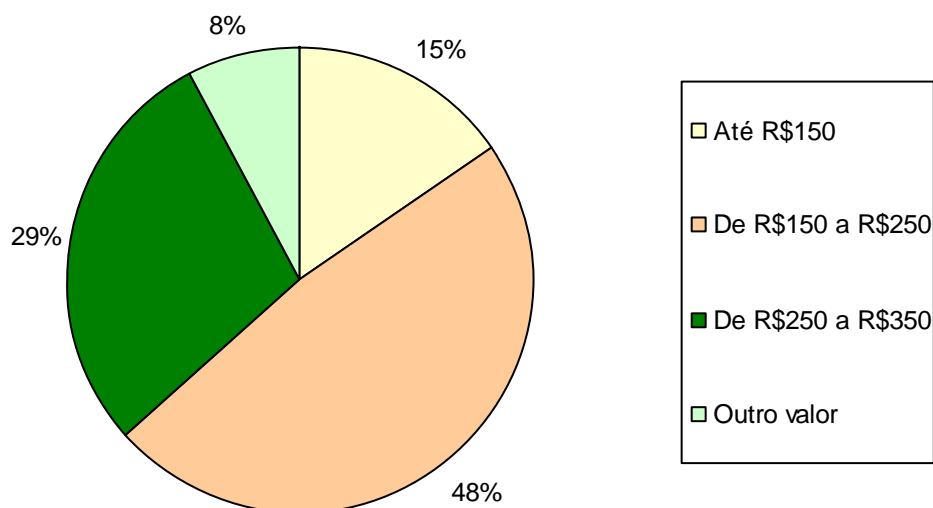


Gráfico 10 – Valores que o Público Alvo dispensaria por um produto em alfaiataria

Fonte: Das Autoras (2015)

Finalmente, o gráfico 11, responde ao estilo que o dândi contemporâneo mais aprecia em produtos de moda. A grande maioria dos entrevistados escolheu a opção urbana-casual.

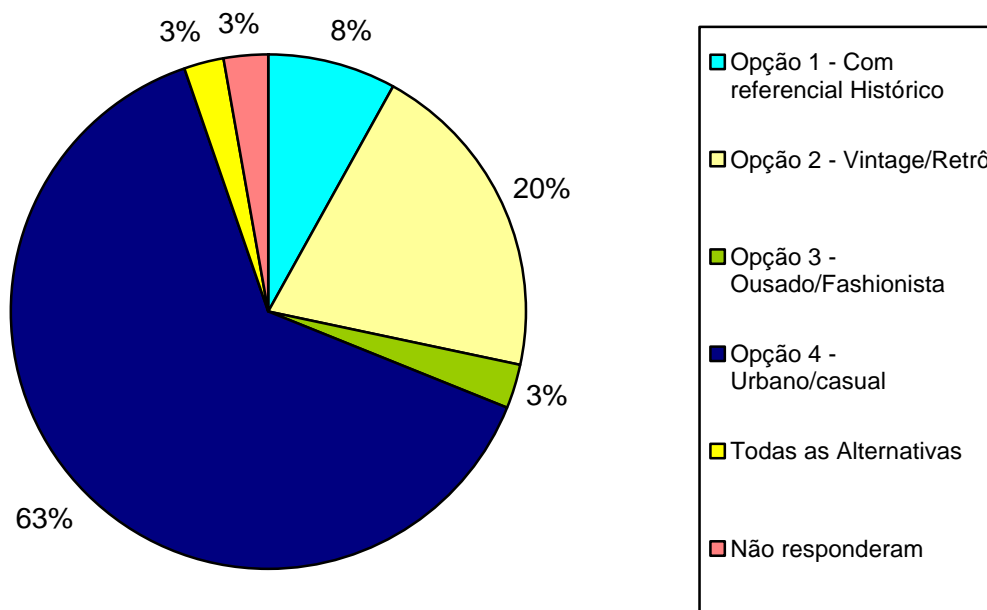


Gráfico 10 – Escolha de imagens que definam o estilo do Público Alvo

Fonte: Das Autoras (2015)

3.4 PROJEÇÃO DA COLEÇÃO

A partir da análise dos resultados do questionário aplicado ao público dândi contemporâneo, será desenvolvida marca e coleção respeitando suas necessidades e exigências.

[Digite texto]

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 A EMPRESA

A empresa tem como razão social Kichel & Boniolo Confeções Ltda, adotando o nome fantasia “Butler”.

4.1.1 Porte

O SEBRAE classifica as empresas de acordo com o número de funcionários. Uma microindústria conta com até 19 funcionários; uma pequena indústria tem entre 20 a 99 empregados; a média indústria tem de 100 a 499 empregados e a grande indústria conta com mais de 500 funcionários. Na classificação por renda anual bruta, a Butler continua como microempresa por ter receita anual igual ou inferior a 240 mil reais.

Logo, de acordo com o SEBRAE, a Butler é tida como micro indústria, contando com 12 empregados e receita anual igual ou inferior a 240 mil reais.

4.1.2 Marca

A figura 9 a seguir é a logomarca da Butler.



Figura 9 - Logomarca da Butler.

Fonte: Das autoras (2014).

[Digite texto]

4.1.3 Conceito da marca

A Butler acredita que a moda e a história são uma mesma realidade: a evolução é a palavra-chave que rege paralelamente estes dois produtos resultantes da ação do homem. Aliando-os de forma elegante em seus produtos e abrangendo um nicho de mercado cada vez maior, a marca busca caracterizar nos produtos de moda as preferências deste homem contemporâneo, reinventando e diferenciando os ternos, tornando-os peça do cotidiano urbano e dessa forma, vestindo seu público de acordo com suas ideologias.

4.1.4 Segmento

A Butler está focada nos segmentos *New Classic Wear*³ e *City Wear*⁴.

4.1.5 Distribuição

A distribuição dos produtos será feita em loja própria da marca com sede localizada em Londrina – PR.

4.1.6 Concorrentes diretos e indiretos

Como concorrente direto da Butler está a grife brasileira João Pimenta. E como concorrentes indiretos estão a Finne and Dandy Shop, loja virtual americana, Paul Smith e Gentleman's Emporium por disponibilizar peças de ternos que fogem do óbvio, porém com preços mais elevados que os que pretendem ser praticados pela Butler.

³ Roupas clássicas renovadas.

⁴ Roupas de estilo urbano, informais, com fundamento na alfaiataria.

4.1.7 Sistema de venda

O sistema de venda utilizado pela Butler será de loja fixa e e-commerce.

4.1.8 Ponto de Venda

Os pontos de venda da Butler serão em loja própria da marca, localizada na cidade de Londrina – PR.

4.1.9 Preços praticados

A tabela de preços varia conforme o estilo e custo de produção de cada peça, sendo o valor mínimo R\$150,00 e o máximo R\$1500,00.

4.1.10 Marketing

4.1.10.1 Produto

Os produtos ofertados abrangem desde peças de roupa a alguns acessórios. Como exemplo de peças de roupas estão camisas, camisetas, chemisiers, calças, bermudas, kilts, blazers, jaquetas, casacos, entre outros. Acessórios como chapéus, lenços, gravatas, entre outros, terão produção terceirizada.

4.1.10.2 Preço

Como citado anteriormente, os preços variam por peça considerando o custo de produção, material e mão-de-obra, entre R\$150,00 e R\$1500,00. A

[Digite texto]

Butler ofertará condições de pagamento em cartão de crédito e boleto bancário, parcelando o valor da compra em até quatro vezes sem entrada.

4.1.10.3 Promoção

A divulgação da Butler será feita através de redes sociais como Facebook e Instagram, mostrando a evolução das coleções e dando dicas de looks para o cotidiano do público, além do site da marca. Além disso, promoverá eventos de lançamento de coleção, com coquetel e desfile, também marcará presença em feiras de vendas.

4.1.10.4 Praça

A loja da Butler será adequada a um tema refinado, com itens de decoração com influências históricas como espelhos e poltronas trabalhados.

Em relação à loja, a vitrine será atualizada a cada uma semana, limitando-se a variação de duas cores por vez. Haverá sempre dois atendentes para mostra e prova, além de um funcionário no caixa, todos farão cursos sobre tendências a cada desenvolvimento de coleção.

4.1.11 Promoção, planejamento visual e embalagem

A promoção e divulgação da marca serão feitas através de site, usando-o como linha direta de comunicação com o público. Além disso, redes sociais como Facebook e Instagram estarão disponibilizando prévias de coleções da marca, quadros de looks e, ainda, participação em feiras de comércio e eventos de moda.

A sacola da Butler (figura 10) será produzida em papel cartão preto e branco, devidamente identificada com a logomarca e logotipo impresso em preto, com alça de barbante também na cor preta.

[Digite texto]

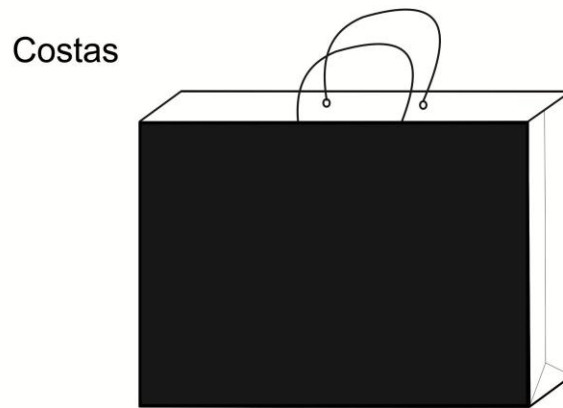
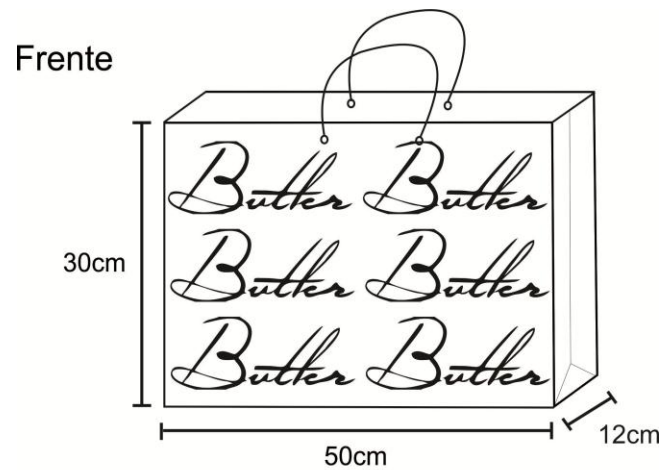


Figura 10 - Sacola da Butler.

Fonte: Das autoras (2014)

4.2 PÚBLICO ALVO

Através da influência do grande dândi Brummel, surge um novo conceito de masculinidade mas agregando novas atitudes estéticas em seu cotidiano: como uso de cremes corporais, manicure, faz as sobrancelhas, reconhece marcas, é fã de acessórios como óculos, cintos e chapéus, se apresentando sempre elegante, também tem o dom de combinar cores e padrões e, acima de tudo, se importa com aquilo que veste.

[Digite texto]

Eles são estudantes de artes, profissionais de moda, fotógrafos e músicos na faixa entre 20 e 24 anos, inteligentes e audaciosos, gostam de ser notados e terem sua estética admirada. Por cultivar um estilo clássico com toque contemporâneo, alguns ousam em tatuagens, piercings e outras interferências corporais, esbanjando também através destas modificações seu caráter individualista e egocentrismo. São amantes do passado, da história e da evolução, mas ainda conservam suas crenças e religião, amam estar na companhia dos amigos seja em bares, cafés, ou até mesmo em casa. Vale ressaltar que para eles, o cavalheirismo é uma regra.



Figura 11 - Imagem do público alvo.

Fonte: Pinterest (2014)

[Digite texto]

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendência

A macrotendência escolhida foi a Homencipação, que de acordo com a Santana (2003), reforçado pela revista virtual Household & Cosméticos (2009), é a mudança na atitude masculina que desencadeou a vaidade. Eles não se limitam somente aos negócios, cuidam de sua aparência, usam cosméticos, fazem lipoaspiração, depilam-se, entre outros.

4.3.2 Microtendência

A microtendência escolhida para a coleção de inverno 2015 da Butler foi a “Tudo azul”. De acordo com o blog Mensch (2014) tons de azul combinam com todos os tipos de pele e modelagens. Esta tendência para o inverno 2015 é combinar tons de azul, formando looks monocromáticos, ou mixar com as cores cáqui, branco, preto e bege. A ideia é deixar as cores escuras para o “top” e as cores claras para o “bottom”, conferindo um ar clássico e luxuoso ao *look*.

5 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

Ressaltar a elegância e a contemporaneidade reinventando o traje clássico masculino.

[Digite texto]

5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

5.2.1 Conceito da coleção

Captando a linha tênue entre o príncipe e a Fera, a essência, incapaz de ser traduzida por um espelho. Uma dança, uma rosa, uma maldição... A beleza está além do visível.

5.2.2 Nome da coleção

O nome da coleção de inverno 2015 da Butler será “Reflexos”, com referência ao conto da Bela e a Fera.

