

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

DAIANY ROCHA MARQUES

A INFLUÊNCIA DO CINEMA NA MODA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2014

DAIANY ROCHA MARQUES

A INFLUÊNCIA DO CINEMA NA MODA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Campus Apucarana.

Orientador: Prof.^a Msc. Carla Hidalgo Capelassi

APUCARANA

2014



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



TERMO DE APROVAÇÃO
Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 83
A influencia do cinema na moda

Por
DAIANY ROCHA MARQUES

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos seis dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e quatorze, às vinte e uma horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, Linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento do Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A candidata foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A)– CARLA HIDALGO CAPELASSI - ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) – NÉLIO PINHEIRO – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A)– JANETI MARQUES D´ANDREA – EXAMINADOR(A)

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

Dedico este trabalho aos meus pais por me ensinarem os valores que eu tenho hoje e por estarem sempre ao meu lado.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que sempre guiou e abençoou o meu caminho.

Aos meus pais, que são as pessoas mais importantes da minha vida e que diante de todo o meu período acadêmico foram a minha base, me apoiando e estando sempre comigo, mesmo longe, mesmo que a saudade chegasse a doer, eles acreditaram em mim, a eles o meu profundo “muito obrigada”.

A toda minha família, minha irmã, meu cunhado, tias, tios, primos, avós, que sempre demonstraram muita felicidade por mim, e me apoiaram muito também.

As minhas amigas, companheiras de república, que durante esse tempo foram como minhas irmãs aqui, em especial à Ana Carla, Ana Maria e a Katlyn com as quais vivi momentos maravilhosos e com certeza gostaria de ter continuado com elas até o final.

E as minhas atuais amigas de república, Lana e Rhaissa, por me aguentarem nesse período de estresse, pelo apoio dado e pelos bons momentos juntos.

A toda minha turma Design de Moda 1/2010 que compartilhou de todos os momentos de desespero com trabalhos, provas, notas, que sempre foi unida, e solidária, meu agradecimento em especial aos que estiveram mais próximos de mim, Luana, Mayara, Giovana e César.

Agradeço aos meus professores por transmitirem seus conhecimentos, enriquecendo os meus estudos. Em especial a minha orientadora, Carla Capelassi, pelo tempo cedido a mim, pela sua dedicação e paciência.

"É preciso força pra sonhar e perceber
que a estrada vai além do que se vê".
(Los Hermanos- Além do que se vê)

RESUMO

MARQUES, Daiany Rocha. **A influência do cinema na moda**. 2014. 150 f. Trabalho de Conclusão de Curso Tecnologia em Design de Moda - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2014.

O presente estudo tem como objetivo analisar historicamente como o cinema através de seus figurinos contribui e contribuiu para o desenvolvimento de novas tendências de moda e aplicar em uma coleção atual. Para isso utilizou-se da pesquisas bibliográfica e da quantitativa. O início do trabalho abordou a história do cinema e a sua influência na sociedade. Também foi estudada a evolução do figurino e suas contribuições para a moda, junto com as divas do cinema. Por fim, trará as tendências criadas nos filmes até os dias atuais.

Palavras-chave: Moda. Cinema. Figurino

ABSTRACT

MARQUES, Daiany Rocha. **The influence of film on fashion**. 2014. 150 f. Final Work in Fashion Design Technology – Federal Technological University of Paraná. Apucarana, 2014.

The present study aims to analyze historically as the film through their costumes and helped contribute to the development of new fashion trends and apply on a current collection. For this we used the bibliographic research and quantitative research. The beginning of the work dealt with the history of cinema and its influence on society. Also studied the evolution of costumes and their contributions to fashion, along with the film divas. Finally, we will set trends in movies until today.

Keywords: Fashion. Cinema. Costume

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Coleção inspirada no filme Cisne Negro	15
Figura 2 - Coleção inspirada no filme Grease	15
Figura 3 - Cinescópio	17
Figura 4 - Cinematógrafo	17
Figura 5 - Gilda (1946)	24
Figura 6 - Os Homens preferem as Loiras (1953)	25
Figura 7 - “Sabrina” (1954)	25
Figura 8 - Greta Garbo	27
Figura 9 - Marilyn Monroe	27
Figura 10 - Edith Head	29
Figura 11 - Edna Moda "Os Incríveis"	29
Figura 12 - Audrey Hepburn e Hubert Givenchy	30
Figura 13 - Audrey Hepburn em Bonequinha de luxo	30
Figura 14 - Figura “O Pecado Mora ao Lado”	32
Figura 15 - Vestido de Lucía Botella	33
Figura 16 - James Dean	34
Figura 17 - Marlon Brando	34
Figura 18 - Editorial Vogue francesa	35
Figura 19 - Editorial Vogue francesa	35
Figura 20 - Coleção lançada por Karl Lagerfeld	36
Figura 21 - Coleção por Miss Selfridge	37
Figura 22 - Coleção Chanel verão 2011/2012	38
Figura 23 - Logo da marca	49
Figura 24 - Modelo da Fachada	51
Figura 25 - Hall de entrada	51
Figura 26 - Disposição das peças	52
Figura 27 - Ambiente da loja	52
Figura 28 - Público Alvo	54
Figura 29 - Microtendência - Navy	55
Figura 30 - Microtendência - Calça cropped	56
Figura 31 - Microtendência – Macacão	57
Figura 32 - Filme referência	59
Figura 33 - Shapes da coleção	60
Figura 34 - Briefing	63
Figura 35 - Cartela de Cores	64
Figura 36 - Cartela de Materiais	65

Figura 37 - Croqui 01 - Colete de sarja com gola alta e botões, forro com recortes em cetim, regata de crepe de listras e short de sarja com cós e bolso faca em couro. ..	66
Figura 38 - Croqui 02 - Colete de sarja com gola careca e botões, forro estampado em cetim, com recorte e short de sarja com laterais e bolso em couro.....	67
Fgura 39 - Croqui 03 - Maxi colete estampado, blusa com manga de couro, costas lisa e frente listrada, short de sarja de cintura alta.	68
Figura 40 - Croqui 04 - Blusa com recorte na frente e estampada nas costas com botões de caveira, bermuda de sarja com cós e bolso faca de couro.....	69
Figura 41 - Croqui 05 - Blusa assimétrica com uma manga mais comprida e estampa localizada, bermuda de sarja.....	70
Figura 42 - Colete de couro com bolsos frontais, macaquinho com estampas localizadas.....	71
Figura 43 - Croqui 07- Macaquinho com costas lisa e frente estampada.....	72
Figura 44 - Croqui 08- Macaquinho em cetim com recorte superior listrado	73
Figura 45 - Croqui 09 - Macaquinho branco com listras estampadas	74
Figura 46 - Croqui 10 -Vestido com gola e recorte estampado , botões de caveira .	75
Figura 47 - Croqui 11 - Vestido estampado com manga ampla e cintura marcada com um cinto.....	76
Figura 48 - Croqui 12 -Vestido com manga comprida e ampla, decote canoa e tingimento em ombré.....	77
Figura 49 - Croqui 13 - Vestido com tingimento ombré, assimétrico, com uma alça de amarrações	78
Figura 50 - Croqui 14 - Vestido com recorte frontal e estampa localizada de caveira.	79
Figura 51 - Croqui 15 - Vestido longo com decote canoa, tingimento ombré e estampa localizada.....	80
Figura 52 - Croqui 16 - Vestido com listras diagonais, alça trançada e frente única.	81
Figura 53 - Croqui 17 - Vestido longo com tingimento ombré e alças com amarrações.	82
Figura 54 - Croqui 18 - Macacão cropped com amarrações em uma das alças e corrente nas costas.....	83
Figura 55 - Croqui 19 –Regata de seda com correntes como alça, colete estampado com detalhe em couro e calça cropped.....	84
Figura 56 - Croqui 20 – Colete de couro com correntes, blusa com estampa localizada e calça cropped cintura alta.....	85
Figura 57 - Croqui 21 – Macacão estampado com alças de corrente.comprimento cropped e estilo pantalone	86
Figura 58 - Croqui 22 – Blusa trançada de seda com amarração na alça, corrente nas costas e tingimento ombré, calça pantalone cropped.....	87
Figura 59 - Croqui 23 – Macacão com decote canoa, tingimento ombré, comprimento cropped e estilo pantalone	88
Figura 60 - Croqui 24 – Calça pantalone com tingimento ombré e regata com amarrações nas alças.	89
Figura 61 - Croqui 25 – Macacão com listras diagonais na frente, liso nas costas, assimétrico e detalhe de couro nas alças.	90

Figura 62 - Seleção Justificada 01	91
Figura 63 - Seleção Justificada 02	92
Figura 64 - Seleção Justificada 03	93
Figura 65 - Seleção Justificada 04	94
Figura 66 - Seleção Justificada 05	95
Figura 67 - Seleção Justificada 06	96
Figura 68 - Seleção Justificada 07	97
Figura 69 - Seleção Justificada 08	98
Figura 70 - Seleção Justificada 09	99
Figura 71 - Seleção Justificada 10	100
Figura 72 - Seleção Justificada 11	101
Figura 73 - Seleção Justificada 12	102

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Mix de coleção	62
---------------------------------	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 OBJETIVOS.....	13
1.1.1 Objetivo Geral.....	13
1.1.2 Objetivos Específicos.....	14
1.2 JUSTIFICATIVA.....	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 CINEMA, DEFINIÇÃO E HISTÓRICO	16
2.1.1 Influência do cinema na sociedade.....	19
2.1.2 Figurino.....	21
2.2 BREVE CONCEITO SOBRE A MODA	22
2.2.1 Moda e consumo	23
2.3 CLÁSSICOS DO CINEMA	24
2.3.1 Divas.....	26
2.4 ESTILISTAS E FIGURINISTAS	28
2.5 TENDÊNCIAS.....	31
3 METODOLOGIA	39
3.1 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS.....	39
3.2 PESQUISA DE CAMPO.....	39
3.3 ANÁLISE DA PESQUISA.....	39
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	49
4.1 EMPRESA	49
4.2 MARCA.....	49
4.3 CONCEITO DA MARCA	49
4.4 SEGMENTO	50
4.5 DISTRIBUIÇÃO	50
4.6 CONCORRENTES.....	50
4.7 SISTEMAS DE VENDAS	50
4.8 PONTOS DE VENDA.....	50
4.9 PROMOÇÃO.....	52
4.10 PREÇOS PRATICADOS	53
4.11 HISTÓRICO DA EMPRESA	53
4.12 PÚBLICO ALVO.....	53
4.13 PESQUISA DE TENDÊNCIAS	55
4.13.1 Socioculturais (macrotendências).....	55
4.13.2 Estéticas (microtendências).....	55
5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	58
5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	58
5.1.1 Necessidades funcionais	58

5.1.2 Necessidades simbólicas.....	58
5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO	58
5.2.1 Nome da Coleção	58
5.2.2 Conceito da coleção	58
5.2.3 Referência	59
5.2.4 Cores	59
5.2.5 Materiais	60
5.2.6 Formas e estruturas (shapes)	60
5.2.7 Tecnologias.....	60
5.2.8 Mix de coleção	61
5.3 BRIEFING, CARTELA DE CORES E CARTELA DE MATERIAIS.....	63
5.3.1 Briefing.....	63
5.3.2 Cartela de Cores.....	64
5.3.3 Materiais	65
5.3.4 Geração de Alternativas	66
5.3.5 Análise e seleção justificada das alternativas	91
6 RESULTADOS	103
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	104
REFERÊNCIAS.....	105
APÊNDICES.....	108
APÊNDICE A - Questionário Aplicado.....	109
APÊNDICE B - Fichas Técnicas	112
APÊNDICE C – Fotos do Catálogo.....	131
APÊNDICE D – Dossiê Eletrônico.....	144

1 INTRODUÇÃO

O cinema desde o princípio tem a moda como uma verdadeira aliada, e ao longo das décadas ambos foram estabelecendo uma grande relação, em que a moda com seus figurinos, muitas vezes vestidos por grandes divas, dá vida às produções cinematográficas, a qual influencia a vestimenta do público.

De acordo com Morin (1989) ambos formaram uma união perfeita e conseqüentemente duradoura, em que um proporciona ao outro ainda mais admiradores e seguidores.

Figurinos marcantes foram assinados por grandes estilistas e figurinistas e usados em filmes que se tornaram clássicos no cinema mundial, além de objeto de desejo de milhares de pessoas. O cinema então cria tendências estimulando o consumo e enaltecendo as narrativas.

Geada (1987) diz que grande responsável por estimular esse consumo desde décadas de 1910-1920 as divas do cinema, foram sinônimo de poder, portanto o que elas vestiam na telona, logo era visto nas ruas. Ser uma “estrela” do cinema implica estar sempre à mira do público, dentro e fora das telas, pois ela, devido a sua exposição na mídia, tem o poder de inspirar, fascinar e influenciar o público.

Dentro desse contexto o presente trabalho tem como problemática: Como criar uma identidade para as coleções inspiradas em filmes para que o público esteja vestido com características de seus personagens favoritos, sem as mesmas estarem muito explícitas?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar historicamente como o cinema, durante sua história e através de seus figurinos contribui para o desenvolvimento de novas tendências de moda e aplicar em uma coleção atual.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Analisar o relacionamento entre moda e atualidade;
- Compreender a importância do cinema na sociedade;
- Estabelecer a ligação entre cinema e indumentária durante a história da moda;
- Pontuar as diversas influências que o cinema trouxe para a sociedade, através do poder de mídia que ele exerce;
- Desenvolver produtos de moda por meio da pesquisa realizada.

1.2 JUSTIFICATIVA

A moda está relacionada à sociedade, aos seus modos e costumes, o que a sociedade aprova, geralmente vai querer consumir, logo o cinema torna-se uma ferramenta indispensável para esse tipo de acontecimento. É importante analisar como que isso é traduzido para a moda, fazendo com que os figurinos dos filmes, façam parte do cotidiano das pessoas, sem parecer que elas estejam vestidas como os próprios personagens.

O mercado cinematográfico mundial tem crescido e simultaneamente os gastos com produção e figurino têm ficado cada vez mais altos, como por exemplo, o filme “O Diabo veste Prada” que segundo, Petermann, Del Vecchio e Bona (2008) ultrapassou US\$ 1 milhão de dólares investidos em figurino além de ter peças emprestadas por grifes famosas.

Historicamente o cinema foi disseminador de moda e atualmente estilistas renomados assinam figurinos de grandes produções; muitas vezes alguns estilistas também desenvolvem coleções inspiradas nos filmes, como Jean-Paul Gaultier e sua coleção inspirada em “Cisne Negro” como mostrado na Figura 1 e Miuccia Prada com “Grease”, apresentado na Figura 2 gerando assim um envolvimento maior entre os dois universos o que justifica a importância desse estudo e aprofundamento da pesquisa na área.



Figura 1 - Coleção inspirada no filme Cisne Negro
Fonte: http://atelierdangerprince.blogspot.com.br/2011_08_01_archive.html



Figura 2 - Coleção inspirada no filme Grease
Fonte: <http://www.flutteronby.ie/2011/09/prada-ss12-transport-us-back-to-our.html>

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CINEMA, DEFINIÇÃO E HISTÓRICO

“Cinema é o sistema de reprodução de imagens em movimento, registradas em filme e projetadas sobre uma tela, usado como meio de expressão artística e comunicação em massa.” (Almanaque Abril. SP, Editora Abril, 2012).

A história nos mostra que desde os tempos primórdios o homem deseja reproduzir o movimento, através dos desenhos e pinturas realizadas nas cavernas. O cinema surge como consequência desse desejo e passa, por diversas tentativas de reproduzir tais movimentos, desde as “Sombras Chinesas” à “Câmera Escura” enunciada por Leonardo da Vinci no século XV e desenvolvida pelo físico Giambatista Della Porta no século XVI.

Em grande parte dos países europeus e nos Estados Unidos no fim do século XIX foram-se acentuando as pesquisas para a produção de imagens em movimento. Em meio a essas pesquisas Mascarello (2006, p. 18) afirma que a invenção do cinema está ligada ao empresário Thomas A. Edison, que encarregou sua equipe de técnicos à construir máquinas que produzissem e mostrasse fotografias em movimento, com isso foi criado em 1891 o “cinetoscópio” (figura 3), aparelho onde as imagens eram vistas individualmente no seu interior, mediante a inserção de uma moeda, ocorreu ali uma grande evolução na reprodução de imagens em movimento.



Figura 3 – Cinetoscópio

Fonte: <http://afabulosahistoriadaanimacao.tumblr.com/>.

Segundo Mascarello (2006, p. 18) “não existiu um único descobridor do cinema, pois várias invenções que o envolvia foram surgindo, em diferentes lugares. Apesar disso, os irmãos Louis e Auguste Lumière, negociantes experientes, são conhecidos como os “criadores do cinema”, pois inventaram o Cinematógrafo – máquina de registrar e projetar, (Figura 4) eles tornaram esse invento conhecido no mundo todo e fizeram do cinema uma atividade lucrativa, vendendo câmeras e filmes”.



Figura 4 – Cinematógrafo

Fonte: <http://www.craniocamisetas.com/o-cinema-feito-com-cinematografo/>

Bernadet (2003) destaca a primeira exibição de pequenos filmes projetados pelo Cinematógrafo, uma sessão pública que ocorreu em 28 de dezembro de 1895 no *Grand Café* em Paris, onde foram exibidos pequenos filmes, incluindo o mais famoso deles: "A Chegada de um Trem na Estação da Cidade", o filme causou grande euforia nos espectadores.

O público levou um susto, de tão real que a locomotiva parecia. Todas essas pessoas já tinham com certeza viajado ou visto um trem, a novidade não consistia em ver um trem em movimento. Esses espectadores todos também sabiam que não havia nenhum trem verdadeiro na tela, logo não havia por que assustar-se. A imagem na tela era em preto-e-branco e não fazia ruídos; portanto, não podia haver dúvida, não se tratava de um trem de verdade. Só podia ser uma ilusão. (BERNARDET, 2003, p. 5).

O *Grand Café* foi determinante para o crescimento do cinema, Mascarello (2006) o descreve como um lugar onde as pessoas se reuniam para beber, conversar, ler, e assistir apresentações. A sua versão norte-americana era chamada de *vaudevilles*, uma espécie de teatro onde a classe média costumava ir para se divertir.

Bernadet (2003, p. 16) destaca os primeiros anos da história do cinema, relatando que os filmes eram curtos e sem enredo, existiam os "caçadores de imagens" que tinham como função viajar pela Europa e registrar lugares para depois exibi-las.

O autor compara esses filmes ao teatro, dizendo que a relação entre eles era a mesma, segundo Bernadet (2003, p. 16) considerando que "o filme era uma sucessão de "quadros", entrecortados por letreiros que apresentavam diálogos e davam outras informações que a tosca linguagem cinematográfica não conseguia fornecer".

Na década de 1910 o cinema passa a contar histórias com maior duração e torna-se uma indústria, com os seus filmes sendo produzidos e vendidos. Com a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), a indústria cinematográfica da Europa sofre uma decadência e ganha espaço nos Estados Unidos, concentrando-se em Hollywood, os filmes começaram a ser exportados para o resto do mundo, surgindo assim as produtoras como MGM, FOX e WARNER BROTHERS.

Mascarello (2006) salienta ainda que a década de 1920 trouxe com ela a consolidação dos gêneros de filmes americanos, tais como o *western*, policial, musical e principalmente, a comédia. No ano de 1926, a produtora *Warner Brothers* lançou o primeiro sistema sonoro eficaz, o *Vitaphone*, e em 1931 o sistema Movietone passou a ser adotado como padrão. Com isso a transição do cinema mudo para o sonoro foi rápida, e já na década de 1930 a maioria dos filmes eram falados, principalmente em Hollywood.

No Brasil a primeira exibição do cinema foi dia 8 de junho de 1896 no Rio de Janeiro, mas ao contrario da Europa e dos Estados Unidos ele demorou para se desenvolver, apenas na década de 1930 surgiu as primeiras empresas cinematográficas e produtoras de filmes do gênero chanchada, comédias e musicais que a crítica considerava vulgar, somente na década de 1960 ele se desenvolveu melhor com o chamado “Cinema Novo”. (Mascarello, 2006, p. 286)

2.1.1 Influência do cinema na sociedade

O cinema fascina o espectador e o influencia cada vez mais, os filmes lançam tendências, e chavões para esse público, provoca sensações no individuo, causa medo e risos, trás o imaginário para a vida real.

Ao contrário da imagem fotográfica, isolada, plena, completa em si própria, a imagem de cinema é apenas um fragmento na sucessão de imagens que se constitui em narrativa e, portanto, em ficção. O efeito de ficção, enquanto característica de cinema visa, primordialmente, à constituição do real em espetáculo. (GEADA, 1987, p. 15).

De acordo com Palomino (2003), durante as décadas de 1940 e 1950, há um grande aumento do público que frequenta o cinema, e o estilo dos personagens dos filmes de Hollywood passa a influenciar ainda mais a moda e o comportamento, despertando novos interesses nos jovens e dando origem a novos estilos.

Aragão e Aragão (2011) ressaltam que “o cinema foi responsável por consolidar o *“American Way of Life”*, estilo de vida americano, ou seja, o cinema norte-americano passou a difundir muitos traços próprios de sua cultura, que foi sendo absorvida pelos países que compravam seus filmes”.

A introdução massiva e maciça de elementos culturais norte-americanos, tanto materiais quanto imateriais, no dia-a-dia de quase todos nós, transformando-nos em milhões de brasileiros americanizados [...] que bebe coca-cola, fuma Hollywood, pratica surf, curte rock, veste jeans [...], acredita que no mundo capitalista há chances para todo mundo, que dinheiro não traz felicidade [...] mas ajuda, repudia o socialismo e pode se emocionar até as lágrimas com cenas do filme *Love Story*. (ALVES, 1988)

Segundo Pollini (2007, p. 62) “Os anos 50 foram de grande euforia para grande parte do mundo. [...] Neste mundo transformado pela experiência da Segunda Guerra Mundial (1939 -1945), um elemento crucial para a definição da cultura e da moda na década: é o elemento jovem.” A juventude se tornou, então, modelo de comportamento, e teve independência e voz própria.

A transformação dos costumes e o *Rock'n Roll*: temas antes proibidos passam a ser abordados no cinema, na música, na literatura e nas artes em geral. Em 1953, o filme “A um passo da Eternidade”, com Burt Lancaster e Deborah Kerr, apresentou um beijo na praia que causou escândalo devido a intimidade nunca antes retratada no cinema. (POLLINI, 2007, p. 62).

A relação entre moda e cinema, não é atual, para Battisti (2009, p. 2) “ela vem especialmente das décadas de 30, 40 e 50”, o autor afirma, que não somente os figurinos eram copiados, mas também a atitude dos atores, o modo de fumar, sentar e andar.

O cinema foi então, grande responsável pela propagação do fumo, em filmes onde fumar ajudava na construção da imagem de homens poderosos, e de mulheres mais sensuais, ícones do cinema tiveram suas imagens vinculadas ao cigarro como Humphrey Bogart em “Casa Blanca” (1942), Rita Hayworth em “Gilda” (1946), Audrey Hepburn em “Bonequinha de Luxo” (1961), dentre outros.

Foi pelas mãos do cinema que o cigarro conquistou a admiração e adoração em massa de várias gerações de jovens e adultos. E foi através da fábrica de sonhos em Hollywood que o ato de fumar conquistou jovens, homens e mulheres de todo mundo. Astros como James Dean e Marlon Brando conferiram ao ato de fumar uma atitude rebelde e transgressora que conquistou uma legião de fãs. (HELENA, PINHEIRO, 2012, p. 165).

2.1.2 Figurino

Costa (2002, p. 38) diz que “o figurino é composto por todas as roupas e acessórios dos personagens projetados e/ou escolhidos pelo figurinista de acordo com as necessidades do roteiro e da direção do filme e as possibilidades do orçamento”.

Em seu artigo Escher (2008) destaca o figurino como elemento fundamental para a construção do ator e de uma boa história, é o que deixa a primeira impressão ao espectador, é através dele que identificamos alguns traços do personagem, além de aspectos importantes, como, a época, o local e o tipo de história que esta sendo apresentada.

A autora relata ainda uma frase dita por Charles Chaplin comentando sobre seu personagem Carlitos: “Eu não tinha nem uma idéia do personagem. Mas no momento em que eu vestia as roupas e a maquiagem, elas me faziam sentir a pessoa que eu era. Eu começava a conhecer ele, e no momento que eu entrava no palco ele já estava completamente nascido.”

Aquino (2011, p. 40) ressalta que alguns estereótipos ou arquétipos, são utilizados na identificação de personagens. “O mau está acima do peso e é barbudo, o bom é magro, barbeado, e usa tons claros. A mocinha usa roupas leves, a má, cores fortes, enquanto a mulher fatal veste-se de vermelho e exhibe o corpo em decotes e saias curtas”.

Battisti (2009) afirma que o espectador pode ou não ser influenciado, na sua maneira de se vestir, já que o figurino carrega signos e forma uma imagem, o autor diz que a relação entre moda e cinema é estreita, e vem dado certo, desde os filmes de época às produções atuais sem medo de ousar ao vestir seus personagens, moda e cinema andam de mãos dadas e firmaram uma relação de múltipla troca.

O figurino vem carregado de certa concepção estética, das escolhas cênicas do criador e sua equipe. O vestir e o despir do *performer* permite criar uma familiaridade com a roupa e esta se torna sua segunda pele ou a própria pele. Cada vez que ele veste e despe seu figurino passa a ter mais conectividade com o mesmo e com a obra, porque as impressões criadas estão gravadas no figurino, tal qual na sua pele, que abre passagem para entrar e sair daquele mundo que se criou, ou seja, a obra artística. O ator, ao vestir seu figurino, acessa mais intimamente o seu personagem a obra artística; e inversamente, á medida que ele se despe retorna novamente a sua

vida cotidiana. Assim, o figurino passa a ser um mediador entre corpo ambiente, entre performer e obra artística. (CRAVO et al., 2008, p. 155)

Barros, Teofilo e Sóter (2009, p. 1) afirmam que “desde o seu surgimento, o cinema trabalha com a indumentária de seus personagens, no intuito de transportar os espectadores para determinadas épocas ou contextos sociais”. Esses espectadores se vêm encantados e levam essa admiração para fora das salas de exibição, transformando o cinema assim, em um criador de tendências e um elemento essencial na construção de uma boa narrativa.

2.2 BREVE CONCEITO SOBRE A MODA

Lipovetsky (1989, p. 24) define a moda como "Um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva”.

Em a “*História da moda*”, enquanto o surgimento da moda na sociedade, Lehnert (2001) considera que o homem rapidamente começou a utilizar a roupa não apenas como uma proteção contra as forças da natureza, mas também para adornar e como fator de distinção dos demais.

Uma atitude comum do cotidiano de uma pessoa é descrita por Aquino (2011) ao acordar ela se veste para sair de casa, se deparando com as opções do seu próprio guarda-roupa. De acordo com o que possui no armário, faz a combinação adequada ao clima e ao local ao qual se dirige. Essa escolha de determinadas peças tem, além de características funcionais, a intenção de expressar o que esse indivíduo é ou como ele deseja ser percebido pelos outros.

A autora ainda lembra que o senso comum frequentemente associa a moda à futilidade ou até mesmo cercou-a de um aspecto ridículo e sem importância, porém ao longo da história ficou comprovado que a moda e a indumentária têm importância e representação social.

2.2.1 Moda e consumo

“Máquina econômica, a moda deve sua sobrevivência ao consumo.”
(Cidreira, 2005, p. 71).

A autora diz que movida pela mudança, a moda é por natureza desassossegada; está sempre em busca da novidade e da descartabilidade anunciada, o novo é quase indispensável, cita ainda Lipovetsky (1989) ao identificar a moda como a “filha diletta do capitalismo” e, conseqüentemente, forte aliada da chamada sociedade de consumo, uma vez que a moda, associada a toda uma cultura do lazer, do entretenimento, reveste o consumo de razões positivas como conforto, bem-estar, prazer individual, culto ao corpo.

A moda, enquanto fenômeno social, não é somente aquilo que se está usando em um determinado momento e em outro não, mas também a renovação constante do vestuário, rotineira e ritualizada. Essa característica é inerente à sociedade em que vivemos e se acentua, sobretudo, numa época de economia globalizada e de velocidade das informações proporcionada pelas novas tecnologias. (LIPOVETSKY, 1989, p.17)

Baudrillard (2010) diz que não se compra objetos para possuí-los e sim para destruí-los. A cada nova compra já se pensa na próxima. A moda se aplica bem a este conceito, já que ao comprar alguma peça de uma coleção, já esta sendo planejada outra, a cada semana uma vitrine nova tem o papel de seduzir, fazendo assim que se perca o interesse na antiga compra.

O autor afirma ainda, que as relações sociais não são mais estabelecidas através dos laços com semelhantes, mas antes realizadas por meio da recepção e manipulação de bens e mensagens. O homem, portanto não se encontraria rodeado por outros homens, como tem acontecido ao longo da história, mas por objetos.

Nas últimas décadas houve um aumento significativo de consumo em todo o mundo. Com o objetivo de estimular esse consumo, são criadas formas que levam o consumidor a gastar, como a expansão e a criação de linhas de crédito para os mais diversos bens e serviços, adquiridos de forma rápida e cômoda, além dos anúncios publicitários que propõe o consumo a todo o momento.

2.3 CLÁSSICOS DO CINEMA

O cinema atualmente é uma grande indústria vendedora da moda no mundo, os figurinos usados tornam-se sonho de consumo da sociedade, e esse sonho não se limita apenas a roupa, mas também ao estilo de vida dos personagens, que é exatamente o conceito que as grandes marcas tentam repassar aos consumidores quando trabalham em conjunto com o cinema.

Como grandes clássicos do cinema, apresentam-se filmes que tiveram sua história escrita junto com a moda.

Areu e Kieling (2008) destacam “Gilda” exibido em 1946, (Figura 5) como um filme que apresenta uma das mais clássicas representações da “Mulher Sedutora” feitas por Hollywood, a personagem interpretada por Rita Hayworth representava a mulher forte ativa e sensual, criou-se a imagem da “mulher sedutora” que virou um clássico.

“Os homens preferem as loiras” exibido em 1953 (Figura 6) também mostra a imagem da mulher sensual através das atrizes Marilyn Monroe e Jane Russel que encarnavam o estilo *pin up*, que ainda segundo Areu e Kieling (2008) tinham pernas longas, bustos volumosos, quadris contornados, e sorrisos encantadores, conjugando-se assim o *sex-apeal* com bom humor.



Figura 5 - Gilda (1946)

Fonte: <http://assimerahollywood.wordpress.com/2012/09/24/filmes-gilda/>



Figura 6 - Os Homens preferem as Loiras (1953)

Fonte: <http://entretenimento.r7.com/cinema/noticias/atriz-jane-russell-morre-aos-89-anos-20110301.html>

Silva e Zotareli (2010) ao citarem o filme “Sabrina” comentam sobre o período que se estava vivendo na época, o pós guerra mundial e a ascensão do *New Look Dior*, que foi repassado para o filme. A autora afirma que o filme e a participação de Audrey Hepburn refletiram no guarda roupa de muitas mulheres da época.