5.2.3 Referência da coleção

A base referencial da coleção é a Fera, personagem do filme “La Belle et la Bête”, estreado no ano de 2014, interpretado por Vincent Cassel (Figura 12). As características marcantes da personagem “Fera” a serem utilizadas no desenvolvimento do produto de moda serão a essência teatral, elementos contrastantes como selvageria e doçura, resgates históricos, a realeza, a pelagem animal, a atmosfera de conto de fadas, entre outros.

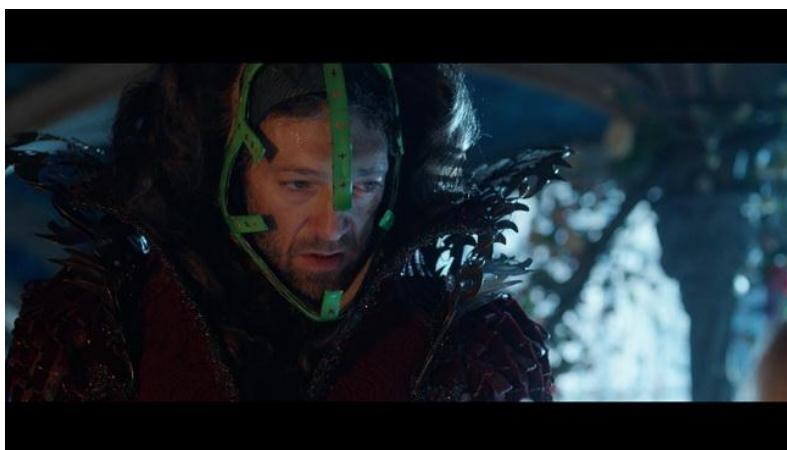


Figura 12 – Vincent Cassel no filme francês, “La Belle et la Bête”.

Fonte: Pixel creation (2014)

[Digite texto]

5.2.4 Cores

As cores utilizadas para a coleção estão na cartela a seguir (figura 13).

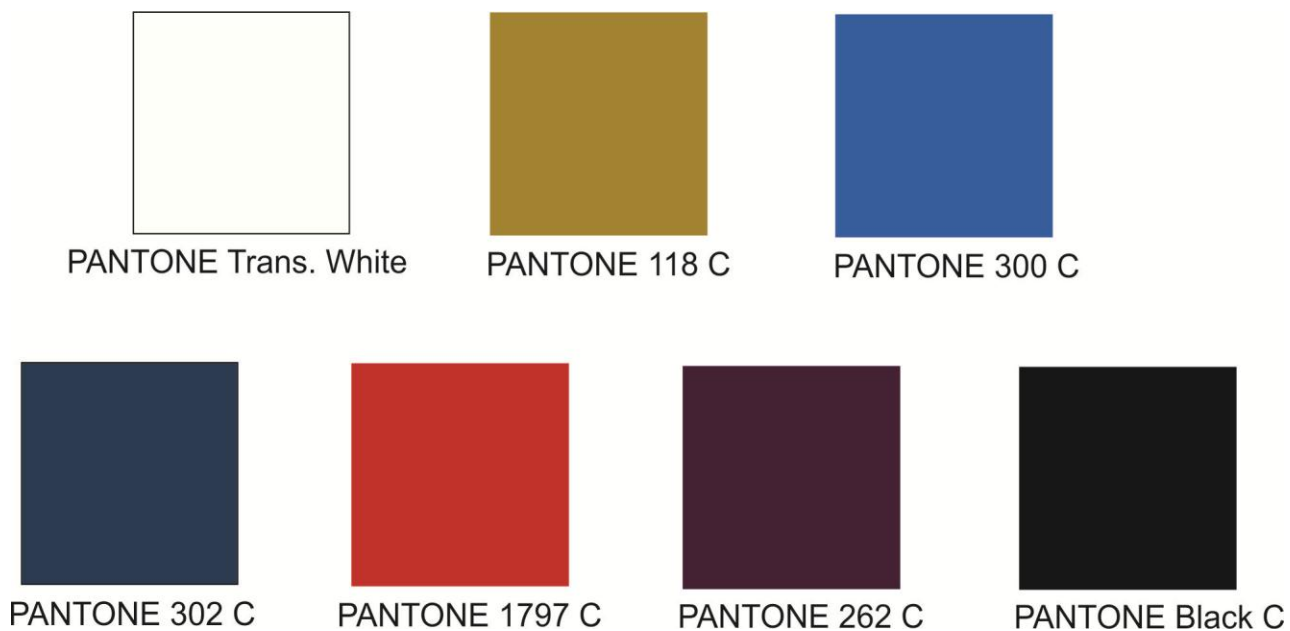


Figura 13 – Cartela de cores

Fonte: Das autoras (2015)

5.2.5 Materiais

Os materiais utilizados para a coleção inverno 2015 da Butler serão a sarja (figura 14), oxford (figura 15), tafetá (figura 16), jacquard (figura 17), malha (figura 18), tricoline (figura 19), veludo cotelê (figura 20), viscose (figura 21), renda (figura 22) e pêlo (figura 23).



Figura 14 – Sarja.

Fonte: Das autoras (2015)



Figura 16 – Tafetá.

Fonte: Glossario fashion – tafeta (2014)

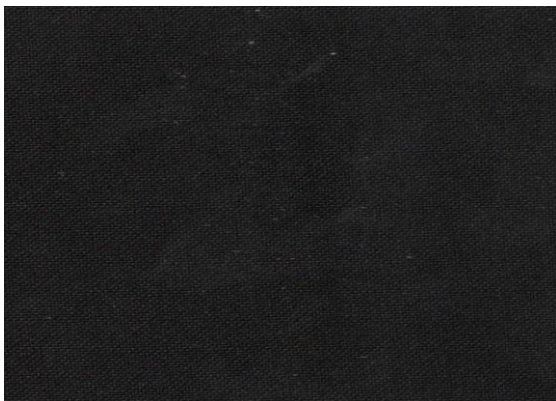


Figura 15 – Oxford

Fonte: Das autoras (2015)

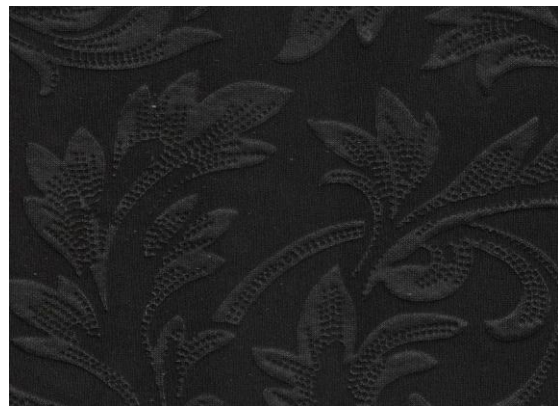


Figura 17 – Jacquard

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]



Figura 18 – Malha

Fonte: Das autoras (2015)

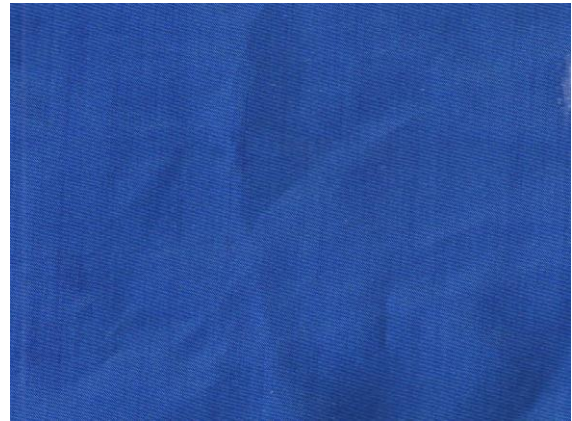


Figura 21 – Viscose

Fonte: Das autoras (2015)



Figura 19 – Tricoline

Fonte: Das autoras (2015)



Figura 22 – Renda

Fonte: Das autoras (2015)



Figura 20 – Veludo cotelê

Fonte: Pedro Steinmann (2014)

[Digite texto]

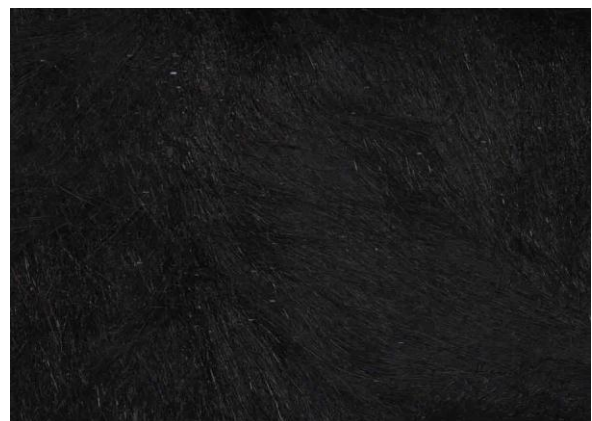


Figura 23 – Pêlo

Fonte: Das autoras (2015)

5.2.6 Formas e estruturas

As formas predominantes são basicamente quadrados e retângulos, representando os *shapes* em linha H e linha T, conforme a figura 24.

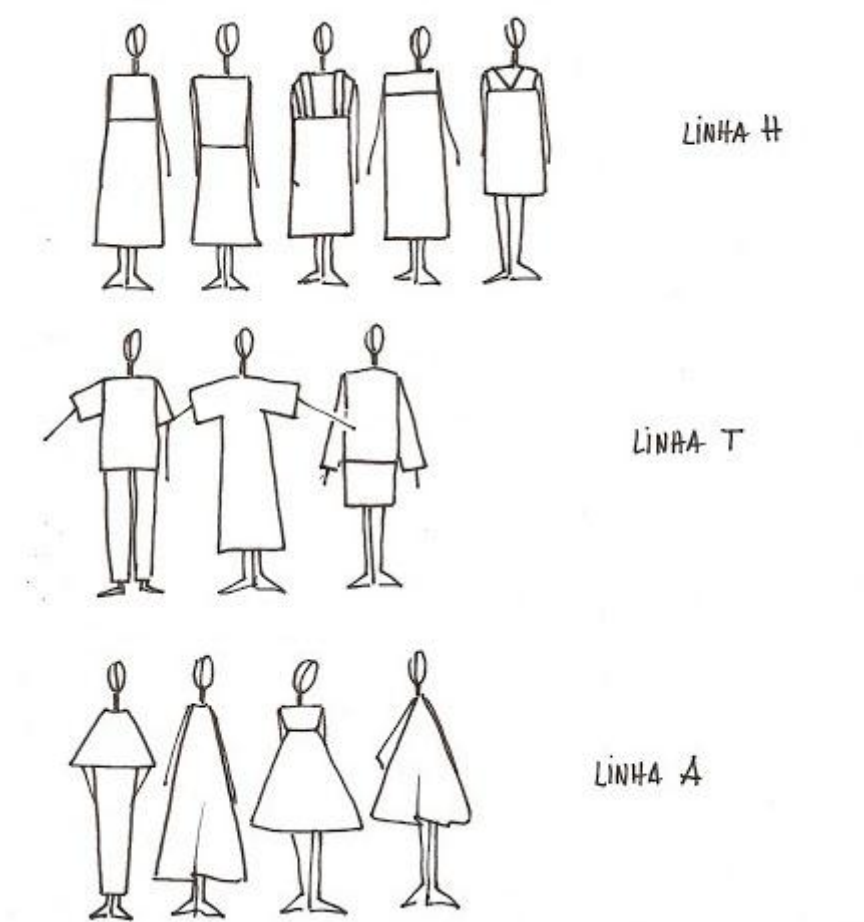


Figura 24 – Shapes da coleção Inverno 2015 da Butler.

Fonte: MBA da Una Moda (2014).

5.2.7 Tecnologias

As tecnologias usadas para o desenvolvimento da coleção são o software Coreldraw para desenvolvimento das fichas técnicas e tratamento de fotos para o site, e o sistema Audaces para desenvolvimento de moldes e encaixe com melhor aproveitamento.

[Digite texto]

5.2.8 Mix de coleção

A tabela 1, a seguir, demonstra o planejamento da coleção de inverno 2015 da Butler. A disponibilidade de tamanhos será em 4 grades de tamanhos: PP, P, M e G. Vale ressaltar a terceirização da confecção dos acessórios que acompanham cada geração de alternativa, mais a seguir.

Mix de Produto	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Camiseta	1	4	2	7
Camisa	5	8	3	16
Calça	4	12	4	20
Chemisier	-	-	1	1
Blusa	-	1	-	1
Casaco	-	4	2	6
Blazer	1	4	2	7
Jaqueta	-	-	1	1
Bermuda	1	2	-	3
Colete	1	4	3	8
Lenço	-	1	-	1
Kilt	-	-	1	1
Total	13	29	19	61
Porcentagem	21,3%	47,5%	31,2%	100%

Tabela 1 – Mix de coleção

Fonte: Das autoras (2014)

[Digite texto]

5.3 PAINEL SEMÂNTICO

O painel semântico segue abaixo (figura 25). Com base no painel semântico e resultados da entrevista com o público alvo dândi contemporâneo, foram desenvolvidas 25 alternativas de para a coleção Reflexos, da Butler.



Figura 25 - Painel semântico da coleção Reflexos.

Fonte: Bliss&serendipity (2014)

[Digite texto]

6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

A figura 26 representa um look casual, com cores combinadas de forma peculiar. Representando o azul do painel semântico, o blazer garante certa formalidade com um toque moderno, juntamente com a blusa de gola rolê. A calça bem tradicional em cor preta e slim confere contemporaneidade, Essa combinação de peças excêntricas remetem à contradição da personagem inspiração.