Figura 7 – “Sabrina” (1954)

Fonte: <http://mariedujour.blogspot.com.br/2010/09/filmes-sabrina.html>

“Juventude Transviada” (1955), “Cinderela em Paris” (1957), “Bonequinha de Luxo” (1961), “Os embalos de sábado a noite” (1977) e “Grease” (1978), são outros exemplos de filmes que se tornaram clássicos do cinema.

2.3.1 Divas

O público se encantou com as “estrelas” de Hollywood, não somente pelas suas interpretações nos filme, mas também pelo o que elas representam como o poder, a beleza e a sensualidade.

Geada (1987, p. 64) observa a diferença entre as estrelas de televisão e as de cinema, para o autor, “a de televisão depende das flutuações da moda, enquanto a de cinema é eterna”. Segundo o mesmo, “ser uma “estrela” do cinema implica em ser a mais rica, a mais bonita, a mais poderosa, a mais sedutora [...]”

Desde os anos 1910-1920, o cinema jamais deixou de fabricar estrelas, são elas que os cartazes publicitários exibem, são elas que atraem o público para as salas escuras, foram elas que permitiram recuperar a enfraquecida indústria do cinema nos anos 1950. Com as estrelas, a forma moda brilha com todo o seu esplendor, a sedução está no ápice de sua magia. (LIPOVETSKY, 1989, p.213).

O que a maioria das atrizes/atores vestiam no cinema, acabavam nas vitrines das lojas e nas passarelas das ruas e, não é somente o modo de vestir que se era imitado; a maquiagem, a grossura dos lábios, a tintura e o corte de cabelo e até sua postura.

A imagem da moda é a da estrela hollywoodiana, para Palomino (2003, p. 56). “desde a época áurea do cinema mudo, as telas fornecem não apenas padrões, mas modelos, aspirações para moças em todo o mundo”.

Mais ainda que a beleza, a personalidade é o imperativo soberano da estrela. Esta estrela brilha e conquista o público essencialmente pelo tipo de homem ou de mulher que conseguem impor na tela: Greta Garbo (Figura 8) encarnou a mulher inacessível e altiva; Marilyn Monroe (Figura 9) a mulher inocente, sensual e vulnerável; Catherine Deneuve, a sensualidade glacial. Clark Gable foi o tipo exemplar do homem cínico, eficaz e duro. “Mostre-me uma atriz que não seja uma personalidade e eu lhe mostrarei uma atriz que não é uma vedete”, dizia Katharine Hepburn. (LIPOVETSKY, 1989. p. 214).



Figura 8 - Greta Garbo

Fonte: <http://ladyfairy-scloset.blogspot.com.br/2012/09/fashion-icon-of-monthgretagarbo.html>.



Figura 9 - Marilyn Monroe

Fonte: [http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0, MUL1655703-9798,00-RELEMBRE+AS+DIVAS+DO+CINEMA+QUE+DEIXARAM+SAUDADE.html](http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0,MUL1655703-9798,00-RELEMBRE+AS+DIVAS+DO+CINEMA+QUE+DEIXARAM+SAUDADE.html).

Hoje, as estrelas de Hollywood perderam esse status de grandes divas, porém continuam a ditar moda, ganham glamour em capas de revistas famosas e principalmente na premiação do Oscar.

2.4 ESTILISTAS E FIGURINISTAS

Sabino, (2007, p. 264-265) define o figurinista como “responsável pela criação de roupas e acessórios seguindo o perfil dos personagens propostos pelo autor e/ou diretor, em filmes, óperas, balés, peças teatrais, novelas, seriados e outros programas de televisão. O figurinista pode desenhar todo o guarda-roupa ou optar por um mix de peças criadas por ele, em composição com outras já disponíveis no mercado”.

Iglecio e Italiano (2012) destacam a importância da pesquisa no processo de criação dos trajes de cena, seja num roteiro de época ou num roteiro contemporâneo. Faz parte da metodologia do trabalho do figurinista um amplo tipo de pesquisas: pesquisa histórica, de campo (quando possível), de hábitos, comportamental, de costumes, de gestos, cultural, de cores, de materiais, de moda e orçamentária.

Na década de 1920, a MGM ofereceu à estilista Coco Chanel um milhão de dólares para assinar o figurino de três de seus filmes, foi quando ocorreu de fato a inserção da moda dentro do cinema.

Uma das figurinistas mais reconhecidas da história do cinema foi Edith Head (Figura 10), que teve suas criações sendo usadas por divas como Grace Kelly, Audrey Hepburn e Elizabeth Taylor, Head recebeu oito Oscars como melhor figurino e foi quem serviu de inspiração para a personagem Edna Moda, no filme “Os Incríveis”, exibido em 2004 (Figura 11) para ela a função de um figurinista é fazer um cruzamento entre magia e camuflagem.



Figura 10 - Edith Head

Fonte: <http://www.seraphicpress.com/edith-head-wants-you-to-get-and-keep-a-husband/>



Figura 11 - Edna Moda "Os Incríveis"

Fonte: http://www.tumblr.com/tagged/edna%20moda?language=pl_PL

Hubert Givenchy, em 1953 conheceu aquela que viria ser a sua musa inspiradora, a atriz Audrey Hepburn, (Figura 12) Givenchy, criou o figurino dos filmes “Sabrina” exibido em 1954, “Cinderela em Paris” exibido em 1957 e o mais famoso de todos “Bonequinha de Luxo” exibido em 1961 que imortalizou o vestido tubinho preto (Figura 13), além de todo o guarda roupa da personagem Holly Golightly que estava repleto de clássicos discretos e elegantes o que produzia um efeito de glamour que combinava perfeitamente com Audrey. (Regen, 2006).



Figura 12 - Audrey Hepburn e Hubert Givenchy

Fonte: <http://marianasperandio.blogspot.com.br/2012/01/audrey-hepburnhubert-de-givenchy.html>.



Figura 13 - Audrey Hepburn em Bonequinha de luxo

Fonte: <http://circuitosaladearte.wordpress.com/tag/figurino/>.

A estrela do cinema Audrey Hepburn, ficou cativada por seu trabalho e, após conhecê-lo, em 1953, tornou-se sua cliente mais fiel. Os modelos polidos, meticulosamente construídos, combinavam com seu visual gamine, e ela os usava dentro e fora da tela. Ele fez modelos para dezesseis de suas aparições cinematográficas entre 1953 e 1979 – a mais famosa para seu papel, como Holly Golightly, em *Breakfast at Tiffany's* [Bonequinha de Luxo] (1961). (MENDES; DE LA HAYE, 2003, p. 165).

Foi a partir daí que Givenchy teve sua ascensão no mundo da moda, imortalizando seu nome e seu estilo até os dias de hoje.

“Nunca se poderia imaginar que um único modelo, o vestidinho preto usado por Audrey Hepburn em *“Breakfast at Tiffany’s”*, fosse valer a Hubert de Givenchy a passagem para a posteridade” (BAUDOT, 2002 p. 160).

Regen (2006) lembra um ocorrido nos bastidores do filme “Sabrina”, em que Edith Head seria a figurinista do filme, mas por escolha da atriz Audrey Hepburn, Hubert Givenchy, acabou criando o figurino do filme, Edith criou apenas as roupas de Sabrina pobre, mesmo assim levou os créditos pelo figurino do filme todo, pois no seu contrato com o estúdio constava que todos os filmes “A” eram assinados por ela e mais ninguém

O filme seguinte de Audrey Hepburn, “Cinderela em Paris” exibido em 1957, teve o roteiro diretamente entregue a Givenchy, que desenhou as roupas. Nos créditos, apareceu o nome de Edith Head e *“Miss Hepburn Paris Wardrobe by Givenchy”*.

Segundo Sabino (2007) atualmente os figurinistas que se destacam são, Patrícia Field de “Sex and the City”, e os ganhadores do Oscar de Melhor Figurino, Milena Canonero, Sandy Powell e Coleen Atwood.

2.5 TENDÊNCIAS

Segundo Regen (2006, p. 5) “O cinema de Hollywood teve enorme influência na difusão das tendências de moda, despertando uma corrida para a produção em massa de imitações das roupas usadas nos filmes”.

Na década de 1930 o cinema estava cada vez mais bem-posicionado, suas divas e seu glamour refletiam no comportamento de moda.

Nos anos 30, a fábrica de sonhos hollywoodiana fornece alguns modelos de moda. Um traje de Travis Banton, de Edith Head ou de Gilbert Adrian, visto nas telas por milhares de pessoas, tem mais impacto que a fotografia de um vestido apenas notado por algumas dezenas de leitoras de uma determinada revista. (BAUDOT, 2002, p. 104).

Os estilistas americanos, que desenhavam para os filmes, moldavam um estilo original, sedutor e fotogênico. Eles usavam materiais luxuosos, como lantejoulas, peles, musselines, plumas de avestruz ou de cisne. Os cortes eram simples, mas sabia valorizar a anatomia das estrelas e os decotes profundos ou cavados, deixava a mostra o colo das mesmas. (Baudot, 2002).

O cinema seguiu criando tendências como, o vestido rosa usado por Marilyn Monroe “Os Homens Preferem as Loiras”, exibido em 1953 que mais tarde foi copiado por Madonna em seu vídeo Material Girl e o vestido branco esvoaçante de “O Pecado Mora ao Lado” exibido em 1955 (Figura 14) que deu ao plissado ainda mais evidência, e até hoje serve de inspiração na moda, como a peça lançada pela estilista espanhola, Lucía Botella (Figura 15).



Figura 14 - Figura “O Pecado Mora ao Lado”

Fonte: <http://novaiorque.blog.com/2011/06/06/noticia-novo-ponto-turistico-para-nova-iorque/>



Figura 15 - Vestido de Lucía Botella

Fonte: <http://virgula.uol.com.br/estilo/estilista-cria-vestido-inspirado-em-marilyn-monroe>

Mendes e De La Haye (2003) lembram dos sarongues que Edith Head vestiu Dorothy Lamour, logo, modelos similares surgiram nas coleções americanas nos quinze anos seguintes.

Disitzer (2006) comenta a transição que houve quando as divas passaram a dar lugar aos rebeldes, época essa em que James Dean (Figura 16) e Marlon Brando (Figura 17) estouraram em filmes como “Juventude Transviada” (1955) e “O Selvagem” (1953), com suas atitudes inconformistas, diante da humanidade, arrancaram suspiros.

Na década de 1950, o cinema se consolida como força que faz e lança moda. Filmes como Juventude Transviada, O Selvagem e Um Bonde Chamado Desejo, transformaram os atores James Dean e Marlon Brando em ícones da juventude. Seu uniforme: o jeans e a camiseta branca foram símbolo da rebeldia que se iniciava nos anos 50. [...] Portanto, a partir desta década, ocorre o fenômeno da juventude e o conceito de vestimenta informal se consolida e transforma a moda para sempre. (POLLINI, 2007, p. 63).

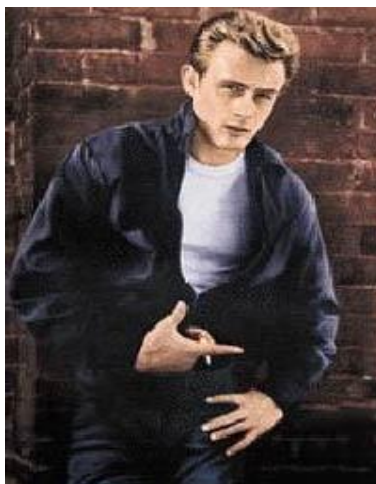


Figura 16 – James Dean

Fonte: http://www.guiart.com.br/noticias_interna.php?id=550&cat=CN.



Figura 17 - Marlon Brando

Fonte: <http://mulher.uol.com.br/moda/album/2013/04/30/hora-h-inspire-se-nasjaquetas-dos-cinemas-e-veja-peca-a-venda.htm#fotoNav=5>.

“Os embalos de sábado à noite” (1977), segundo, Silva e Zotareli (2010) é um filme que descreve a moda e a música. As roupas da década eram de tons vibrantes totalmente esvoaçantes e psicodélicos. As calças eram de cintura alta e bocas de sino, o salto plataforma foi muito utilizado pelos homens também.

“FlashDance” (1983), serviu de referência estética e influenciou o modo como as pessoas se vestiam em sua época, hoje ele é parte das nossas referências sobre o que era vestuário nos anos 80. A Vogue francesa lançou em 2009 um editorial tendo como inspiração o filme (Figura 18) (Figura 19).



Figura 18 - Editorial Vogue francesa
Fonte: <http://glamourparaguaio.com.br/2009/07/16/>



Figura 19 - Editorial Vogue francesa
Fonte: <http://glamourparaguaio.com.br/2009/07/16/>

Na década de 90 em “Titanic” (1997) os vestidos usados por Kate Winslet faziam a cabeça das mulheres, e “Uma Linda Mulher” (1990) começava a passar ao público o poder das grifes e da moda.

“Maria Antonieta” (2005), conta a história da rainha austríaca, que gastava fortunas em roupas, sapatos e acessórios teve seu figurino muito comentado e premiado. Desde então Maria Antonieta foi tema de diversos editoriais e coleções,

como o desfile organizado por Karl Lagerfeld, no ano de 2012, no palácio de Versalhes, em Paris. (Figura 20).



Figura 20 - Coleção lançada por Karl Lagerfeld

Fonte: <http://comquefilmevou.files.wordpress.com/2012/05/maria-antonieta.jpg>

“O Diabo Veste Prada” (2006) teve o figurino assinado por Patrícia Field e retratou o universo da moda, contando a história da recém-formada Andréa Sachs (Anne Hathaway) que sofre ao trabalhar com Miranda Priestly (Meryl Streep).

Um filme que tem a moda como pano de fundo, sempre atrai muita atenção para as roupas de seus personagens. No filme O Diabo veste Prada, o figurino está irretocável. Cada boina, cada par de botas, cada saia, cada suéter. Todas as roupas combinam perfeitamente com o ator/personagem que as usam. (PETERMANN, DEL VECHIO, BONA, 2008. p.11).

O filme, “Sex and The City” exibido em 2008 também tem o figurino assinado por Patrícia Field, leva o mesmo nome da série que teve início em 1998 e mostra o cotidiano de quatro amigas moradoras de Nova York que são apaixonadas por moda e vestem grandes marcas.

Silva e Zotareli (2010, p. 5) afirmam que “o filme provoca nas mulheres, o desejo de consumo pela moda e que ele a influência já não é pelo inovador, mas sim, por grandes nomes que ditam a moda, em que o poder não está mais no sapato mais bonito da festa ou no vestido mais inusitado e chique para se trabalhar, mas consiste em NOMES, ou seja no sapato Manolo Blanik ou no vestido Cristian Dior,

isso é o que importa: Marcas! “Sex and the City” descreve sem limites o que a moda é hoje, o que ela se tornou depois de tantos anos de vestimentas padrões e principalmente pela diversidade de marcas de grifes que uma mulher é capaz de carregar por todo o corpo”.

Em 2010, “Alice no país das Maravilhas” ganhou o Oscar como melhor figurino. Roupas, acessórios, campanhas publicitárias, clipes musicais, cosméticos, sapatos, entre outros, foram lançados inspirados no filme (Figura 21).



Figura 21 - Coleção por Miss Selfridge

Fonte:<http://thaislosso.com.br/blog/2010/03/02/ta-no-pais-das-maravilhas-ta-na-muoda-rsrsrs/>

“Cisne Negro” (2011) teve durante seu decorrer o figurino assinado por Amy Westcott, e nas cenas de ballet pelas irmãs Kate e Laura Mulleavy, estilistas da Rodarte.

O figurino de ballet tornou-se tendência, influenciando coleções do mundo inteiro, inclusive da Chanel de verão 2011/12. (Figura 22). Serviu também de inspiração para diversos editoriais, como o da edição da Vogue Rússia, de fevereiro de 2011.



Figura 22 - Coleção Chanel verão 2011/2012

Fonte: <http://sazonitos.wordpress.com/2011/02/13/cinemablack-swan/>

3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste trabalho, primeiramente foi realizada, a pesquisa bibliográfica, buscando conhecer mais sobre o assunto proposto, obtendo as informações necessárias sobre cinema, moda, figurino, dentre outros temas afins. Para tal buscou-se suporte em sites, livros e artigos.

De acordo com Gil (2010 p.30) “A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”.

Em seguida foi realizada a pesquisa de cunho quantitativo. A pesquisa quantitativa busca identificar opiniões, hábitos, comportamentos e preferências de um determinado público, para medir essas preferências utiliza-se de dados numéricos, e para essa coleta de dados é realizado um questionário, que pode conter questões fechadas (com alternativas pré-definidas) e/ou abertas (sem pré-definição de alternativas), como resultado dessa coleta de dados, apresenta-se gráficos, que buscam deixar as informações mais claras e objetivas.

3.1 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

3.2 PESQUISA DE CAMPO

Para se obter as melhores informações sobre o cotidiano e preferências do público, foi elaborado um questionário eletrônico com 15 questões disponibilizado na internet, pelo *Google Docs Formulário* e sua divulgação foi feita pelo *Facebook* (www.facebook.com), em páginas relacionadas ao tema onde o público alvo costuma postar.

3.3 ANÁLISE DA PESQUISA

Trinta pessoas responderam ao questionário, resultando nos seguintes gráficos:

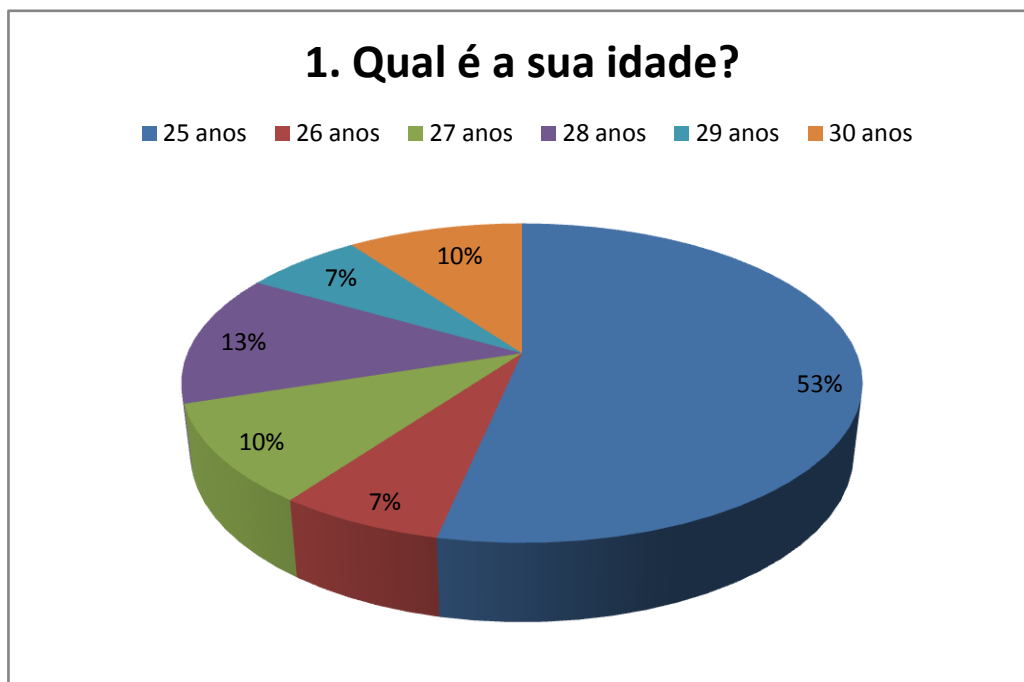


Gráfico 1 Pergunta número 1
Fonte: Autoria própria

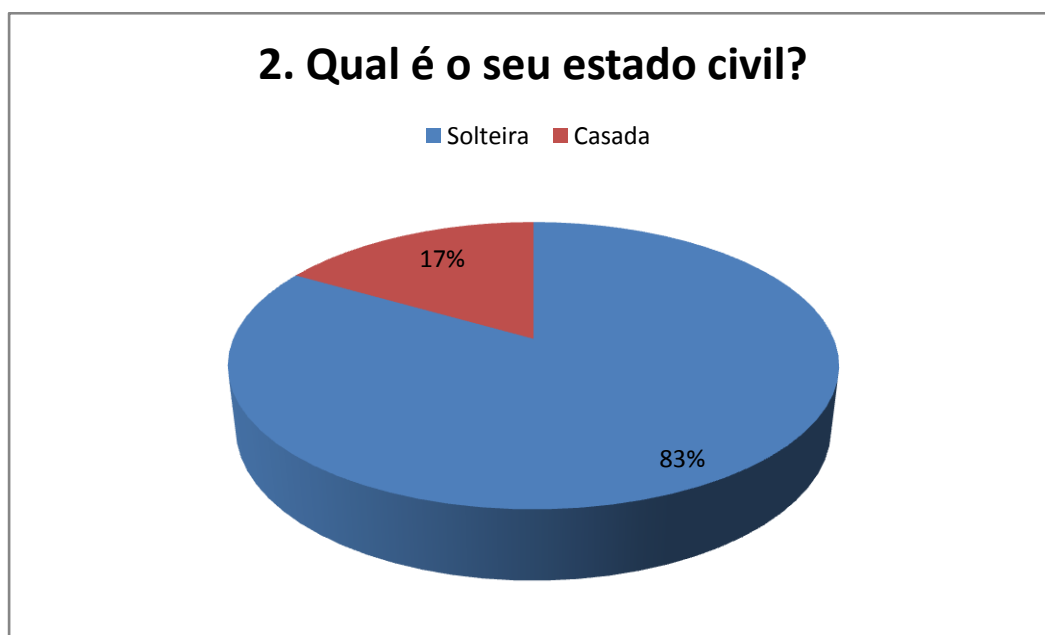


Gráfico 2 Pergunta número 2
Fonte: Autoria própria

3. Como costuma cuidar da aparência?

- Frequentando salões de beleza
- Frequentando clínicas de estética
- Realizando cirurgias plásticas
- Realizando tratamentos caseiros
- Não costumo seguir esses padrões

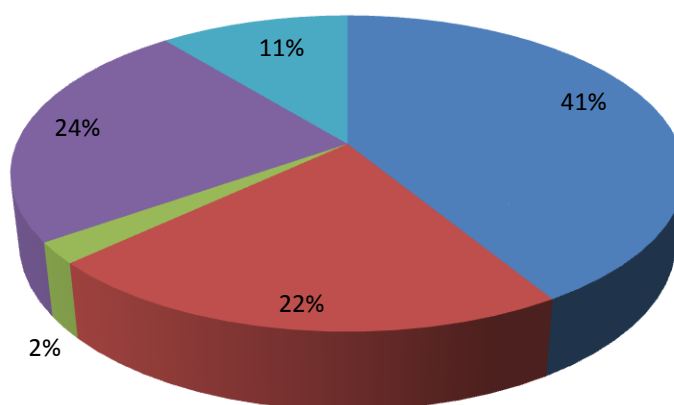


Gráfico 3 Pergunta número 3
Fonte: Autoria própria

Questão 4. Quais lugares você mais gosta de frequentar? Enumere, por ordem crescente, (Ex.: 1 para o mais frequentado, 2 para o segundo mais frequentado, 3 ..., 4 ...) * Shopping, Teatro, Cinema, Boate, Barzinho

Para essa questão dezessete pessoas responderam cinema em primeiro lugar, e oito em segundo lugar concluindo-se assim, que para a maioria, o cinema é o lugar mais freqüentado, já para doze pessoas boate é o lugar menos frequentado e para sete pessoas é o segundo menos frequentado. Os demais lugares ficaram na preferência e de alguns, mas em geral em segundo, terceiro e quarto lugar.

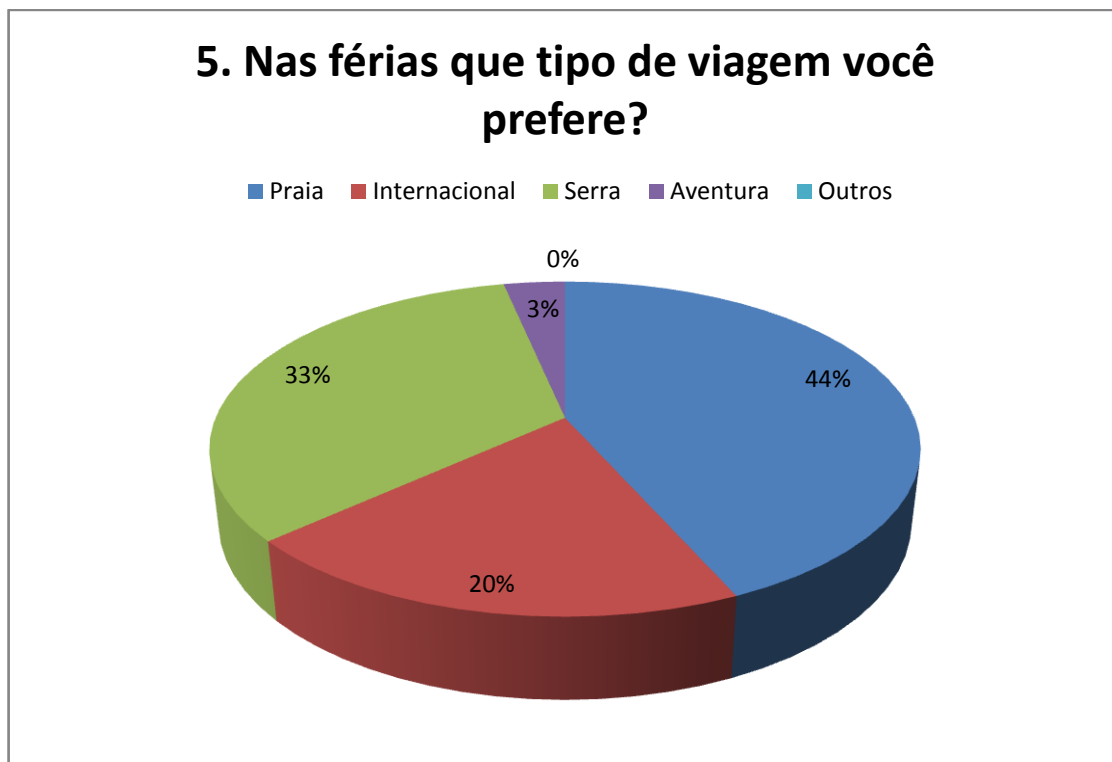


Gráfico 4 Pergunta número 5
Fonte: Autoria própria

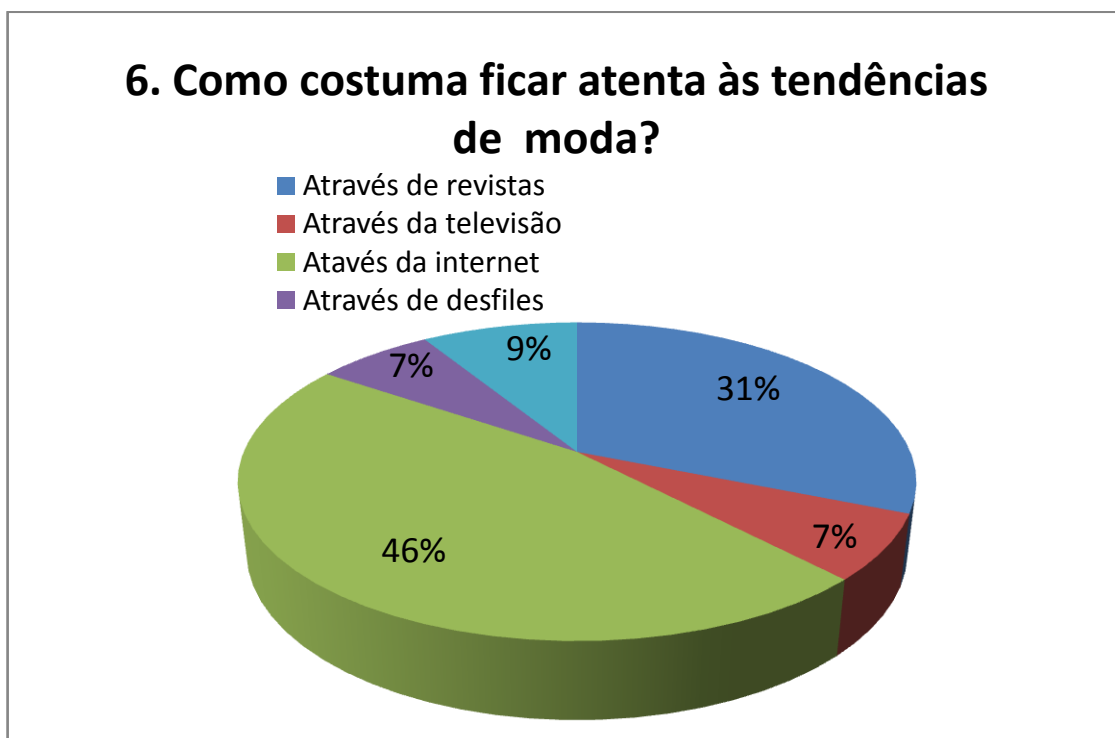


Gráfico 5 Pergunta número 6
Fonte: Autoria própria

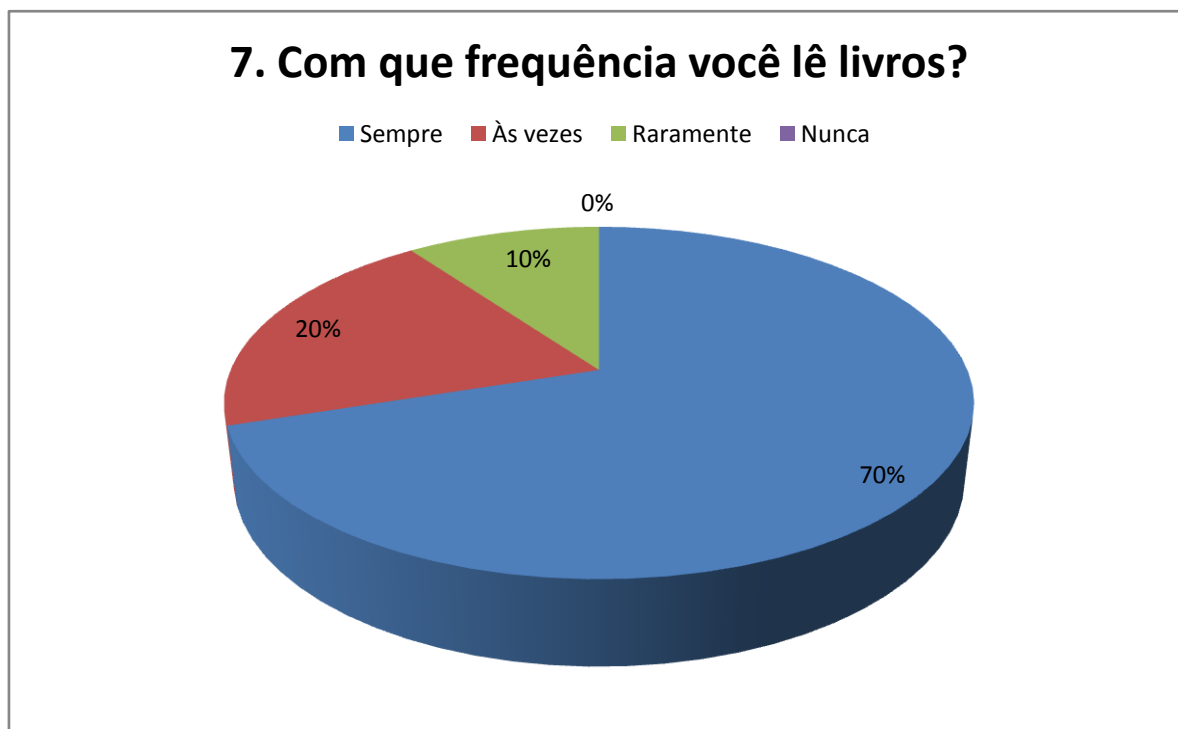


Gráfico 6 Pergunta número 7
Fonte: Autoria própria

Analisando o perfil do consumidor por meio da pesquisa realizada, podemos concluir que:

São jovens, de 25 à 30 anos, a maioria solteiras, essas mulheres, como visto são vaidosas, pois de alguma forma cuidam da aparência, sendo 42% por meio de salões de beleza e 24% tratamentos caseiros.