Figura 26 - Alternativa 1

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 27 representa blazer em oxford, camisa em tricoline e calça em oxford. O caimento slim confere contemporaneidade ao look. Novamente nota-se a presença do azul, bem explorado a partir do painel semântico, e o contraste entre o tom de roxo e preto. Essas duas cores remetem ao caráter antagonista da personagem no início do filme em que foi inspirada a coleção.



Figura 27 – Alternativa 2

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 28 representa camisa em tricoline, colete em veludo cotelê e calça em sarja. Novamente o contraste é elemento inspirador do look, explorando o caráter da personagem Fera/Príncipe. O tom de vermelho vem carregando a simbologia de força e nobreza, presente no painel semântico.



Figura 28 – Alternativa 3

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 29, a seguir, representa um look composto por jaqueta e calça em sarja. A jaqueta preta com detalhes em dourado remete a farda nobre utilizada na Idade Média durante caçadas, época em que se desenrolam as lembranças da personagem Fera no enredo do filme. A calça azul representa a contemporaneidade, mais ajustada ao corpo.



Figura 29 – Alternativa 4

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 30 representa calça em veludo cotelê, camisa em oxford, colete em tricoline e blazer em veludo. O tom de roxo remete ao caráter antagonista em contraponto aos tons de azul, durante a transição do caráter da personagem no filme. A gravata estilo borboleta confere toque divertido e retrô ao look, conforme resultados do questionário do público alvo. Nesta alternativa, a calça aparece um pouco mais larga, em referência ao gibão usado pela personagem Fera.



Figura 30 – Alternativa 5

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 31 corresponde a blazer e bermuda em jacquard e camisa em tricoline. A bermuda combinada ao blazer conferem modernidade e casualidade, conforme o público alvo demandou na entrevista, ao mesmo tempo em que a bermuda faz referência ao gibão usado pela personagem Fera no filme, inclusive em tom de vermelho. A gola e punhos em pelo remetem à transformação e textura da personagem inspiração.



Figura 31 – Alternativa 6

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 32 representa camisa em tricoline e colete e calça em oxford. O tom de roxo remete ao caráter anti-herói da personagem Fera, em contraste com o dourado dos botões e a calça em tom de cáqui. O pelo marcante no look foi novamente explorado. O detalhe da fivela nas costas do colete enriquece a peça.



Figura 32 – Alternativa 7

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 33 representa camisa polo em malha, colete inferior em oxford e superior em jaquard e calça em oxford. De acordo com os resultados do questionário foram preservados no look as cores preta e branca, combinadas com tom de vermelho, deixando-o casual. As mangas com um pouco de volume remetem às bufantes, usadas pela personagem inspiração Fera.

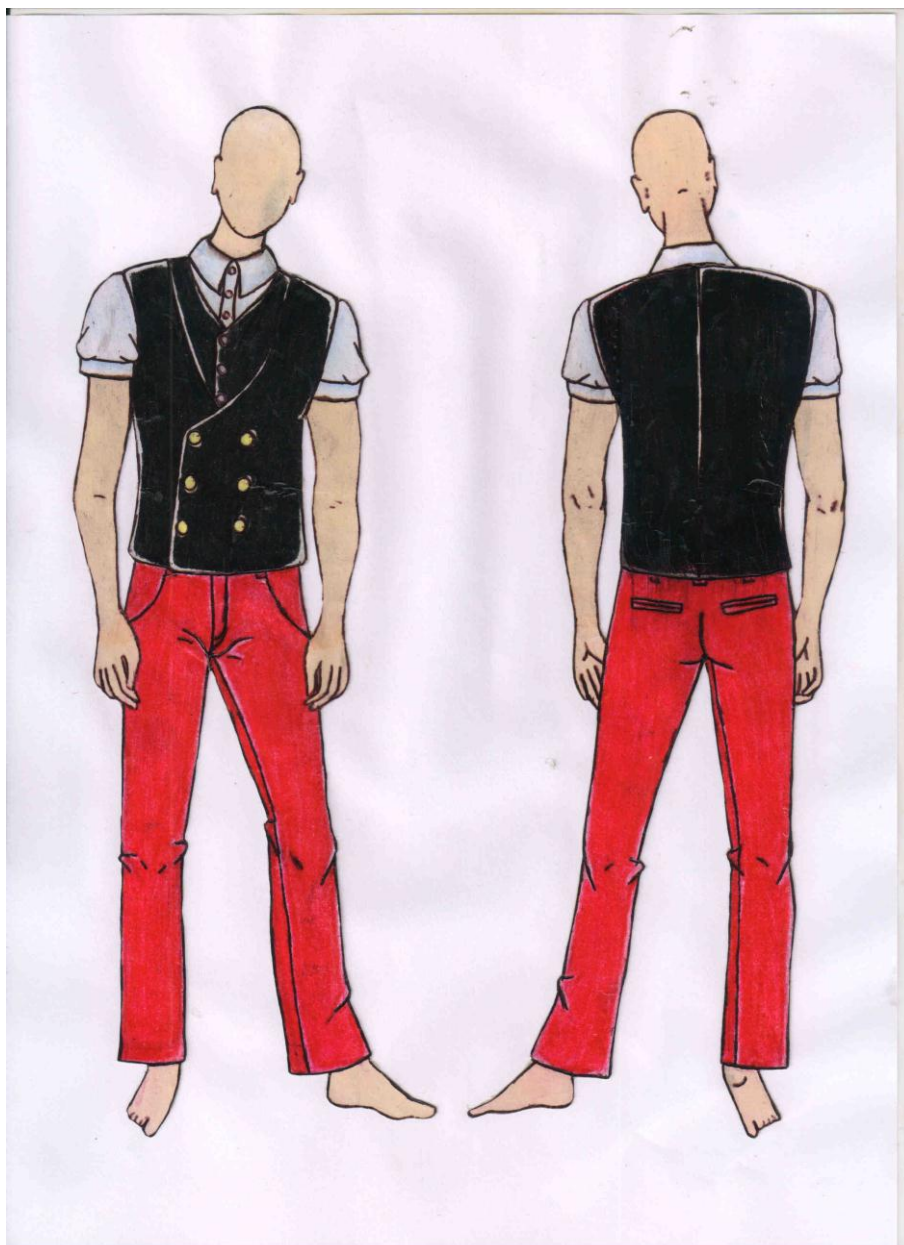


Figura 33 – Alternativa 8

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 34 representa chemisier em tricoline, calça em sarja e echarpe em jacquard. A chemisier refere-se ao estilo casual, porém elegante, como preferência do público alvo entrevistado. A calça slim confere contemporaneidade e a echarpe certa ousadia, explorada no caráter da personagem Fera. O azul remete ao “lado Príncipe” da personagem, o sangue azul, à nobreza.



Figura 34 – Alternativa 9

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 35 representa blazer em sarja, camisa em tricoline e calça em sarja com barra dobrada. O blazer bicolor remete a dupla personalidade da personagem Fera, combinada com a camisa em tom vermelho que foi apontada como preferência do público alvo. A calça com vincos procura preservar a questão formal de elegância e a barra dobrada confere modernidade.



Figura 35 – Alternativa 10

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 36 representa camisa em viscose, casaco em sarja e calça em oxford. A camisa e calça pretas em contraste com o cáqui representando os dois polos característicos da personagem, a transição da Fera em príncipe. O casaco estilo Sherlock remete à elegância e teatralidade da personagem no filme. O pelo na gola do casaco marca a principal textura da coleção.

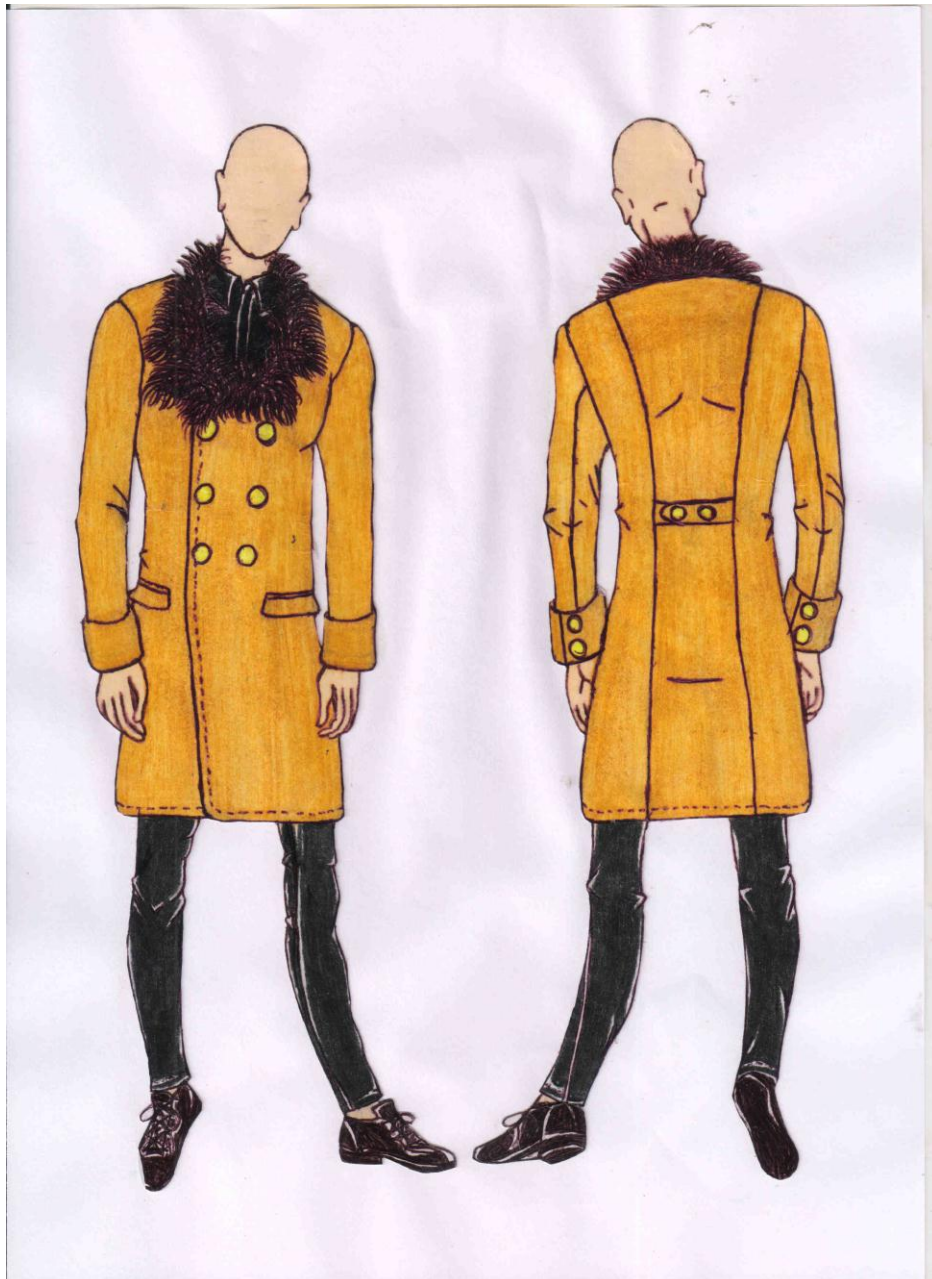


Figura 36 – Alternativa 11

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 37 representa camisa em tricoline, colete superior de jacquard, colete inferior de tafetá brocado e calça de sarja. Os coletes duplos surgem como inovação de sobreposição, remetendo à nobreza hierárquica, ligada aos tons de azul, que são destaque como cores dos olhos da personagem inspiração. O colete brocado se destaca fazendo referência ao período barroco. Obedecendo à tendência escolhida, o bottom aparece em cores claras e o top em cores escuras, conferindo modernidade elegante.



Figura 37 – Alternativa 12

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 38 representa camisa em tricoline, colete em tafetá e bermuda em sarja. As cores referem-se ao caráter inicial da personagem, quase vilanesco. A bermuda confere casualidade e modernidade, obedecendo às preferências do público entrevistado, onde o colete e a camisa não permitem que a elegância seja perdida.



Figura 38 – Alternativa 13

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 39 representa camiseta em malha, casaco em sarja forrada com gola formato coxinha e aplicação de pelo sintético e calça em brim com barra dobrada. A camiseta e a calça seguem a linha básica casual, de acordo com o público entrevistado, sendo destacado o casaco no look pelo contraste de cores e presença de textura em pelo, conforme painel semântico.



Figura 39 – Alternativa 14

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 40 representa jaqueta em sarja com ombreiras de metal, calça em oxford com barra dobrada e vinco. A jaqueta com ombreiras faz referência ao lado inicial da personagem Fera – o príncipe de caráter duvidoso – ligado à farda nobre. A calça com nós baixo e barra dobrada conferem o ar casual do look, em acordo com a entrevista do público.



Figura 40 – Alternativa 15

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 41 representa camisa meia manga com nervuras em tricoline e calça de cóis largo em sarja. O look com design diferenciado confere contemporaneidade, sem perder o aspecto teatral da personagem Fera. A calça faz referência ao smoking.