Viajam, seja para a praia, 44% ou para a serra, 33% onde passam as férias, gostam de moda e costumam ficarem atentas as tendências por meio da internet, 46% e das revistas, 31%. Dessas mulheres 70% têm o hábito de ler sempre.

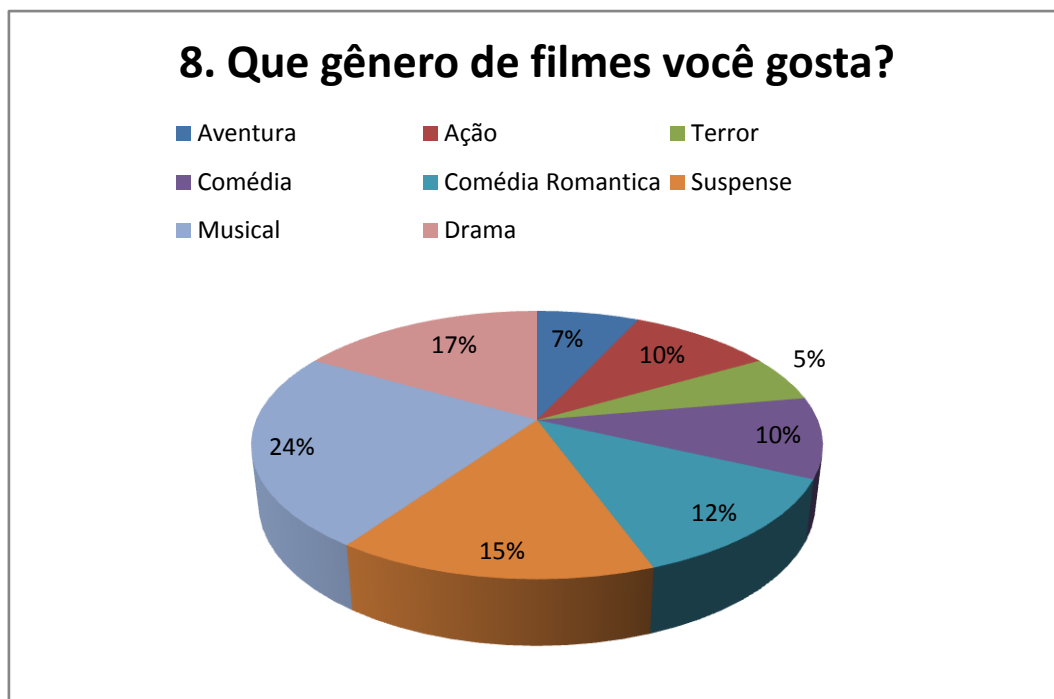


Gráfico 7 Pergunta número 8

Fonte: Autoria própria



Gráfico 8 Pergunta número 9

Fonte: Autoria própria

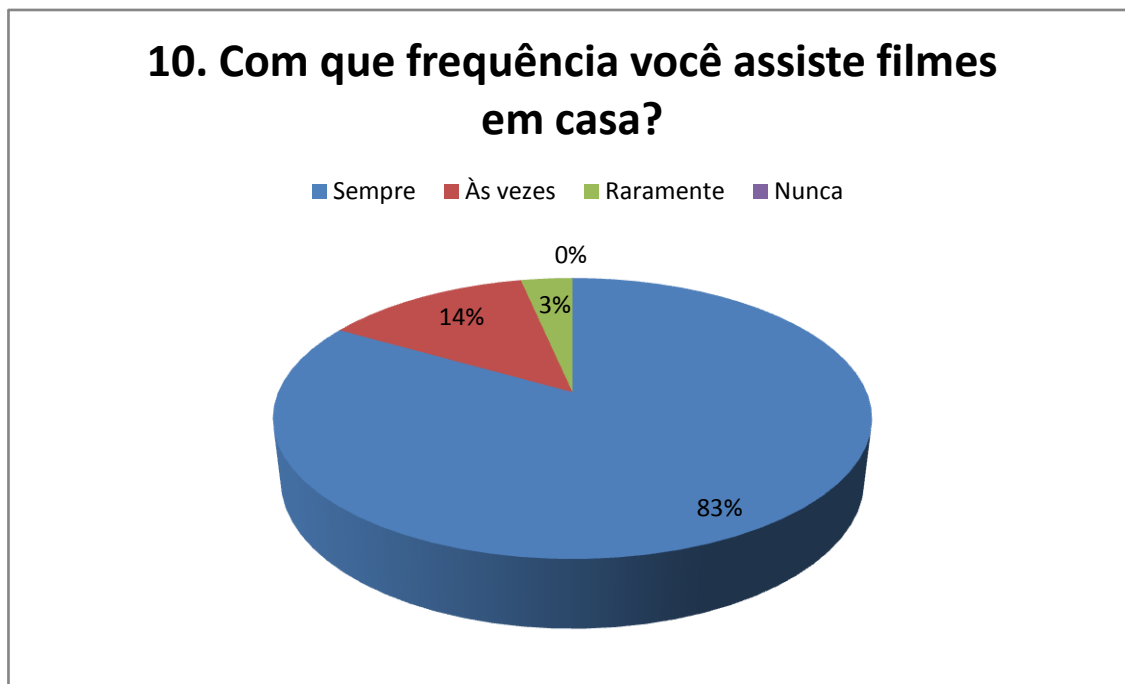


Gráfico 9 Pergunta número 10
Fonte: Autoria própria

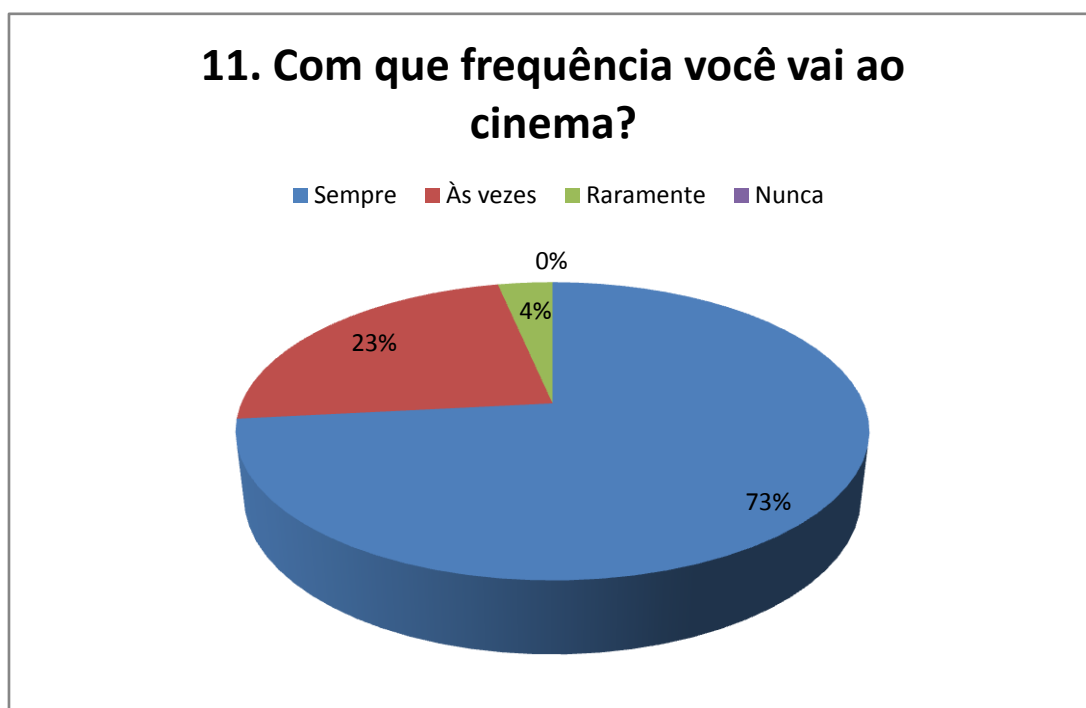


Gráfico 10 Pergunta número 11
Fonte: Autoria própria

Quanto às questões cinematográficas, os resultados foram todos positivos, como já era esperado. Ao serem questionadas sobre o gênero de filme preferido, todas as alternativas foram bem aceitas, porém a que mais se destacou foi o musical com 24%.

Todas responderam que gostam de filmes antigos, frequentemente a maioria assiste filmes em casa, 83% e vai ao cinema 73%.

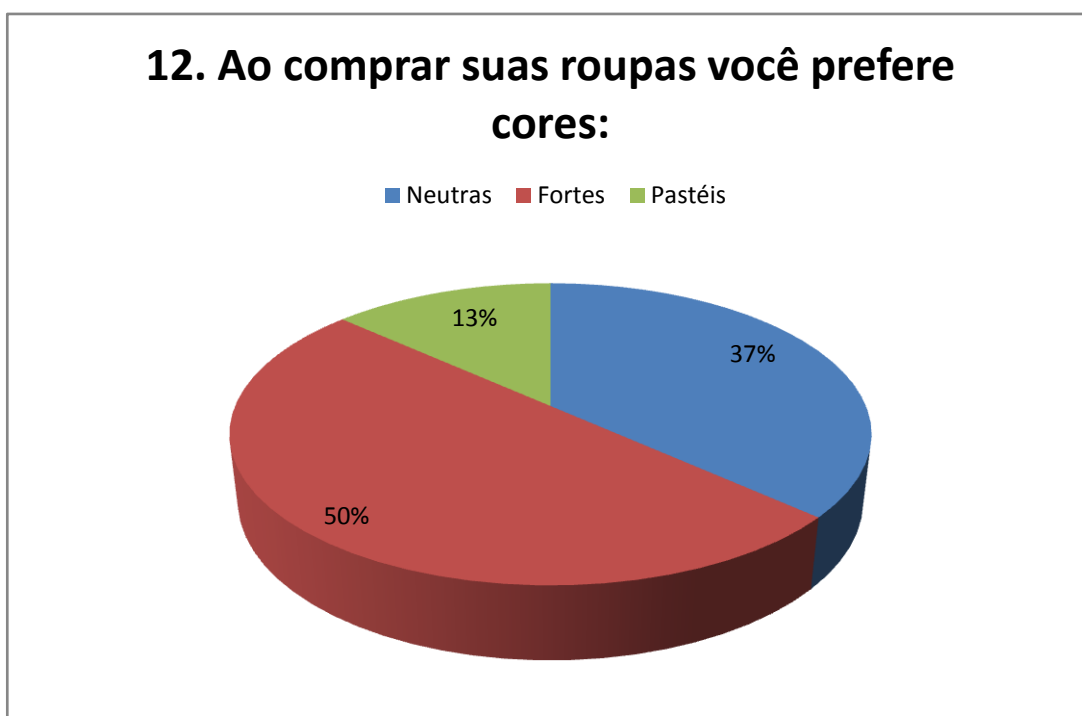


Gráfico 11 Pergunta número 12

Fonte: Autoria própria

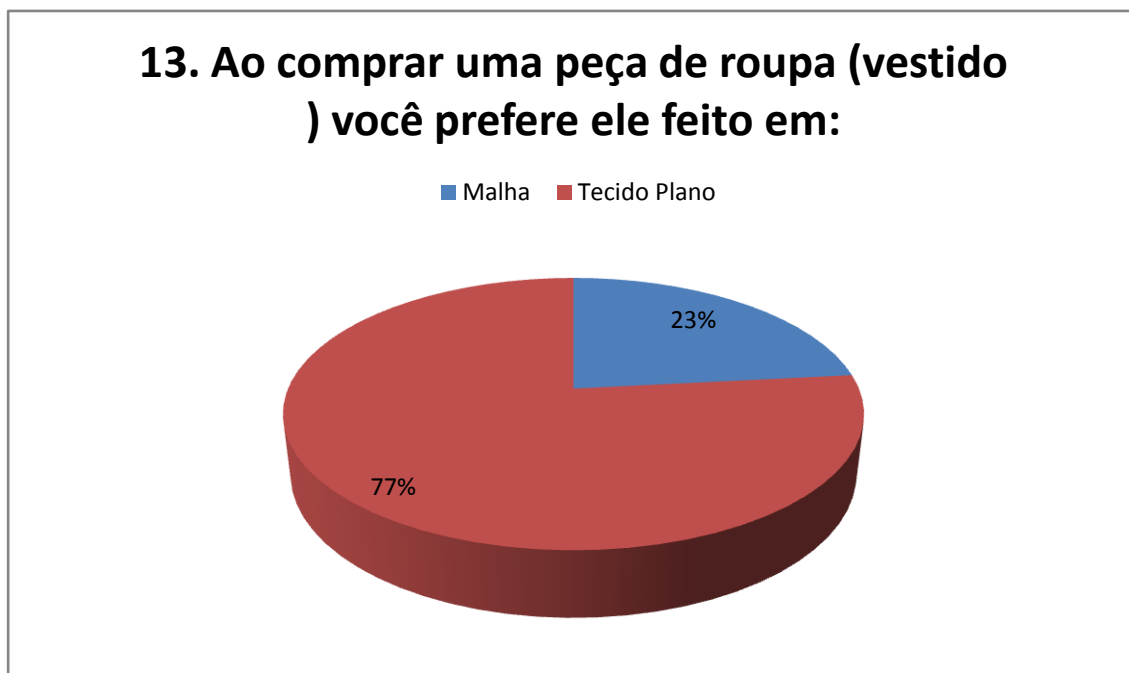


Gráfico 12 Pergunta número 13
Fonte: Autoria própria

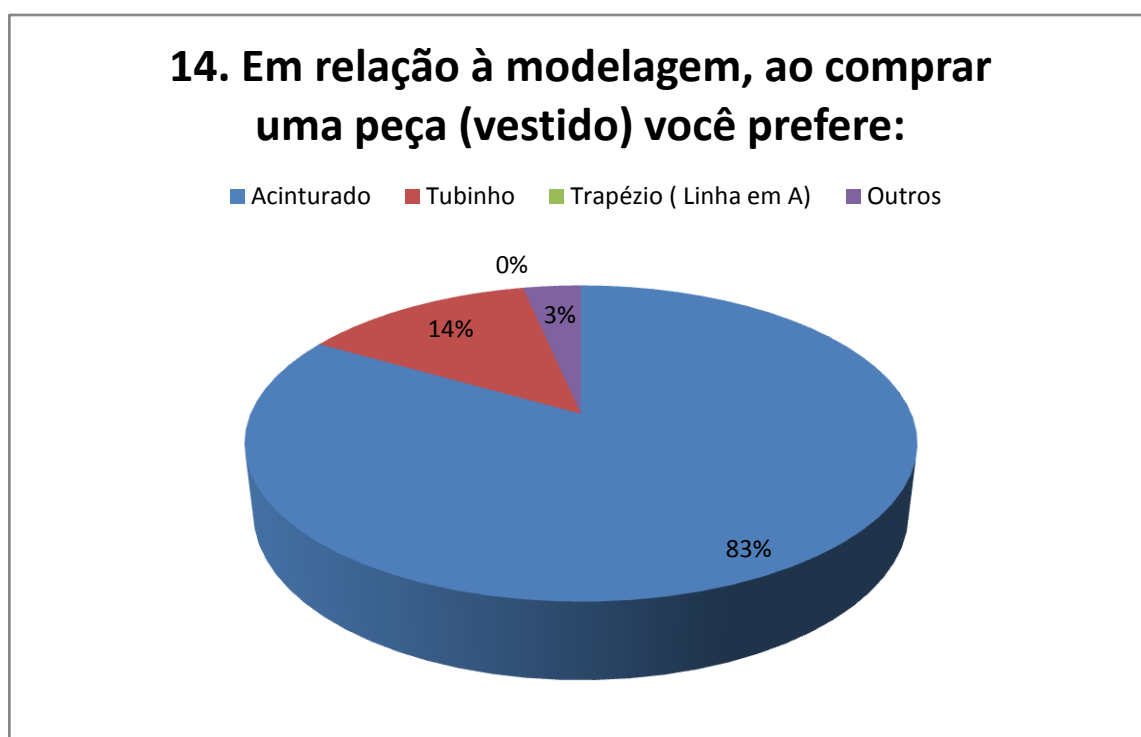


Gráfico 13 Pergunta número 14
Fonte: Autoria própria

15. Estaria disposta a pagar quanto por uma peça (vestido) inspirado em seu filme preferido?

■ de R\$ 50,00 à R\$ 150,00 ■ de R\$ 150,00 à R\$ 250,00
■ de R\$ 250,00 à R\$ 350,00 ■ de R\$ 350,00 à R\$ 450,00

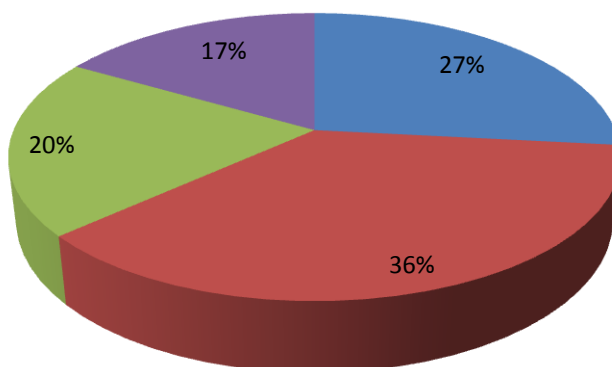


Gráfico 14 Pergunta número 15
Fonte: Autoria própria

Em relação à parte mercadológica, o público assinalou suas preferências, como cores a preferência esta nas fortes com 50%, em seguida vem as neutras com 37%. O tipo de tecido preferido é o tecido plano com 77% e a modelagem acinturada com 83%. Quanto ao preço o mais assinalado foi “de R\$150,00 à R\$250,00, porém as margens de diferenças foram pequenas entre todas as opções.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

A empresa denomina-se Rocha Marques Indústria e Comércio de Confecções Ltda, de pequeno porte.

4.2 MARCA

Sendo o cinema uma arte que conta histórias, a marca vem contar essas histórias através da releitura de seus figurinos, foi escolhido assim então o nome fantasia da marca: Conde, uma variação de conte... Conte histórias.



Figura 23- Logo da marca
Fonte: Autoria própria

4.3 CONCEITO DA MARCA

Trazendo em cada coleção peças únicas e marcantes, a CONDE tem a nostalgia como característica, as lembranças de cada filme estão presentes em cada peça, trazendo o consumidor para dentro da história apresentada. A marca é para mulheres que buscam a feminilidade e originalidade na hora de se vestir.

4.4 SEGMENTO

O segmento da marca é o casual – As pessoas costumam usar diariamente esse segmento e é um dos mais democráticos da moda, já que há nele um equilíbrio das peças e há também maior facilidade de impressão do gosto pessoal nos looks.

4.5 DISTRIBUIÇÃO

A distribuição das peças será feita em escala nacional, por meio do atendimento na loja virtual e entrega através dos correios, além da loja própria localizada na cidade de São Paulo.

4.6 CONCORRENTES

Anticqua é um atelier especializado em moda com inspiração vintage. Tem o conceito de sofisticado, romântico e feminino.

Dorothy Vintag surgiu da influência vintage que a design Aline Arend teve desde cedo, e da necessidade de trazer aos dias de hoje roupas com esse toque.

Orla kiely. é uma marca irlandesa, sediada em Londres, que possui o estilo delicado e romântico, com o ar vintage presente em todas as peças.

4.7 SISTEMAS DE VENDAS

Loja Própria e web site

4.8 PONTOS DE VENDA

A loja traz o clima do cinema com ela, nas cores pretas e brancas sua decoração é clássica, a fachada retrô da a sensação de nostalgia e o hall de entrada exhibe fotos de ícones do cinema, revistas com o tema estarão sempre disponíveis aos clientes, pequenos elementos de decoração relacionados ao cinema, como relógio e porta retrato, também fazem parte da decoração da loja.



Figura 24 - Modelo da Fachada

Fonte: <http://www.manfeild.co.nz/VisitorInfo/tabid/83/Default.aspx>.



Figura 25 - Hall de entrada

Fonte: <http://www.stiledoc.com.br/blog/archives/tag/jacques-grange>.



Figura 26 - Disposição das peças
Fonte: <http://www.viaorionboutique.com.br/>



Figura 27 - Ambiente da loja
Fonte: <http://decorarquidesign.blogspot.com.br/2012/11/boutique-ozone-co.html>.

4.9 PROMOÇÃO

Para promover a marca, serão realizadas campanhas publicitárias em revistas, *outdoors*, e propaganda por meio das mídias sociais. Também acontecerão

coquetéis de lançamentos das novas coleções com ambientações de acordo com os temas das mesmas.

Os clássicos do cinema serão lançados como coleções em datas especiais, como por exemplo, aniversário da marca.

4.10 PREÇOS PRATICADOS

De R\$50,00 à R\$450,00

4.11 HISTÓRICO DA EMPRESA

A marca CONDE surgiu no ano de 2013 unindo ainda mais duas paixões mundiais, moda e cinema, permitindo às mulheres sonhar e vivenciar esses sonhos a cada nova coleção. A empresa investe em qualidade desde o início do processo produtivo e busca conquistar cada vez mais as consumidoras de todo o Brasil.

4.12 PÚBLICO ALVO

Jovens mulheres de 25 a 30 anos formadas em áreas comunicativas estão em busca da estabilidade profissional e do sucesso financeiro, apreciam a moda, acompanhando e seguindo as tendências atuais, são vaidosas, vão à academia e praticam corridas matinais nos parques, freqüentadoras de salões de beleza e clínicas de estética, estão sempre conectadas à internet.

São inteligentes e gostam de ler, tendo uma vida cultural ativa, viajam, vão a exposições de arte, teatro e principalmente ao cinema. Vão também a bares e restaurantes à noite com os amigos. Gostam de filmes, desde os mais antigos aos mais contemporâneos, tem como ídolos as grandes divas do cinema clássico.



Figura 28 - Público Alvo

Fonte: <http://www.thesartorialist.com/photos/on-the-street-at-the-cafe-new-york/>.

4.13 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.13.1 Socioculturais (macrotendências)

A macrotendência do verão 2014 utilizada na coleção será a “*Africa Centre of the World*” lançada pela Vicunha Têxtil, inspirada na diversidade cultural, e na riqueza de detalhes típicos da África.

O calor da savana sugere cores primárias e silhueta sexy, com muita pele à mostra. E as estampas são étnicas, *scarf print*, listrados, *animal print* e florais.

4.13.2 Estéticas (microtendências)

Uma das microtendências do verão 2014 escolhida foi a tendência “navy”, que apareceu através das listras de diversos tamanhos, direções e cores. Têca, Colcci, Adriana Degreas e Ronaldo Fraga foram algumas das grifes que a levou para as passarelas na São Paulo Fashion Week que aconteceu no mês de março de 2013.



Figura 29 - Microtendência - Navy

Fonte: <http://chadtecido.blogspot.com.br/2013/10/normal-0-21-false-false-false-pt-br-x.html>

Outra tendência utilizada será a calça cropped, que apareceu também na São Paulo Fashion Week do mês de março de 2013, nas coleções das grifes, Cori, Forum, Alexandre Herchcovitch e Osklen.



Figura 30- Microtendência - Calça cropped

Fonte: http://www.puretrend.com.br/secao/fresquinhas_r11/novo-it-do-armario-calças-femininas-ganham-novas-releituras-e-dominam-as-passarelas-e-as-ruas_a10394/1

A terceira microtendência é o macacão, que foi apresentado no fashion Rio que aconteceu no mês de abril de 2013, a peça esteve presente na coleção das grifes, Andrea Marques, Alexandre Herchcovitch, Cantão e Oh Boys.



Figura 31 - Microtendência – Macacão

Fonte: http://www.puretrend.com.br/secao/fresquinhas_r11/novo-it-do-armario-calças-femininas-ganham-novas-releituras-e-dominam-as-passarelas-e-as-ruas_a10394/1

5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

5.1.1 Necessidades funcionais

Trazer conforto e qualidade nas peças para que as consumidoras da marca possam sentir-se bem no dia a dia.

5.1.2 Necessidades simbólicas

Fazer com que o público possa transmitir através da vestimenta sua identificação com o filme, dando a eles a sensação de fazer parte de determinada história.

5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

5.2.1 Nome da Coleção

A coleção Primavera/Verão 2014 da CONDE denomina-se: “Navegando em novos mares”

5.2.2 Conceito da coleção

A coleção “Navegando em novos mares” tem como atenuante o filme Piratas do Caribe e transmite todo o seu universo através das cores, formas, materiais e estampas.

A coleção busca um mix, que conta com a leveza de alguns materiais misturada com elementos mais pesados, o que nos remete ao mar Caribenho e aos piratas, ao clima que o próprio filme nos apresenta, “Navegando em novos mares” é forte, contemporânea e feminina.

5.2.3 Referência

A coleção “Navegando em novos mares” tem o filme “Piratas do Caribe” lançado em 2003, e que teve uma série de continuações, transformando-o em uma saga com quatro filmes lançados, sendo o ultimo em 2011, como referência. (Figura 32).

O filme conta a história do pirata Jack Sparrow que teve seu navio saqueado e roubado, e é decidido a recuperar a embarcação que começa a história, cheia de mistério, ação, combates e romance.



Figura 32 – Filme referência

Fonte: <http://revistacriativa.globo.com/Revista/Criativa/0,,EMI235117-17100,00ESTILO+PIRATAS+DO+CARIBE+DO+CINEMA+PARA+O+GUARDAROUPA.html>

5.2.4 Cores

A cartela de cores da coleção primavera verão/2014 da Conde traz cores frias e fortes, que contrastam com outras mais fracas, repassando assim o mesmo

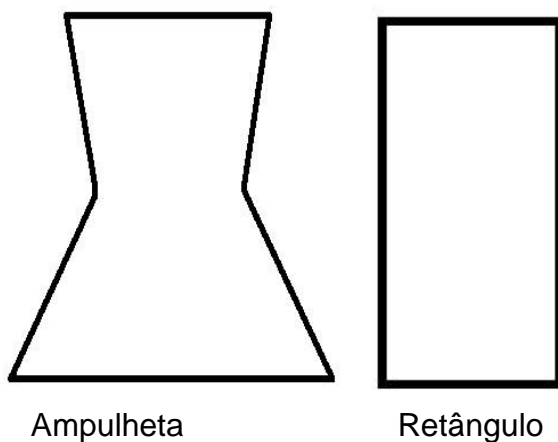
conceito da coleção de força e feminilidade, contém ainda os clássicos preto e branco que dão um toque de elegância nas peças.

5.2.5 Materiais

A cartela de materiais da coleção “Navegando em novos mares” traz ao consumidor a leveza e elegância de tecidos finos, como a seda e o crepe, junto à materiais mais pesados como a sarja, a microfibra e o couro, o cetim ainda aparece no forro dos coletes o que proporciona melhor estética e conforto.

5.2.6 Formas e estruturas (shapes)

Os shapes utilizados na coleção foram:



Ampulheta

Retângulo

Figura 33 - Shapes da coleção
Autoria própria

5.2.7 Tecnologias

A tecnologia está presente no processo de produção das peças, através das estampas, onde será utilizada a técnica de sublimação (processo de transferência térmica que emprega corantes especiais sensíveis ao calor que penetram na superfície do substrato tingindo-o permanentemente).

Outra técnica utilizada na coleção é no tingimento de algumas peças. O tingimento é um procedimento têxtil muito antigo e utilizado no mundo da moda até hoje, dentre as formas de tingimento artesanal uma das mais utilizadas é o *tiedye*, que consiste em dar nós, enrugar, dobrar, preguiar ou plissar tecidos, e dar a ele um banho de tinta; a partir do *tiedye* surgiram outras técnicas como o *Ombré* que foi a técnica escolhida, pois trás ao tecido uma característica *degradê*. O *Ombré* é feito da seguinte forma:

Primeiro separa-se o tecido, que tem que ser de fibra natural (no caso utilizou - se a seda) depois molha o tecido com água fria e ele é torcido para retirar o excesso de água, em seguida ferve-se a água e é colocado corante nela, depois de diluído é o momento do tingimento, no caso de outros tecidos como o algodão, ele é feito com o fogo ainda aceso, mas como a seda é mais fina, é recomendável retirar do fogo. O tecido então é mergulhado aos poucos na solução obtida, mergulha-se só até onde quer que fique tingido, a parte que ficar mais tempo fica mais escura. Para finalizar retira-se o tecido, coloca sal para fixar o tingimento e deixa secar.

5.2.8 Mix de coleção

Produto	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Vestido	1	2	1	4
Short	1	2	1	4
Calça	1	2	2	5
Regata	1	1	0	2

Blusa	1	2	1	4
Colete	2	2	2	6
Macaquinho	1	2	1	4
Macacão	0	2	1	3
Total	8	15	9	32

Tabela 1 - Mix de coleção

Fonte: Autoria própria

5.3 BRIEFING, CARTELA DE CORES E CARTELA DE MATERIAIS

5.3.1 Briefing



Figura 34 – Briefing
Fonte: Autoria própria

5.3.2 Cartela de Cores

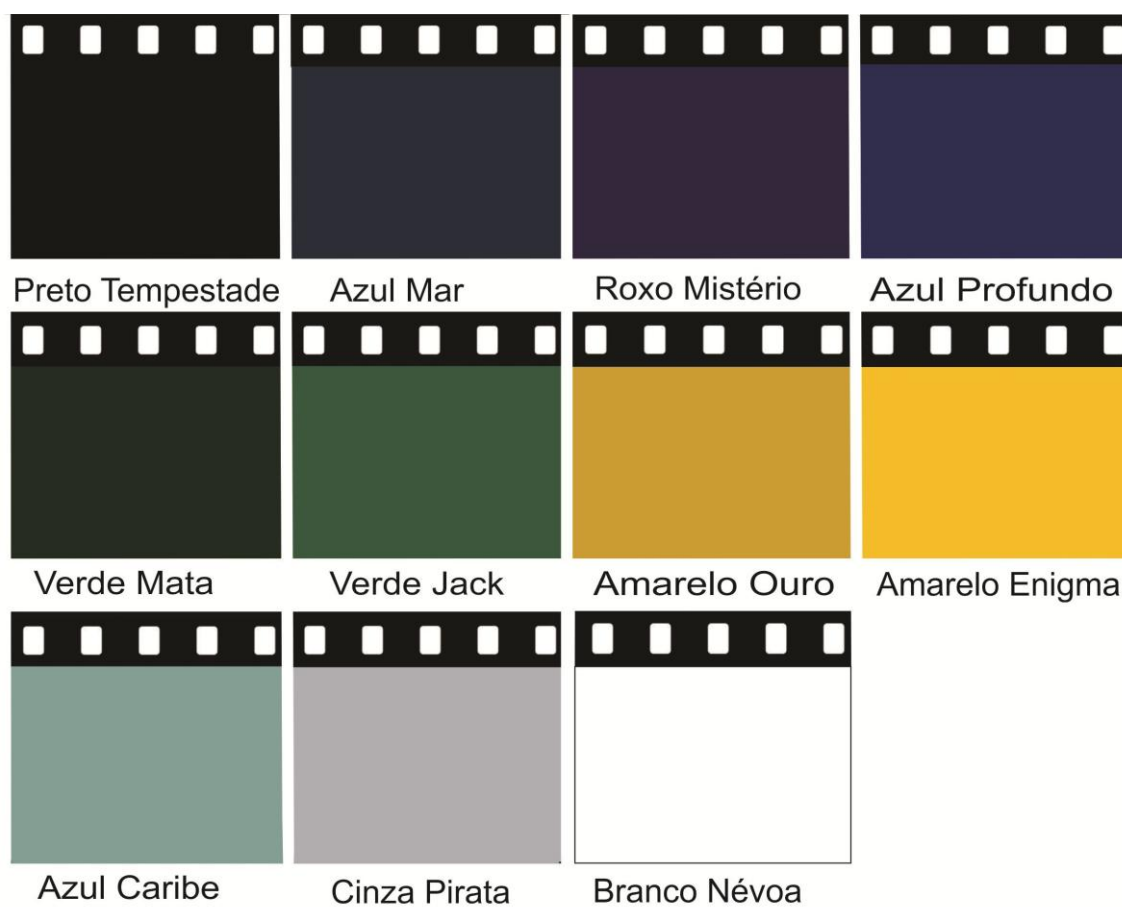
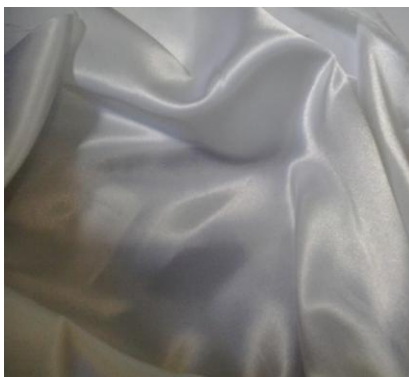