Figura 41 – Alternativa 16

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 42 representa blazer e bermuda com vincos e barra dobrada em oxford e camiseta listrada em malha. O look tem estilo bem casual de acordo com o resultado da entrevista do público alvo, porém sem perder o toque de elegância reafirmado na escolha do painel semântico. A combinação de cores foi pensada também conforme as preferências do público entrevistado.



Figura 42 – Alternativa 17

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 43 representa camiseta listrada em malha, casaco em veludo com punho e gola trabalhados, calça skinny em sarja. Este look representa o lado sombrio da personagem Fera em contrapartida à sua transformação. A gola do casaco remete ao drama e vilania; já a calça bicolor representa as preferências do público alvo e os dois principais momentos da personagem Fera.



Figura 43 – Alternativa 18

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 44 representa kilt com pregas na lateral direita e cós largo em oxford, camisa preta de tricoline com botões pretos, plastron em renda, colete de jacquard e casaco com bico em jacquard. Este look é o mais dramático e vanguarda de toda a coleção. A kilt deve ser entendida como o poder feminino que transforma a personagem Fera durante o enredo do filme; e o plastron carrega a bagagem histórica do filme no look. As demais peças do look garantem a elegância e virilidade, onde o colete em jacquard brocado vermelho representa o período barroco.



Figura 44 – Alternativa 19

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 45 representa blazer em tafetá, cotoveleiras em sarja, camiseta em malha e calça tradicional em sarja. Priorizando a casualidade que é preferência do público entrevistado, aparece o blazer conferindo modernidade com as cotoveleiras em material diferente.



Figura 45 – Alternativa 20

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 46 representa camiseta em malha, casaco em sarja forrado e calça em sarja. A camiseta e a calça entram no look conferindo casualidade, em contrapartida ao casaco, com botões trabalhados, cinto e detalhes em renda. Trazem novamente o toque da feminilidade na transformação da personagem Fera em príncipe, em tons de vermelho com significado de poder.



Figura 46 – Alternativa 21

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 47 representa camisa-blazer meia manga em sarja, calça em sarja. Neste look o blazer foi transformado em camisa, conferindo mais casualidade ao look, conforme preferência do público. A tendência botton claro e top escuro foi aplicada, conferindo ar luxuoso, de acordo com o painel semântico.



Figura 47 – Alternativa 22

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 48 representa camisa com nervuras em tricoline, colete em tricoline forrado e calça em oxford. O vintage foi resgatado de forma sutil conforme preferência do público. As cores aplicadas fazem referência ao anti-heroísmo da personagem inspiração.



Figura 48 – Alternativa 23

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 49 representa camisa em viscose, calça em sarja com cós e lateral recortados. A camisa com gola padre confere visual moderno juntamente com a calça recortada. As cores representam o contraste de personalidade da personagem Fera durante o filme. Novamente o visual retrô é resgatado de forma sutil através do suspensório.



Figura 49 – Alternativa 24

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

A figura 50 representa blazer em sarja com pêlo, calça de sarja e camisa preta de tricoline. A textura de pelo conforme o personagem inspiração é aplicada ao blazer de duplo abotoamento. As cores revelam o contraste da personagem Fera durante o filme.



Figura 50 – Alternativa 25

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

6.1 ALTERNATIVAS SELECIONADAS

Das 25 alternativas geradas para a coleção, foram selecionadas seis para confecção, conforme as figura 51 e 52, abaixo:



Figura 51 – Alternativas selecionadas para confecção.

Fonte: Das autoras (2015)



Figura 52 – Alternativas selecionadas para confecção.

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

6.2 FICHAS TÉCNICAS

6.2.1 Look I – Robert



Figura 53 – Ficha técnica Polo Robert
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Malha	Alfana	100% algodão	0,9m	20,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Luana Aviamentos	Branca	1	1,75
Botões de pressão	Luana Aviamentos	Metalizado	12	0,20
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 54 – Ficha técnica Polo Robert
 Fonte: Das autoras (2015)

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há. TAMANHO: VALOR: CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há. QUANT. PONTOS: TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO: OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM: Não há. VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 56 – Ficha técnica Polo Robert
Fonte: Das autoras (2015)

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 0004	MARCA: Butler	ESTILISTA: Camila Kichel
COLEÇÃO: Inverno 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Daniela Boniolo
PRODUTO: Colete Robert I	GRADE: PP/P/M/G	DATA: 26/05/2015

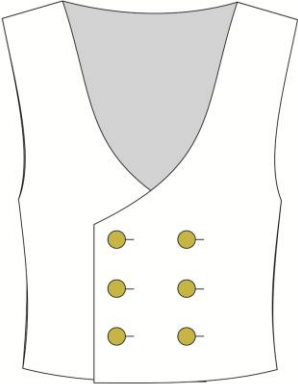
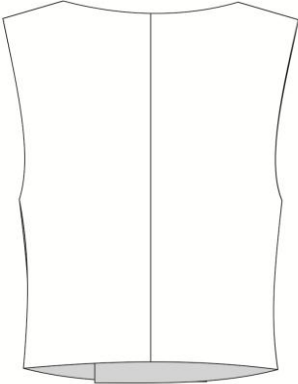
	
FRENTE	COSTAS

Figura 57 – Ficha técnica Colete Robert I
Fonte: Das autoras (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tafetá	Alfana	100% poliéster	0,9m	16,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Dourado	6	0,60
Linha	Luana Aviamentos	Preta	1	1,75
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 58 – Ficha técnica Colete Robert I
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM:</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 60 – Ficha técnica Colete Robert I
 Fonte: Das autoras (2015)

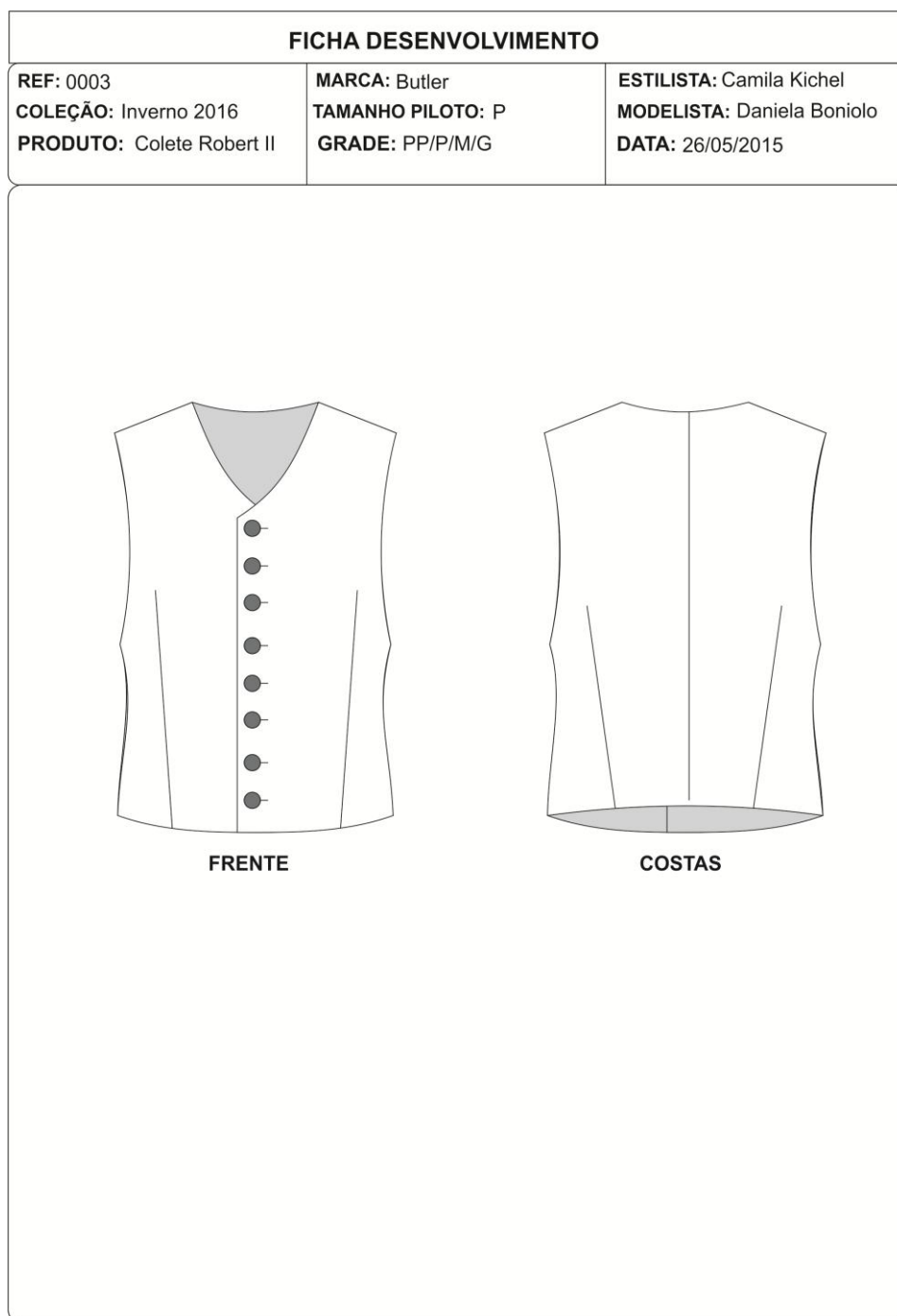


Figura 61 – Ficha técnica Colete Robert II
Fonte: Das autoras (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Oxford	Alfana	100% poliéster	0,8m	9,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	6	0,50
Linha	Luana Aviamentos	Preta	1	1,75
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 62 – Ficha técnica Colete Robert II
 Fonte: Das autoras (2015)

ESTAMPARIA:

REF:

Não há.

TAMANHO:

VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:

Não há.

QUANT. PONTOS:

TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

Não há.

LAVAGEM:

VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 64 – Ficha técnica Colete Robert II

Fonte: Das autoras (2015)



Figura 65 – Ficha técnica Calça Robert
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sarja	Alfana	97% algodão 3% elastano	2m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	1	0,20
Linha	Luana Aviamentos	Vermelha	1	1,75
Zipper	Luana Aviamentos	Vermelha	1	0,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 66 – Ficha técnica Calça Robert
Fonte: Das autoras (2015)

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM:</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
	10	10	10	10						
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 68 – Ficha técnica Calça Robert
 Fonte: Das autoras (2015)

6.2.2 Look II – Adam

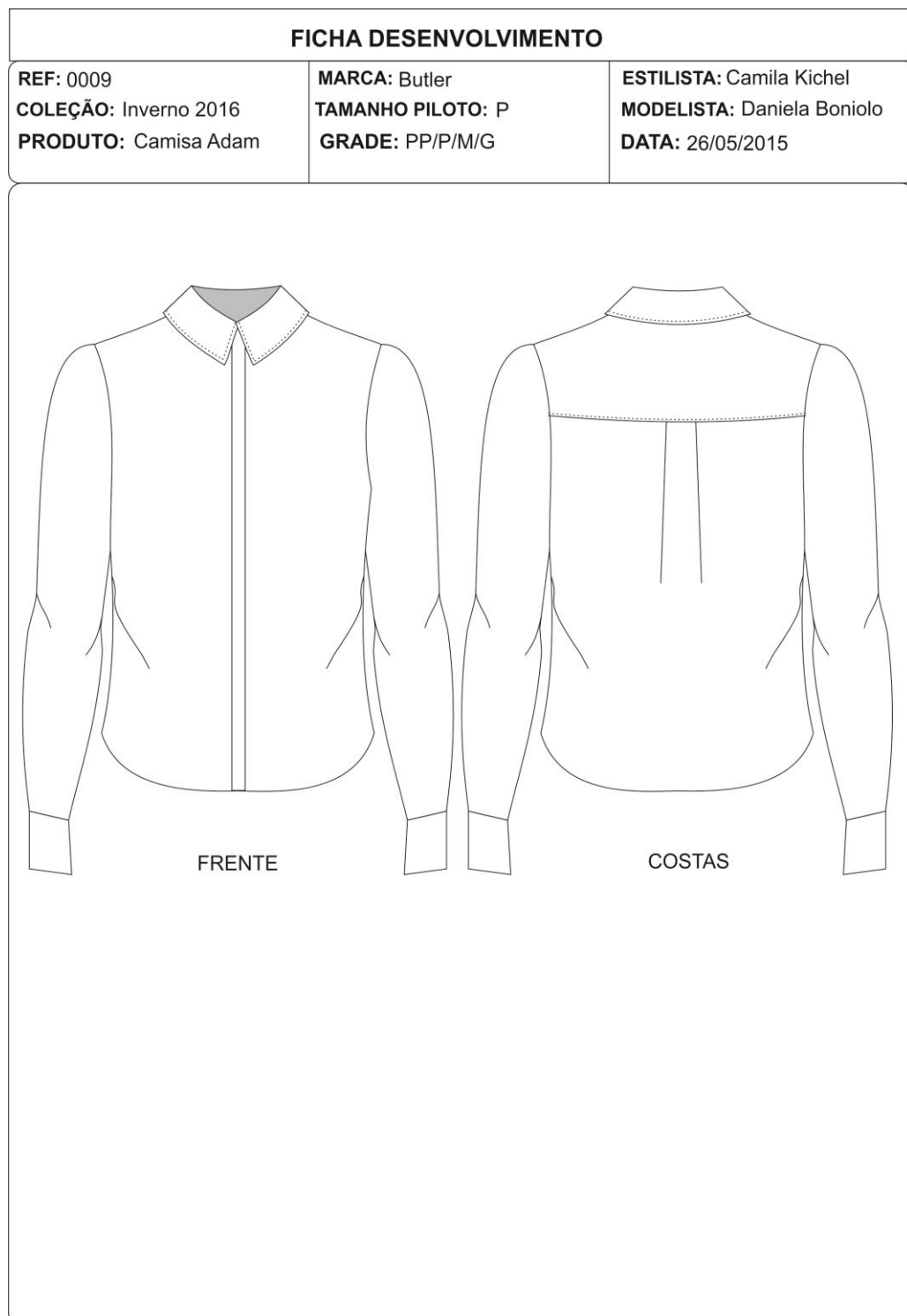


Figura 69 – Ficha técnica Camisa Adam
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tricoline	Alfana	100% algodão	0,9m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	7	0,20
Linha	Luana Aviamentos	Azul royal	1	1,75
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 70 – Ficha técnica Camisa Adam
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM:</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 72 – Ficha técnica Camisa Adam
 Fonte: Das autoras (2015)