Figura 35 - Cartela de Cores
Fonte: Autoria própria

5.3.3 Materiais



Sarja
(97% Algodão 3% Elastano)



Cetim de seda
(100% Seda)



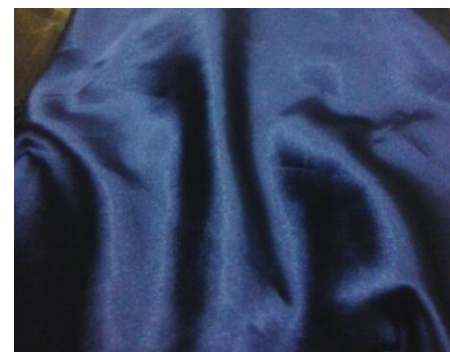
Panamá Microfibra
(100% Poliéster)



Couro
(100% Couro)



Crepe
(100% Poliéster)



Cetim
(100% Poliéster)



Cetim estampado
(100% Poliéster)

5.3.4 Geração de Alternativas

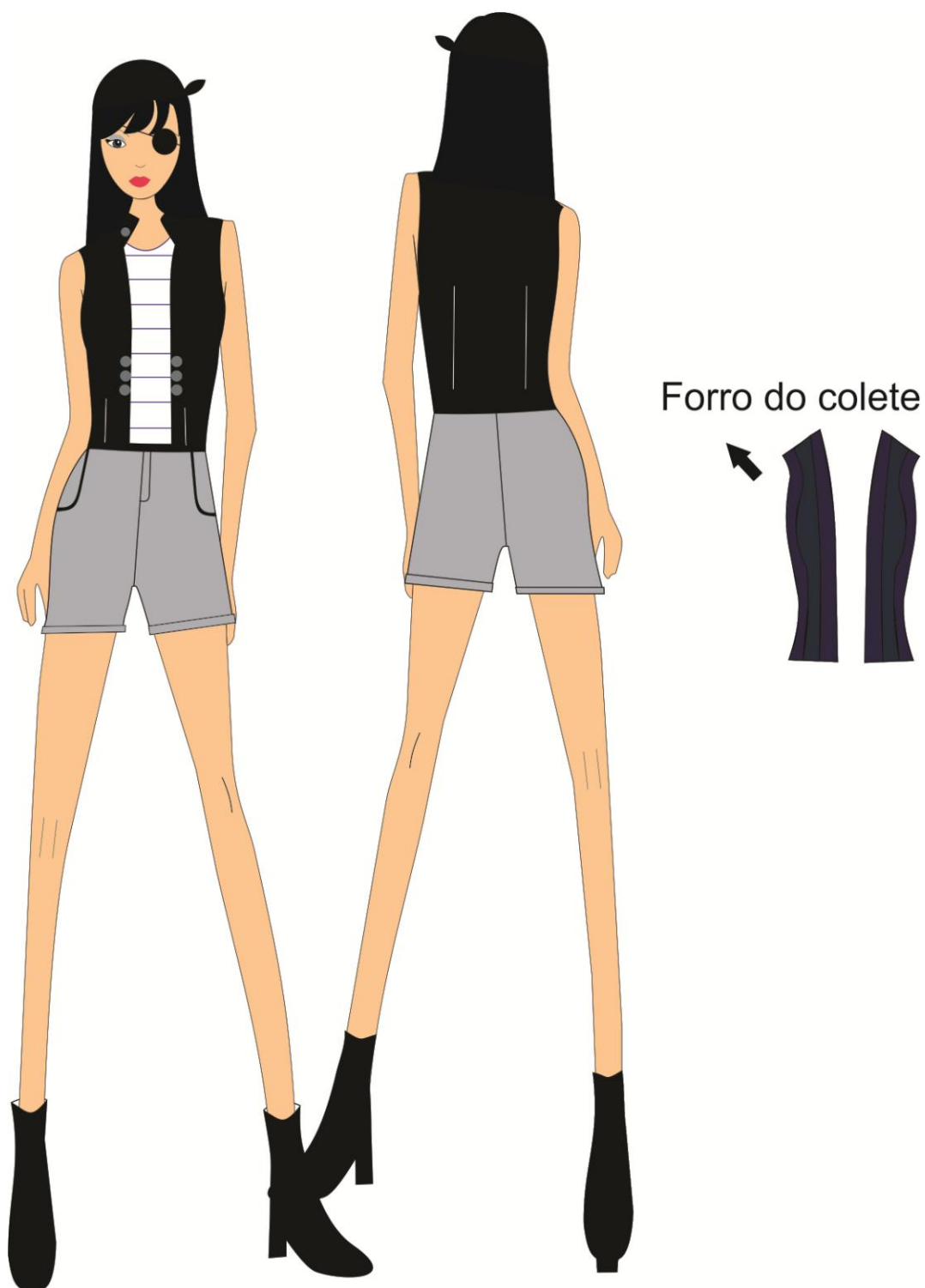


Figura 37 - Croqui 01- Colete de sarja com gola alta e botões, forro com recortes em cetim, regata de crepe de listras e short de sarja com cós e bolso faca em couro.
Fonte: Autoria Própria

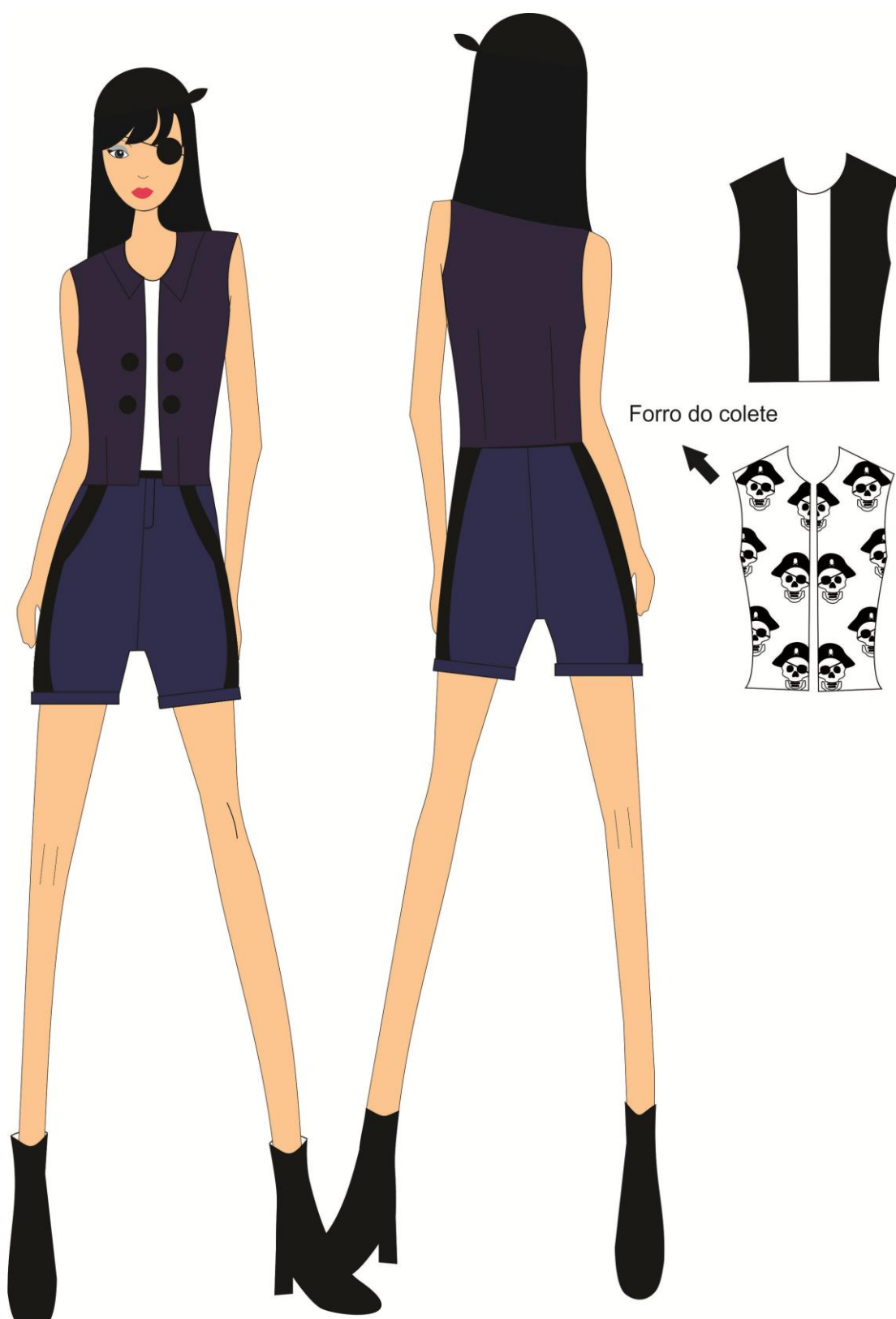


Figura 38 - Croqui 02 - Colete de sarja com gola careca e botões, forro estampado em cetim, com recorte e short de sarja com laterais e bolso em couro.
Fonte: Autoria Própria



Figura 39 - Croqui 03 - Maxi colete estampado, blusa com manga de couro, costas lisa e frente listrada, short de sarja de cintura alta.
Fonte: Autoria Própria

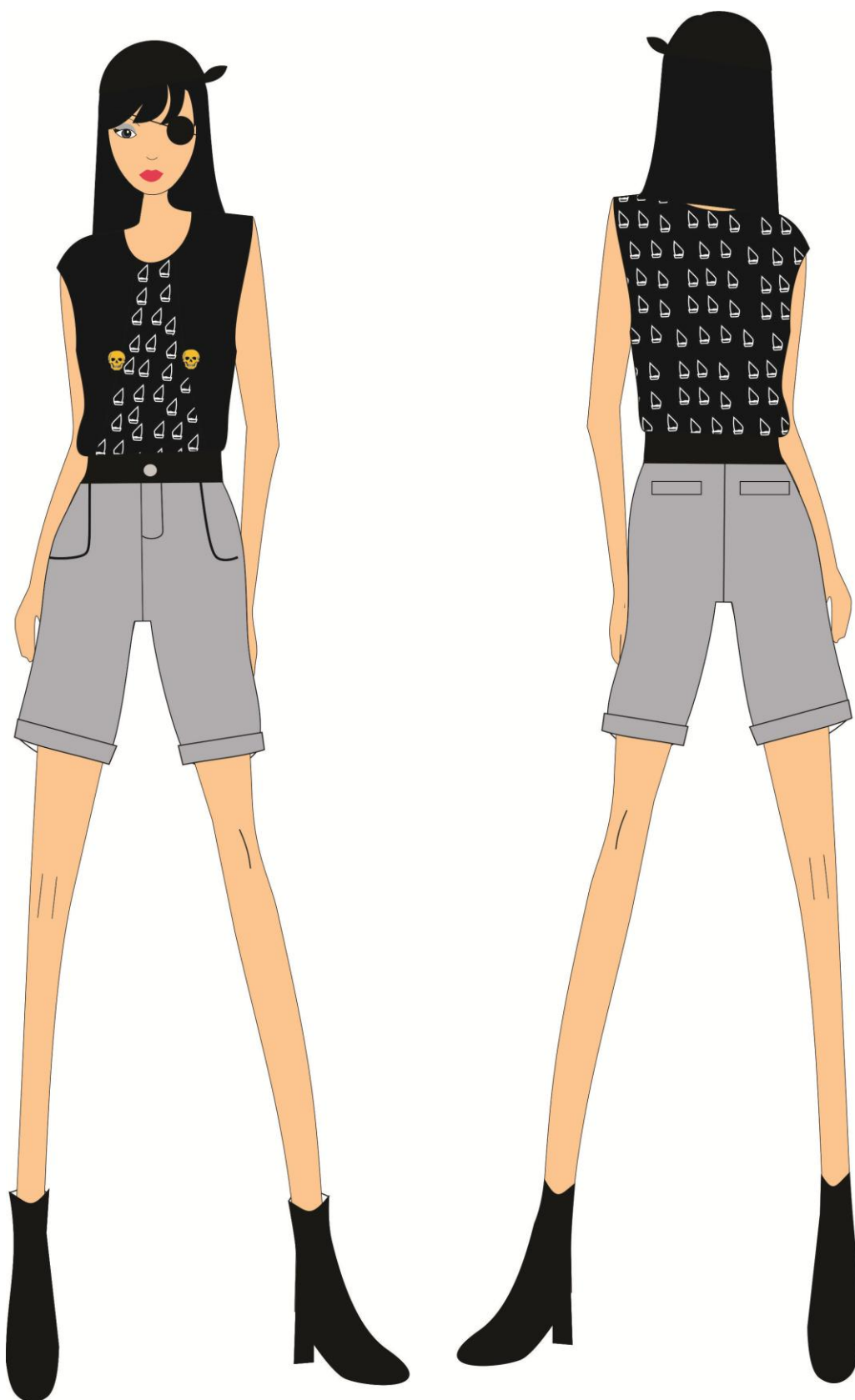


Figura 40 - Croqui 04 -Blusa com recorte na frente e estampada nas costas com botões de caveira, bermuda de sarja com cós e bolso boca de couro.
Fonte: Autoria Própria



Figura 41 - Croqui 05- Blusa assimétrica com uma manga mais comprida e estampa localizada, bermuda de sarja.
Fonte: Autoria Própria



Figura 42 – Colete de couro com bolsos frontais, macaquinho com estampas localizadas.
Fonte: Autoria Própria



Figura 43 - Croqui 07- Macaquinho com costas lisa e frente estampada.
Fonte: Autoria Própria