Figura 73 – Ficha técnica Colete Adam
Fonte: Das autoras (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sarja	Alfana	97% algodão 3% elastano	0,9m	11,90
Pelo	Alfana	Sintético	0,4m	6,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	6	0,30
Linha	Luana Aviamentos	Azul royal	1	1,75
Fivela	Luana Aviamentos	Prata	1	1,20
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 74 – Ficha técnica Colete Adam
Fonte: Das autoras (2015)

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM:</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 76 – Ficha técnica Colete Adam
 Fonte: Das autoras (2015)

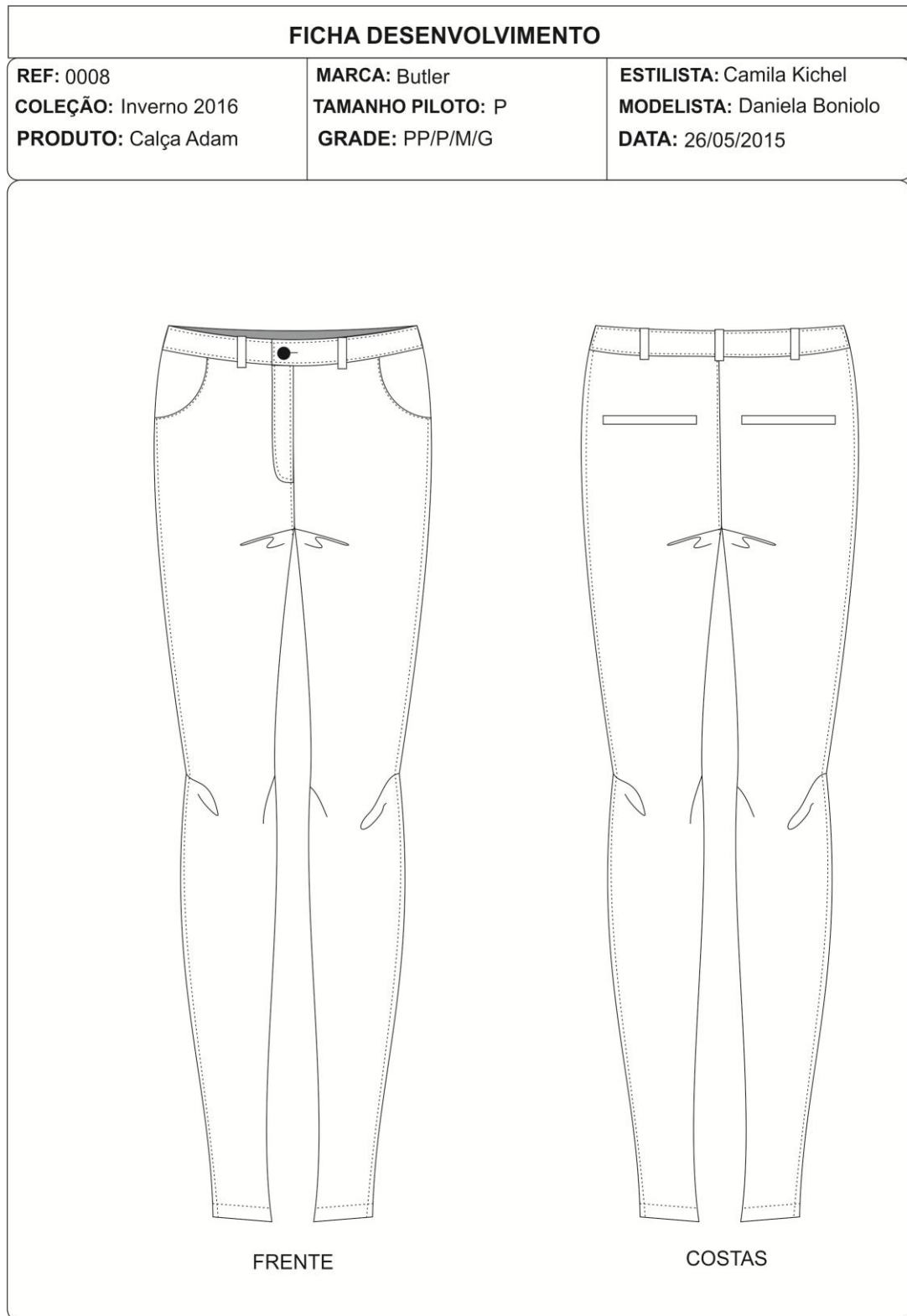


Figura 77 – Ficha técnica Calça Adam
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sarja	Alfana	97% algodão 3% elastano	2m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	1	0,20
Linha	Luana Aviamentos	Cáqui	1	1,75
Zíper	Luana Aviamentos	Cáqui	1	0,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 78 – Ficha técnica Calça Adam

Fonte: Das autoras (2015)

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>									
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>									
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM: Não há.</p> <p>VALOR:</p>									
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)									
34	36	38	40	42	44	46	48		
	10	10	10	10					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS		
Cintura:									
Quadril:									
Gancho frente:									
Gancho Traseiro:									
Barra:									
Entreperna:									

Figura 80 – Ficha técnica Calça Adam
 Fonte: Das autoras (2015)

6.2.3 Look III – Andy

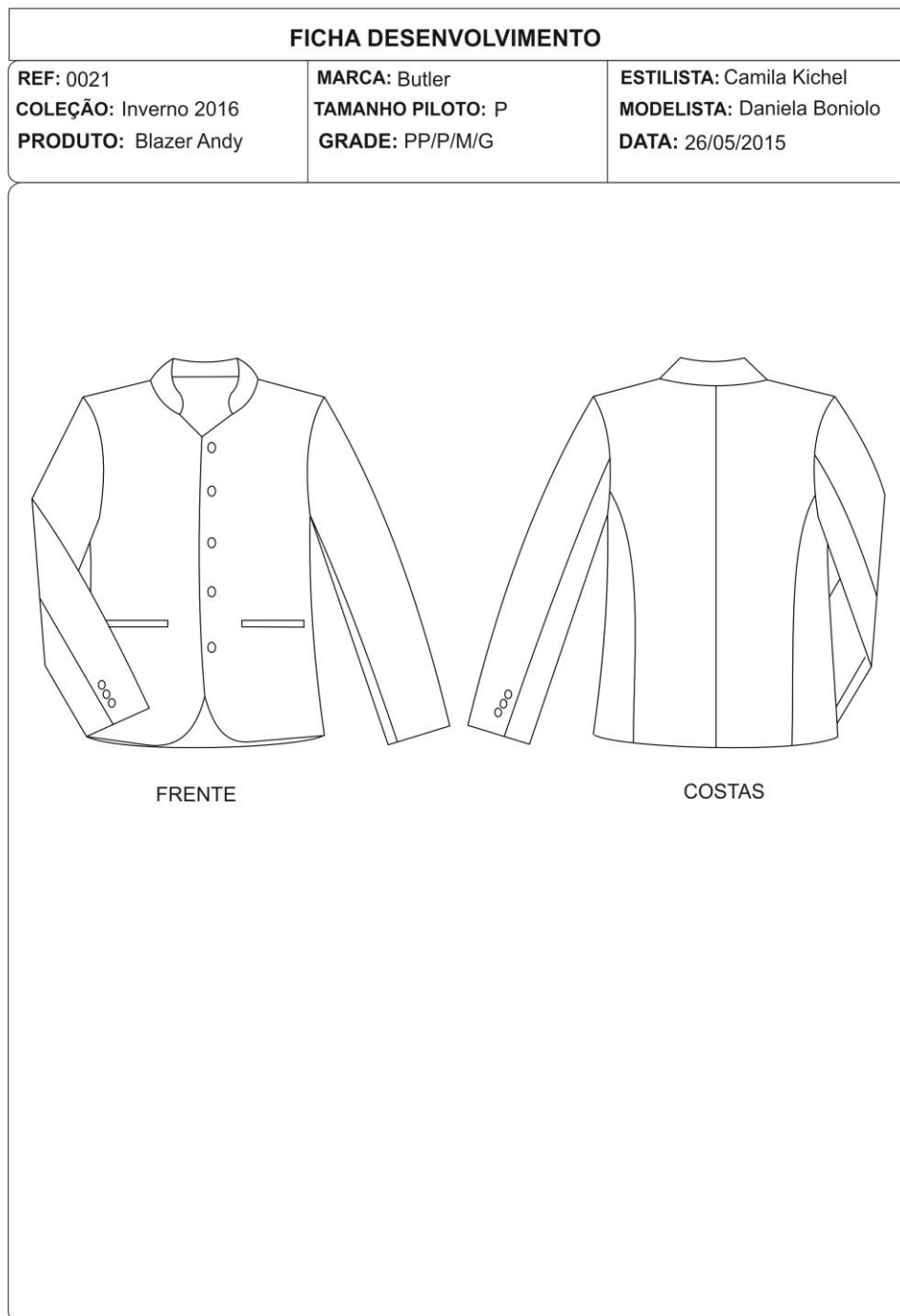


Figura 81 – Ficha técnica Blazer Andy
Fonte: Das autoras (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Veludo cotelê	Alfana	100% algodão	2m	21,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão paleta	Luana Aviamentos	Prata/Preto	6	0,70
Linha	Luana Aviamentos	Roxa	1	1,75
Botão punho	Luana Aviamentos	Prata (encapado)	6	0,30
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 82 – Ficha técnica Blazer Andy
 Fonte: Das autoras (2015)

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA: Não há.</p> <p>LAVAGEM:</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 84 – Ficha técnica Blazer Andy
 Fonte: Das autoras (2015)



Figura 85 – Ficha técnica Calça Andy
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

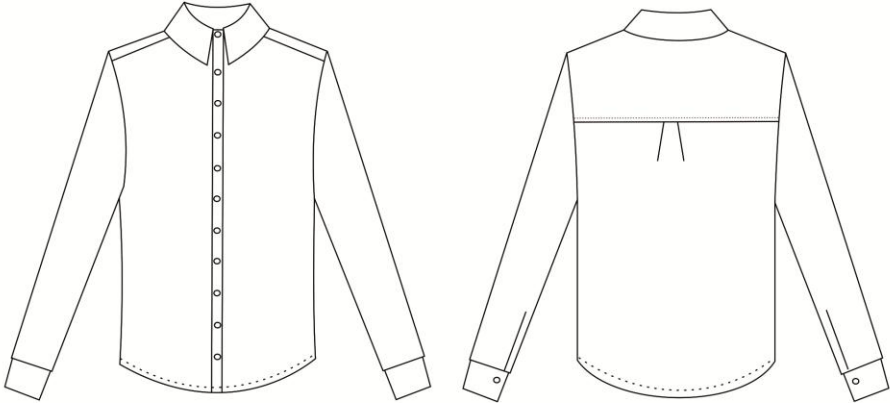
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sarja	Alfana	97% algodão 3% elastano	2m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	1	0,20
Linha	Luana Aviamentos	Roxa	1	1,75
Zipper	Luana Aviamentos	Roxa	1	0,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 86 – Ficha técnica Calça Andy
 Fonte: Das autoras (2015)

ESTAMPARIA:										
REF:					Não há.					
TAMANHO:										
VALOR:										
CORES:										
BORDADO:										
REF:					Não há.					
QUANT. PONTOS:										
TIPO DE PONTOS:										
LOCALIZAÇÃO:										
OBS:										
LAVANDERIA:										
LAVAGEM:					Não há.					
VALOR:										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
	10	10	10	10						
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 88 – Ficha técnica Calça Andy
 Fonte: Das autoras (2015)

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 0019	MARCA: Butler	ESTILISTA: Camila Kichel
COLEÇÃO: Inverno 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Daniela Boniolo
PRODUTO: Camisa Andy	GRADE: PP/P/M/G	DATA: 26/05/2015



FRENTE **COSTAS**

Figura 89 – Ficha técnica Camisa Andy

Fonte: Das autoras (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tricoline	Alfana	100% algodão	0,9m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Branca	7	0,20
Linha	Luana Aviamentos	Branca	1	1,75
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 90 – Ficha técnica Camisa Andy
 Fonte: Das autoras (2015)

<p>ESTAMPARIA: Não há.</p> <p>REF:</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO: Não há.</p> <p>REF:</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA: Não há.</p> <p>LAVAGEM:</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 92 – Ficha técnica Camisa Andy
 Fonte: Das autoras (2015)

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 0020	MARCA: Butler	ESTILISTA: Camila Kichel
COLEÇÃO: Inverno 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Daniela Boniolo
PRODUTO: Colete Andy	GRADE: PP/P/M/G	DATA: 26/05/2015

FRENTE **COSTAS**

Figura 93 – Ficha técnica Colete Andy
Fonte: Das autoras (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Oxford	Alfana	100% poliéster	0,9m	9,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	4	0,20
Linha	Luana Aviamentos	Azul marinho	1	1,75
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 94 – Ficha técnica Colete Andy
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há. TAMANHO: VALOR: CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há. QUANT. PONTOS: TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO: OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA: Não há. LAVAGEM: VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 96 – Ficha técnica Colete Andy
Fonte: Das autoras (2015)

6.2.4 Look IV – Sherlock

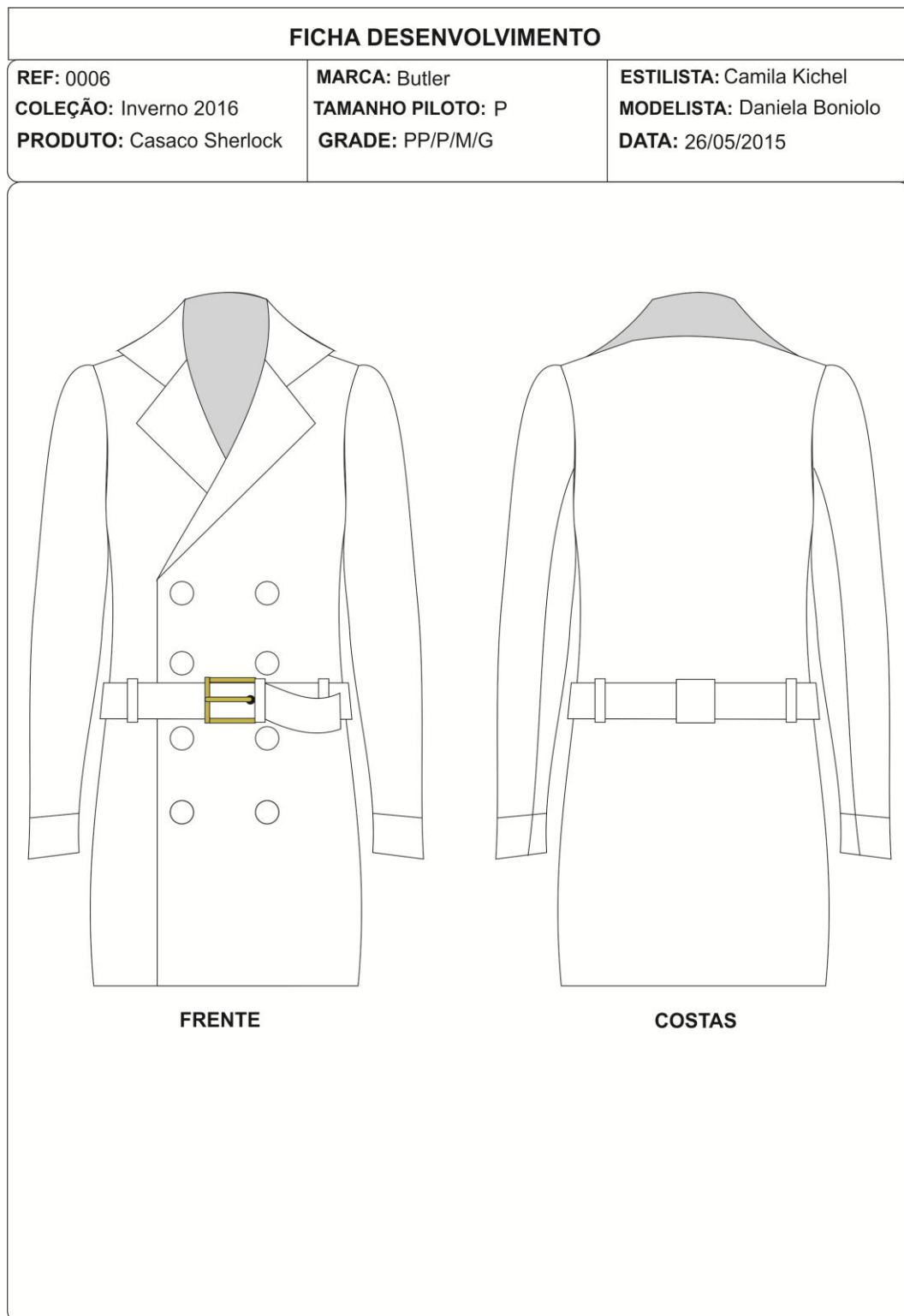


Figura 97 – Ficha técnica Casaco Sherlock
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

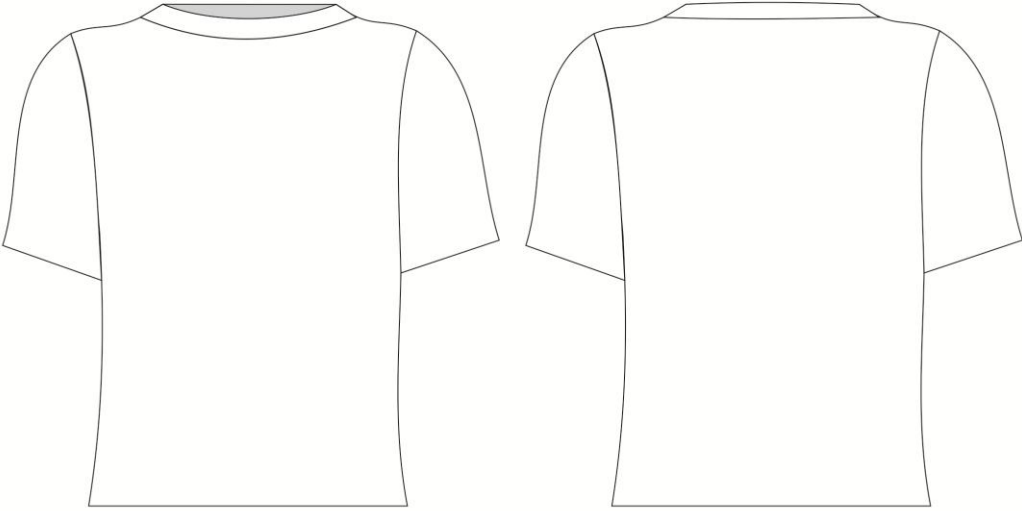
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sarja	Alfana	97% algodão 3%elastano	3m	19,90
Renda	Alfana	90% algodão 10%elastano	0,3m	16,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata/Preto	8	0,75
Linha	Luana Aviamentos	Vermelha	1	1,75
Fivela	Luana Aviamentos	Prata	1	1,20
Ilhós	Luana Aviamentos	Prata	12	0,05
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 98 – Ficha técnica Casaco Sherlock
 Fonte: Das autoras (2015)

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM: Não há.</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 100 – Ficha técnica Casaco Sherlock
 Fonte: Das autoras (2015)

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 0007	MARCA: Butler	ESTILISTA: Camila Kichel
COLEÇÃO: Inverno 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Daniela Boniolo
PRODUTO: Camiseta Sherlock	GRADE: PP/P/M/G	DATA: 26/05/2015



The technical drawing shows two views of a t-shirt: a front view on the left and a back view on the right. Both views show a short-sleeved t-shirt with a crew neck. The front view shows a plain t-shirt with a small dark grey area at the neckline. The back view shows a plain t-shirt with a small dark grey area at the neckline. The drawing is a simple line art representation.

FRENTE

COSTAS

Figura 101 – Ficha técnica Camiseta Sherlock
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Malha	Alfana	100% algodão	0,9m	20,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Luana Aviamentos	Preta	1	1,75
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 102 – Ficha técnica Camiseta Sherlock
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA: Não há.</p> <p>LAVAGEM:</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 104 – Ficha técnica Camiseta Sherlock
 Fonte: Das autoras (2015)

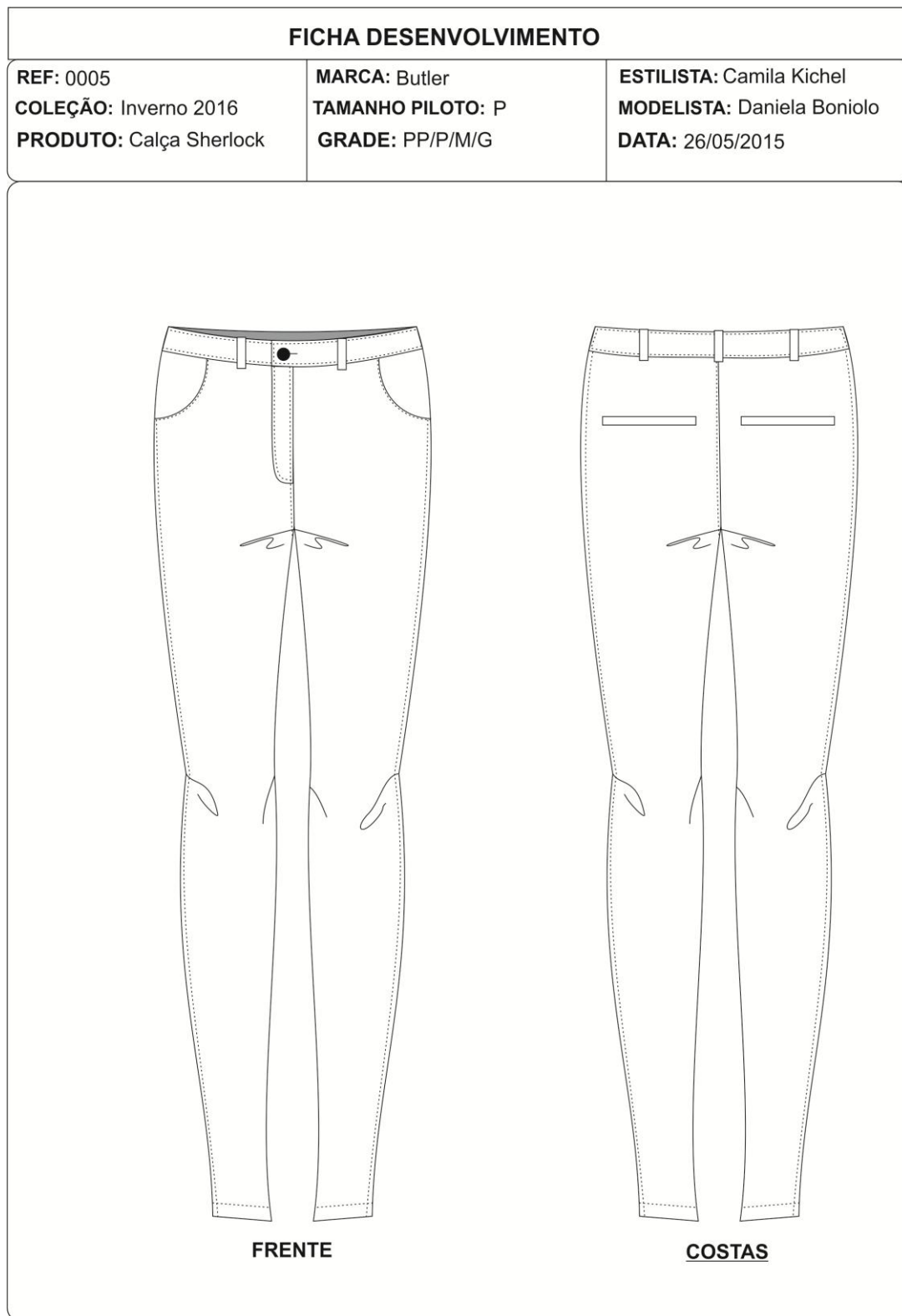


Figura 105 – Ficha técnica Calça Sherlock
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sarja	Alfana	97% algodão 3% elastano	2m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	1	0,20
Linha	Luana Aviamentos	Vermelha	1	1,75
Zíper	Luana Aviamentos	Vermelha	1	0,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 106 – Ficha técnica Calça Sherlock
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM: Não há.</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
	10	10	10	10						
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 108 – Ficha técnica Calça Sherlock

Fonte: Das autoras (2015)

6.2.5 Look V – Bleu

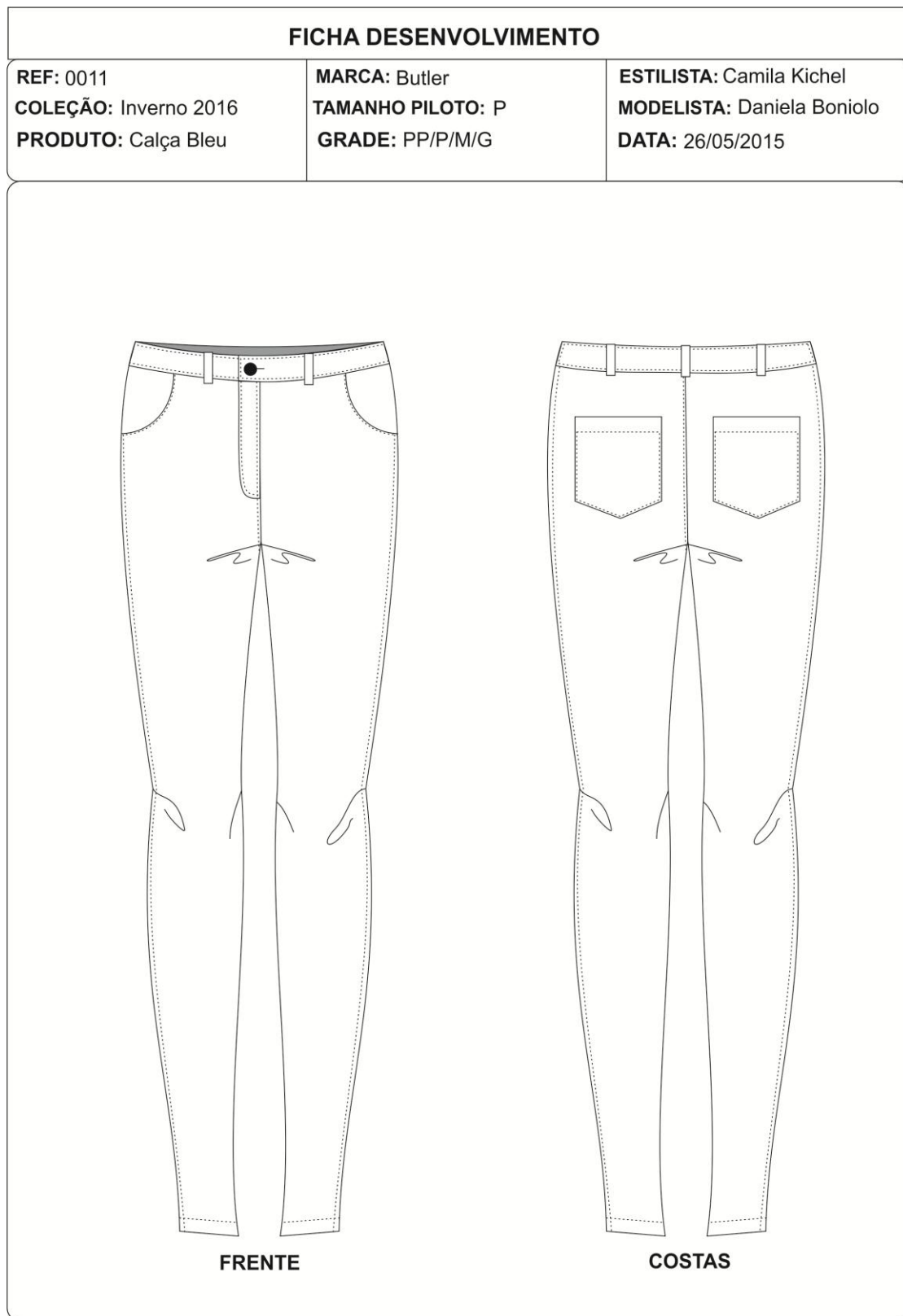


Figura 109 – Ficha técnica Calça Bleu
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sarja	Alfana	97% algodão 3% elastano	2m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	1	0,20
Linha	Luana Aviamentos	Cáqui	1	1,75
Zíper	Luana Aviamentos	Cáqui	1	0,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 110 – Ficha técnica Calça Bleu
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

ESTAMPARIA:										
Não há.										
REF:										
TAMANHO:										
VALOR:										
CORES:										
BORDADO:										
Não há.										
REF:										
QUANT. PONTOS:										
TIPO DE PONTOS:										
LOCALIZAÇÃO:										
OBS:										
LAVANDERIA:										
Não há.										
LAVAGEM:										
VALOR:										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
	10	10	10	10						
TABELA DE MEDIDAS				ANTES				DEPOIS		
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 112 – Ficha técnica Calça Bleu
 Fonte: Das autoras (2015)

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 0012	MARCA: Butler	ESTILISTA: Camila Kichel
COLEÇÃO: Inverno 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Daniela Boniolo
PRODUTO: Camisa Bleu	GRADE: PP/P/M/G	DATA: 26/05/2015

	
FRENTE	COSTAS

Figura 113 – Ficha técnica Camisa Bleu
Fonte: Das autoras (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Viscose	Alfana	100% algodão	1,8m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Azul marinho	8	0,20
Linha	Luana Aviamentos	Azul marinho	1	1,75
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 114 – Ficha técnica Camisa Bleu
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há. TAMANHO: VALOR: CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há. QUANT. PONTOS: TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO: OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM: Não há. VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 116 – Ficha técnica Camisa Bleu
Fonte: Das autoras (2015)

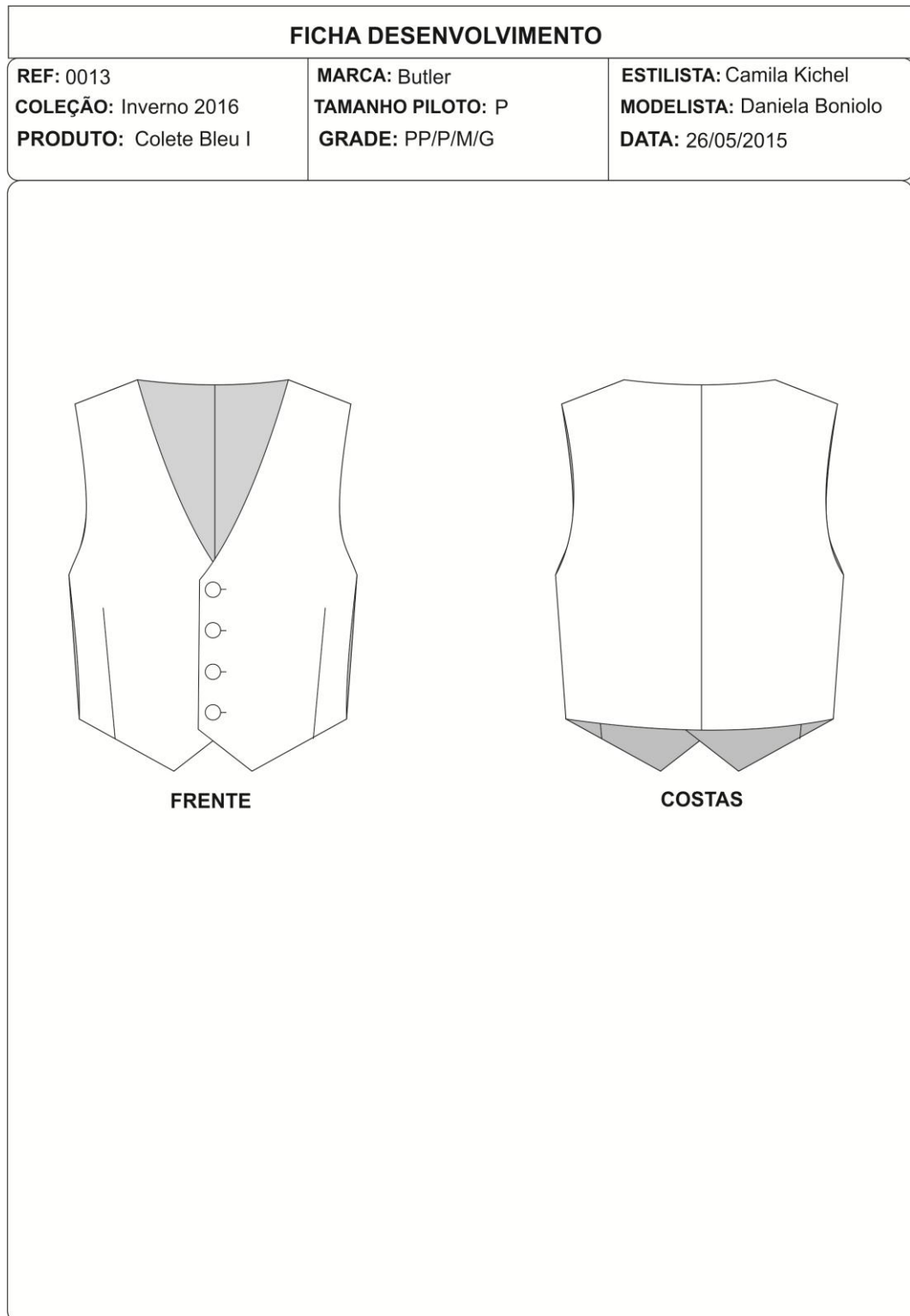


Figura 117 – Ficha técnica Colete Bleu I
Fonte: Das autoras (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tricoline	Alfana	100% algodão	0,8m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	4	0,60
Linha	Luana Aviamentos	Azul royal	1	1,75
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 118 – Ficha técnica Colete Bleu I
 Fonte: Das autoras (2015)

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM: Não há.</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 120 – Ficha técnica Colete Bleu I
 Fonte: Das autoras (2015)

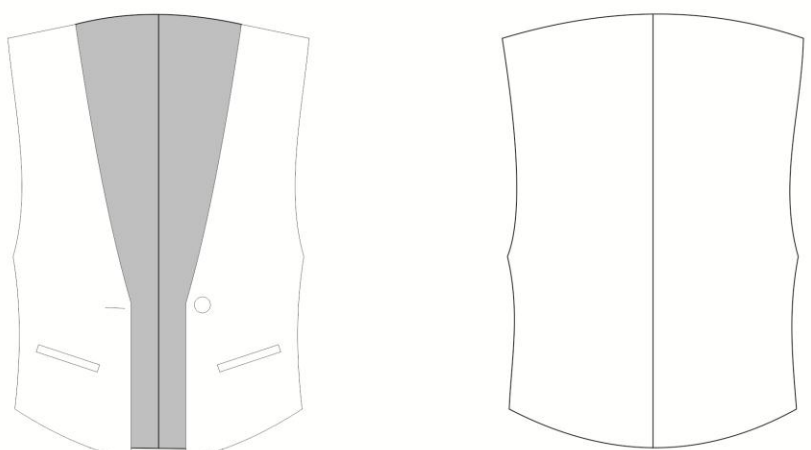
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 0014 COLEÇÃO: Inverno 2016 PRODUTO: Colete bleu II	MARCA: Butler TAMANHO PILOTO: P GRADE: PP/P/M/G	ESTILISTA: Camila Kichel MODELISTA: Daniela Boniolo DATA: 26/05/2015
 <p>The technical drawing consists of two parts: a front view on the left and a back view on the right. The front view shows a vest with a dark grey central panel extending from the collar down to the waist. It features a notched lapel collar, a single button at the waist, and two horizontal welt pockets. The back view shows a simple vest shape with a vertical seam down the center and a curved hemline.</p>		
FRENTE COSTAS		

Figura 121 – Ficha técnica Colete Bleu II
Fonte: Das autoras (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tafetá	Alfana	100% poliéster	0,9m	11,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	1	0,50
Linha	Luana Aviamentos	Azul marinho	1	1,75
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 122 – Ficha técnica Colete Bleu II
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há. TAMANHO: VALOR: CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há. QUANT. PONTOS: TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO: OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA: Não há. LAVAGEM: VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 124 – Ficha técnica Colete Bleu II
Fonte: Das autoras (2015)

6.2.6 Look VI – Ronnie

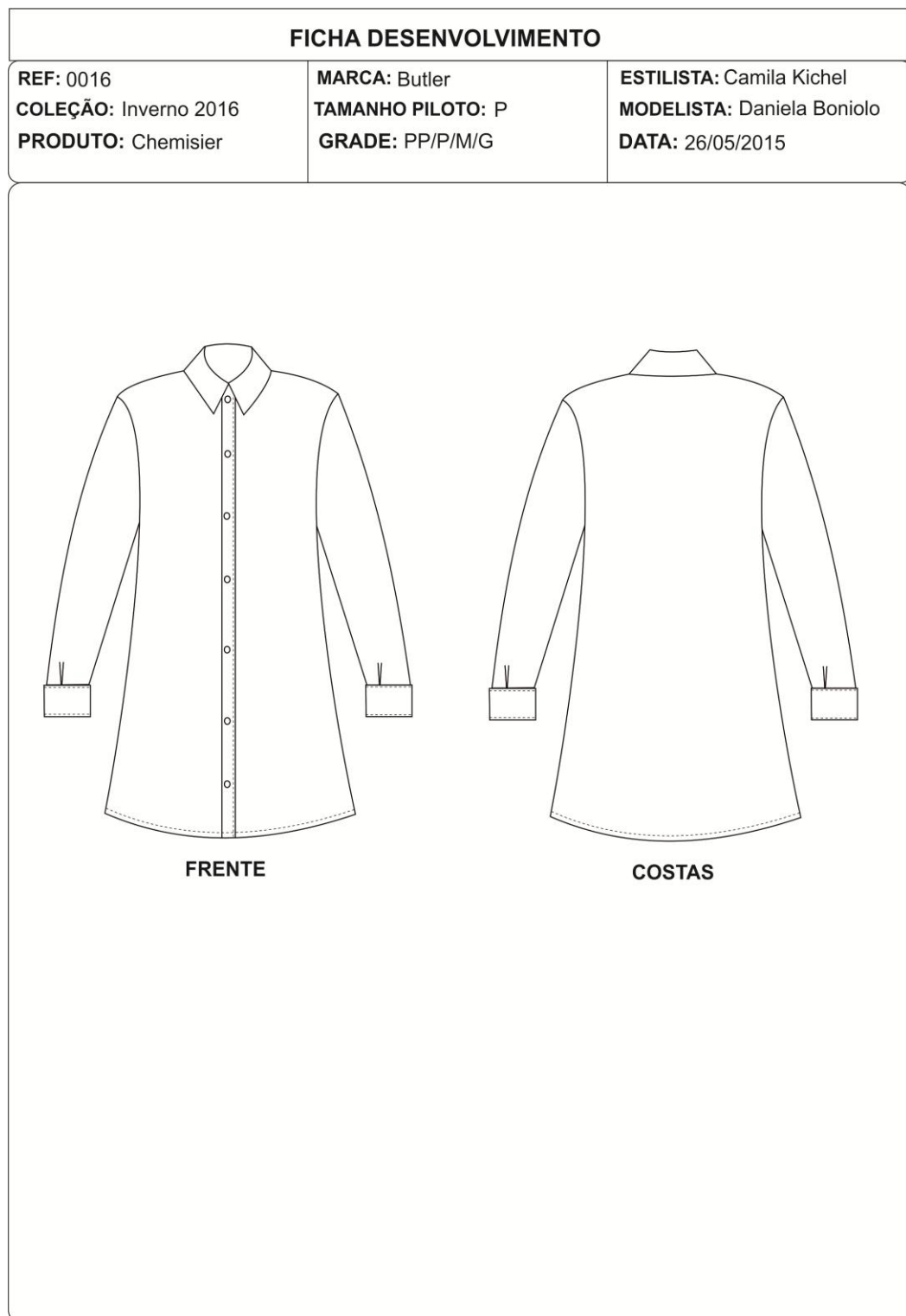


Figura 125 – Ficha técnica *Chemisier* Ronnie
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Viscose	Alfana	100% algodão	2,5m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Azul royal	10	0,70
Linha	Luana Aviamentos	Azul royal	1	1,75
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 126 – Ficha técnica *Chemisier Ronnie*
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

Não há.

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

Não há.

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

Não há.

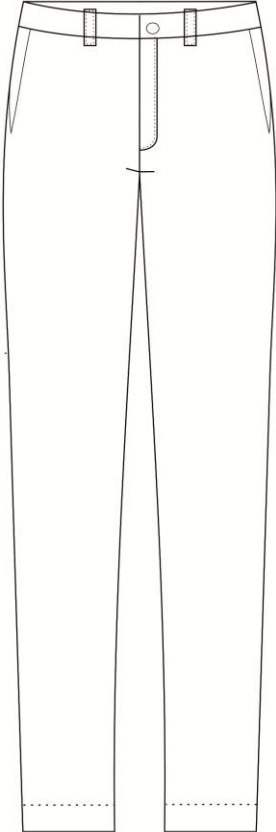
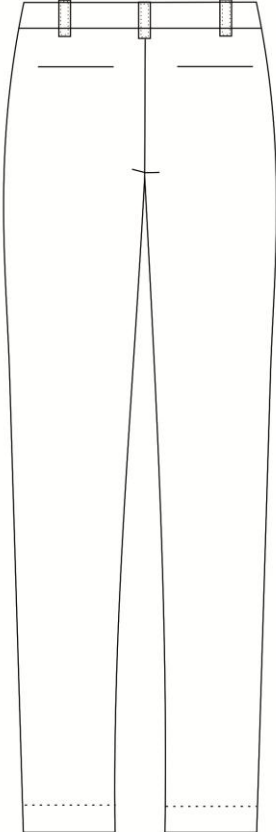
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 128 – Ficha técnica *Chemisier Ronnie*
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 0015	MARCA: Butler	ESTILISTA: Camila Kichel
COLEÇÃO: Inverno 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Daniela Boniolo
PRODUTO: Calça Ronnie	GRADE: PP/P/M/G	DATA: 26/05/2015

	
FRENTE	COSTAS

Fi

gura 129 – Ficha técnica Calça Ronnie
Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tricoline	Alfana	100% algodão	2m	19,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Luana Aviamentos	Prata	1	0,20
Linha	Luana Aviamentos	Azul Royal	1	1,75
Zíper	Luana Aviamentos	Azul Royal	1	0,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca	Graphix		1 unidade	
Etiqueta composição	Graphix		1 unidade	
VARIAÇÃO CORES				
Não há.				

Figura 130 – Ficha técnica Calça Ronnie
 Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

<p>ESTAMPARIA:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>TAMANHO:</p> <p>VALOR:</p> <p>CORES:</p>										
<p>BORDADO:</p> <p>REF: Não há.</p> <p>QUANT. PONTOS:</p> <p>TIPO DE PONTOS:</p> <p>LOCALIZAÇÃO:</p> <p>OBS:</p>										
<p>LAVANDERIA:</p> <p>LAVAGEM:</p> <p>VALOR:</p>										
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
	10	10	10	10						
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 132 – Ficha técnica Calça Ronnie
 Fonte: Das autoras (2015)

7 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)

O site da Butler (figura 133) tem como objetivo informar clientes e fornecedores, possibilitando o contato, além de ser a via de venda e apresentação das coleções.



Figura 133 – Layout do site da Butler.

Fonte: Das autoras (2015)

[Digite texto]

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo desenvolver uma marca de moda de vestuário masculino direcionada ao público dândi contemporâneo com produtos de moda a custo mais acessível.

A pesquisa iniciada por meio de levantamento bibliográfico sobre o surgimento do dandismo e seu contexto histórico, precursores do estilo, evolução do comportamento e guarda-roupas masculino levantou aspectos importantes para o entendimento da moda contemporânea masculina.

Em segundo momento, foi aplicado questionário para a delimitação de preferências do público alvo em produtos de moda e assim, aplicadas as informações no direcionamento mercadológico do desenvolvimento da coleção.

Ao longo deste estudo, foi possível delimitar e conhecer melhor o público a ser atendido, bem como suas necessidades. Observando os dândis contemporâneos percebe-se que eles têm como principais princípios a elegância e modernidade no vestir. O projeto também possibilitou a percepção de que o público masculino está cada vez mais interessado no universo da moda, sendo conhecedores de marcas e exigentes com a qualidade e estética dos produtos.

O público dândi contemporâneo busca inspiração em peças diferenciadas, porém constatou-se que muitos esbarram em dificuldades para encontrar produtos que atendam suas necessidades de consumo que tenham valores mais acessíveis, já que não dispõem de grandes ganhos financeiros por estarem em período acadêmico e início de carreira.

A marca criada buscou trazer uma proposta para atender a esse público potencial, utilizando matérias-primas têxteis com preços mais acessíveis, preservando atributos físicos e produtivos, que mantivessem similaridade às peças de marcas com alto custo. Ao final, o resultado trouxe peças elegantes e casuais, inspiradas na personagem “Fera”, do filme francês “La Belle et La Bête”, que podem ser usadas tanto em ambientes formais e informais, sem perder os valores estéticos diferenciados que o público preza.

[Digite texto]

REFERÊNCIAS

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

BARROS, Fernando. Elegância – como o homem deve se vestir. Editora Negócio, São Paulo, 1997.

BLATTBERG, R.C.; Malthouse, EC ; Neslin, SA. Customer Lifetime Value: Empirical Generalizations and Some Conceptual Questions. Journal Of Interactive Marketing. 2009, Vol.23(2), p.157-168.

BARTHES, Roland. Moda e Comunicação. Editora Martins Fontes, São Paulo, 2005.

BASTOS, I. et al. Dândis. Maio de 2012.

<http://www.usefashion.com/Categorias/capatribosurbanas.aspx> acesso em 8 de novembro de 2013.

BRAGA, João. Reflexões sobre Moda. Editora Anhembi Morumbi, São Paulo, 2006.

BOLLON, Patrice. A moral da máscara: Merveilleux, Zazous, Dândis, punks, etc./ Patrice Bollon; tradução de Ana Maria Scherer. - Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

CARVALHO, Cyntia. Mídia impressa não é virtual, 2009. Disponível em: <https://agencianeon.wordpress.com/2010/08/18/midia-impressa-nao-e-virtual/>. Acessado em 28/03/2015.

CAVALCANTE, L.B. A rebeldia é um “bom negócio”: a apropriação da contracultura pela indústria da moda. 2009.

FLOCKER, Michael. O metrossexual: guia de estilo, um manual para o homem moderno. Tradução: Santiago Nazaria. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2004. 198 p.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. 12. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009. 175 p.

GOMES, J.L.F. O homem contemporâneo e sua moda: análise dos blogs Sem Paletó e Neonico. 2011.

HARVEY, John. Homens de Preto. 1.ed. Editora UNESP, São Paulo, 2003. 339p.

HOLLANDER, Anne. O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno. Tradução: Alexandre Tort. Revisão Técnica: Gilda Chantaignier. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. 260p.

[Digite texto]

LAVER, James. A roupa e a moda – uma história concisa. Tradução: Glória Maria de Mello Carvalho, São Paulo: Companhia das Letras, 2005. 285 p.

MIRANDA, A. P. C.; MOREIRA, G. U. O que é uma marca de moda alternativa?

MONTEMEZZO, M.C.F.S. Diretrizes metodológicas para projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico. 2003.

NASCIMENTO, S.C.B. A moda masculina e o homem contemporâneo. 2010.

QUEIROZ, Mário. Visões do Masculino nos Últimos Dez Anos. In: CASTILHO, Kathia (Org.). A Moda do Corpo / O Corpo da Moda. São Paulo: Esfera, 2002.

RIBEIRO, L., BRITO, P. Estilo: Tendências da moda masculina (verão) em 2014, Fevereiro de 2014. Disponível em: <http://revista-mensch.blogspot.com.br/2014/02/estilo-tendencias-da-moda-masculina.html>. Acesso dia 18 de outubro de 2014.

REVISTA H&C – Household & Cosméticos. Vol. X - nº 54 - Março/Abril 2009. Disponível em: <http://www.freedom.inf.br/revista/HC54/cosmeticos.asp>. Acesso em 21 de junho de 2015.

SANTANA, Cristiano. Homencipação. Coluna Estratégia. Disponível em : http://www.viraweb.com.br/novo_vira_inicio.asp?par_nivel1=Estrat%E9gia&par_nivel2=460&par_nivel3=1. Acesso em 21 de junho de 2015.

SANTOS, Valéria O. Alfaiatarias em Curitiba. Curitiba: Edição dos Autores, 2009. 100 p.

SEBRAE - <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154> acesso dia 4 de novembro de 2014.

VIEIRA-SENA, Taísa. A construção da identidade masculina contemporânea por meio da roupa íntima. 2011.

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

Neodândis

Este questionário foi elaborado para delimitar as preferências de vestuário do público masculino denominado Neodândi e, a partir dele, desenvolver uma coleção de roupas de acordo com os resultados obtidos.

Obrigada pela atenção e por dedicar um pouco do seu tempo para respondê-lo.
Att. Camila Kichel e Daniela Boniolo.

*Obrigatório

Informe-nos sua idade. *

Qual sua profissão? *

Qual é a sua renda mensal? *

- De R\$:400,00 à R\$:950,00
- De R\$:950,00 à R\$:1400,00
- De R\$:1400,00 à R\$:2300,00
- De R\$:2300,00 à R\$:4600,00
- Mais de R\$4600,00

Você costuma seguir tendências de moda? *

- Sim
- Não

Que locais costuma frequentar? *

- Bares e cafés
- Casas noturnas
- Shows
- Shoppings
- Cinema
- Casa de amigos
- Outro:

Quais são suas marcas de vestuário e acessórios preferidas?

[Digite texto]

Que cores e padrões para ternos e produtos de alfaiataria da lista abaixo você costuma usar? *

- Cores clássicas, como preto e branco
- Cores clássicas combinadas com azul marinho e vermelho
- Cores ousadas, como amarelo e rosa
- Estampas de paisagens, padrões xadrez e poás
- Estampas combinadas com cores lisas
- Outro:

O que você mais valoriza no ato da compra de roupas? *

- Acabamento
- Cores e estampas de fácil combinação
- Preço
- Outro:

Que acessórios você costuma usar? *

- Chapéu
- Lenço
- Óculos
- Cinto
- Anéis, colares e pulseiras
- Luvas
- Outro:

Quanto você estaria disposto a pagar por uma peça feita em alfaiataria? *

- Até R\$150,00
- De R\$150,00 à R\$250,00
- De R\$250,00 à R\$350,00
- Outro:

[Digite texto]

Qual imagem representa melhor seu estilo?

- Opção 1 - Com referências históricas
- Opção 2 - Vintage/retrô
- Opção 3 - Ousado/fashionista
- Opção 4 - Urbano/casual

Opção 1 - Com referências históricas



Opção 2 - Vintage/retrô



Opção 3 - Ousado/fashionista



Opção 4 - Urbano/casual



[Digite texto]

APÊNDICE B – FOTOS DOS LOOKS CONFECCIONADOS

[Digite texto]



[Digite texto]



[Digite texto]



[Digite texto]



[Digite texto]



[Digite texto]