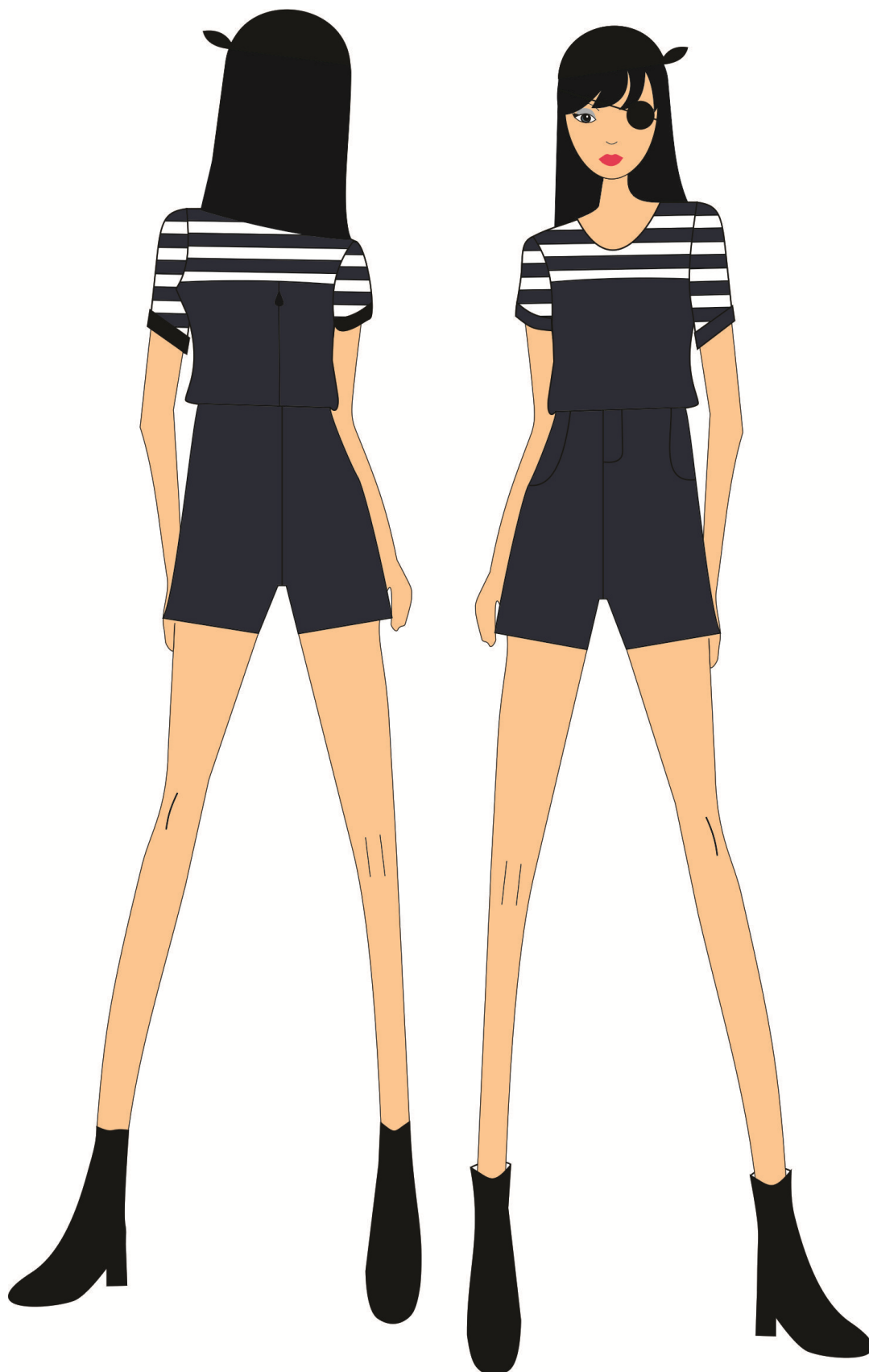


Figura 44 - Croqui 08- Macaquinho em cetim com recorte superior listrado
Fonte: Autoria Própria

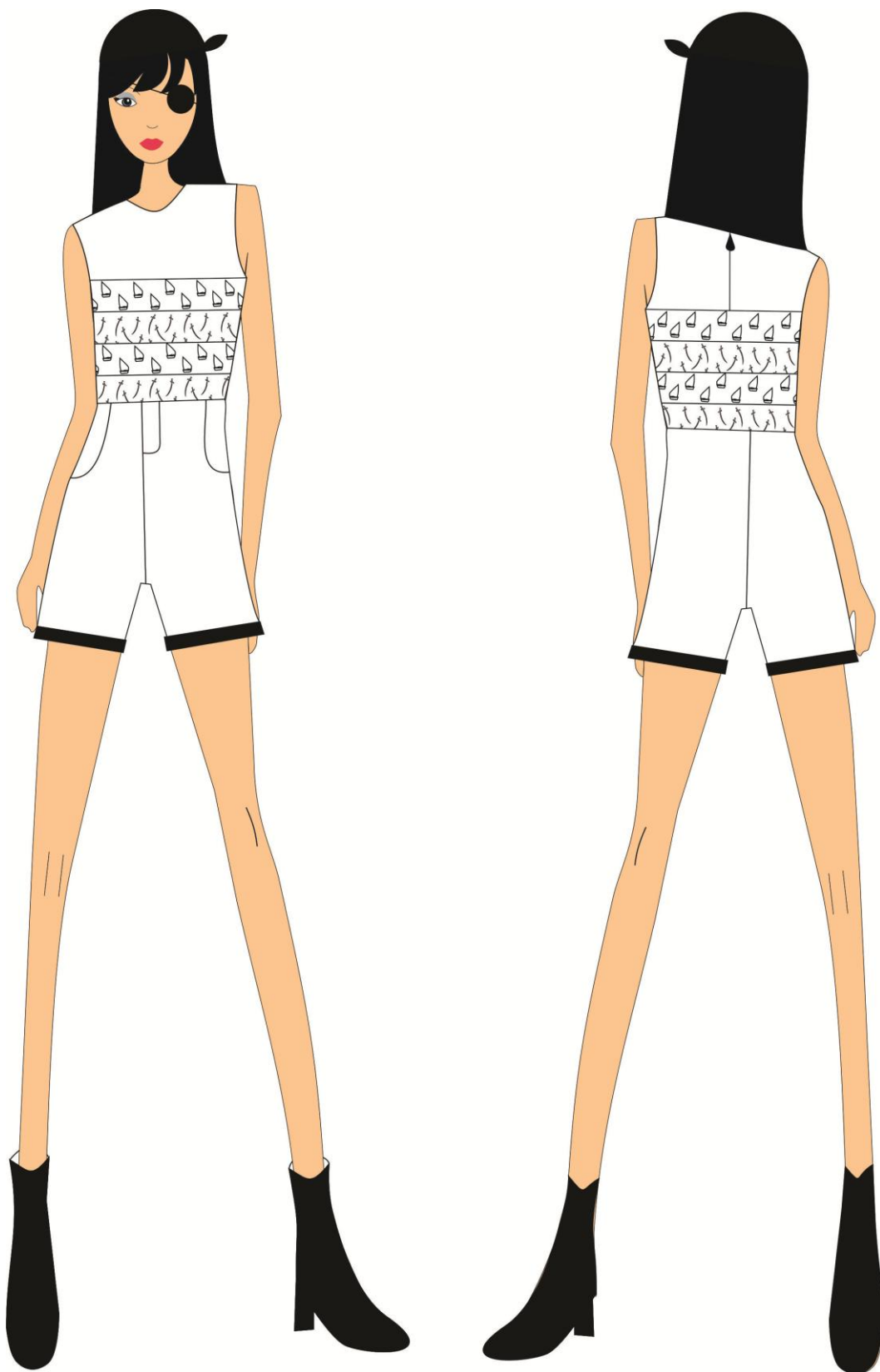


Figura 45 - Croqui 09 - Macaquinho branco com listras estampadas
Fonte: Autoria Própria

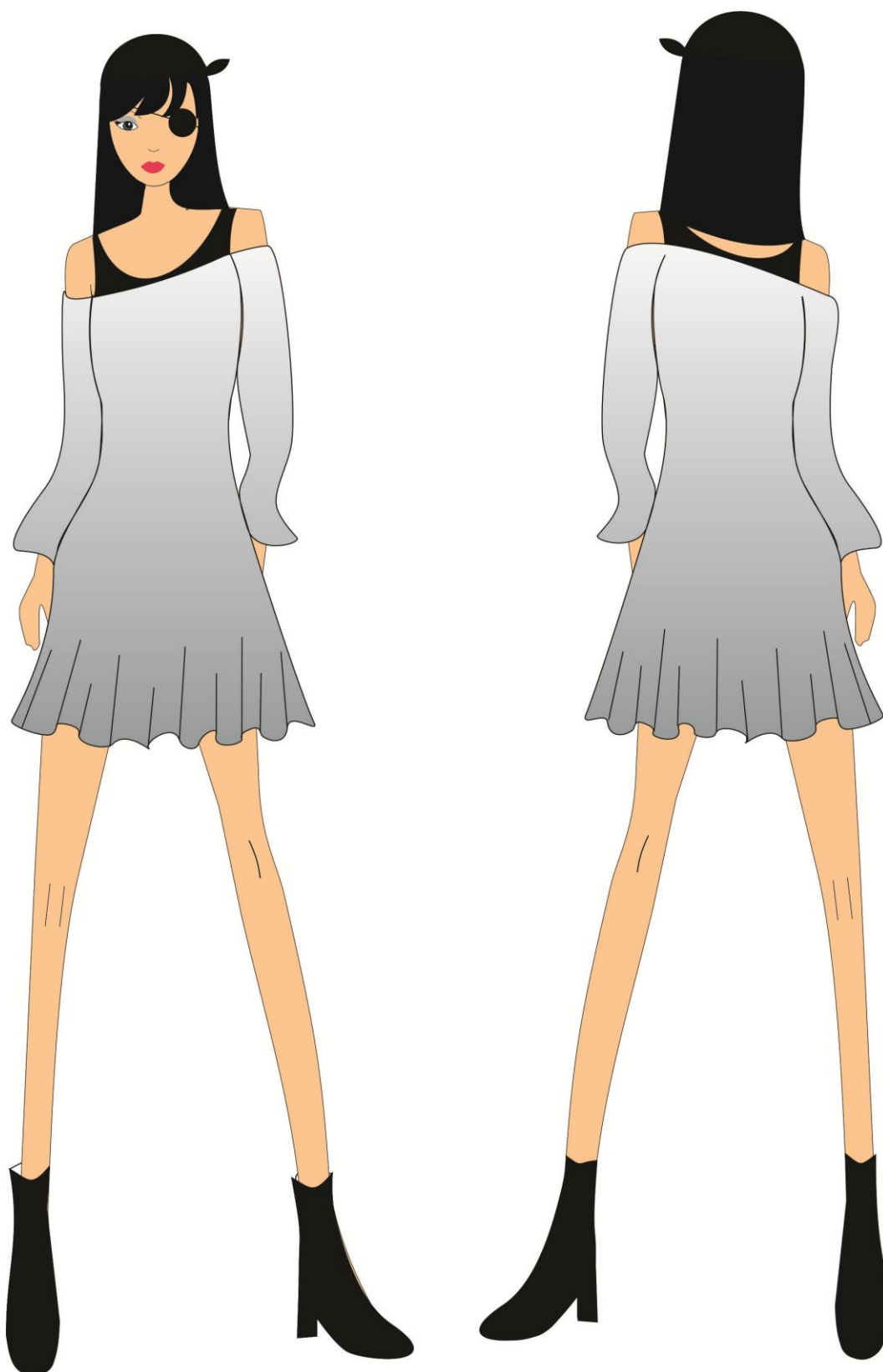


Figura 46 - Croqui 10 – Vestido com gola e recorte estampado, botões de caveira
Fonte: Autoria Própria



Figura 47 - Croqui 11 – Vestido estampado com manga ampla e cintura marcada com um cinto.

Fonte: Autoria Própria.



**Figura 48 - Croqui 12 – Vestido com manga comprida e ampla, decote canoa e tingimento em ombré.
Fonte: Autorial Própria**

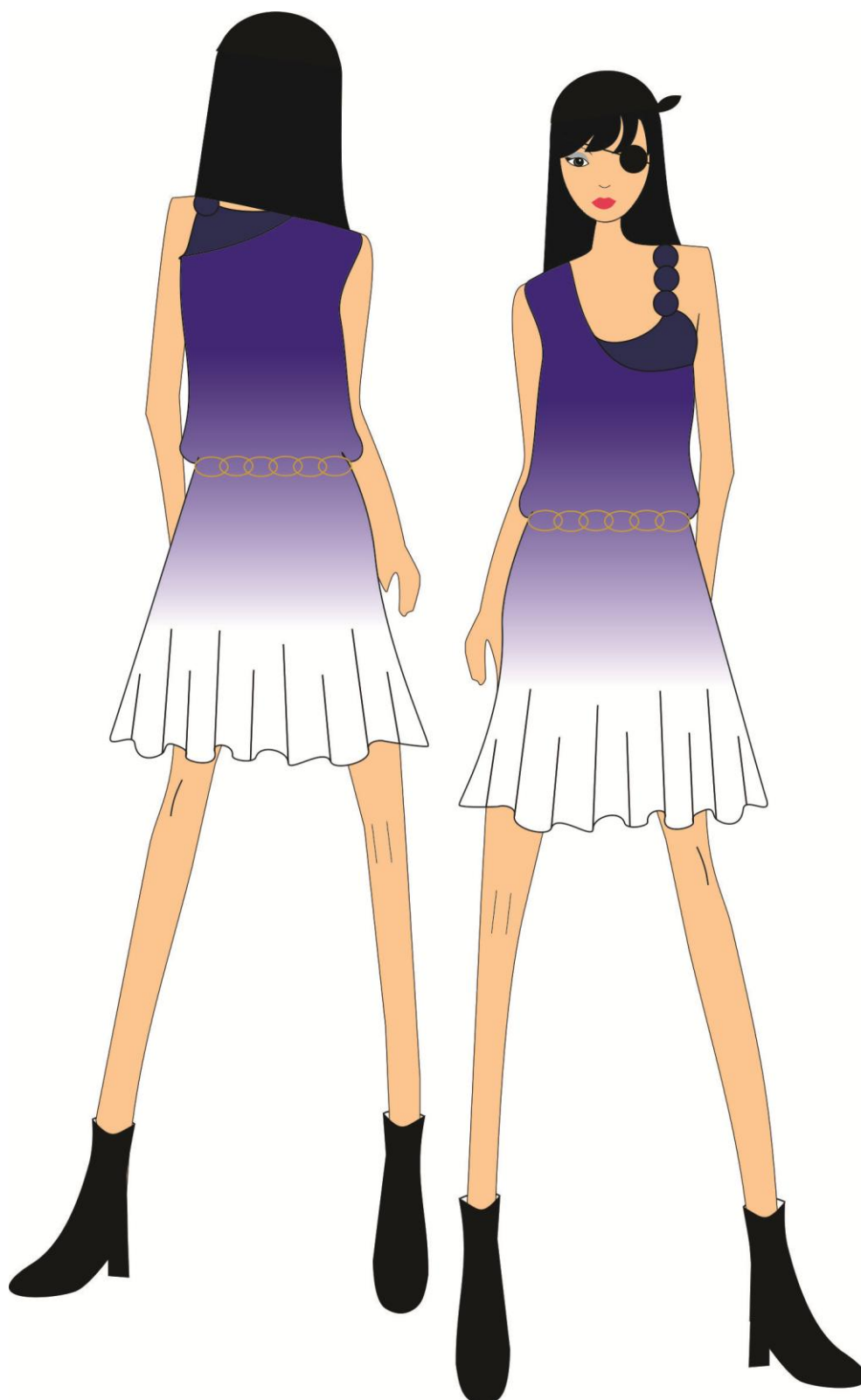


Figura 49 - Croqui 13 – Vestido com tingimento ombré, assimétrico, com uma alça de amarrações
Fonte: Autoria Própria



Figura 50 - Croqui 14 – Vestido com recorte frontal e estampa localizada de caveira.
Fonte: Autoria Própria

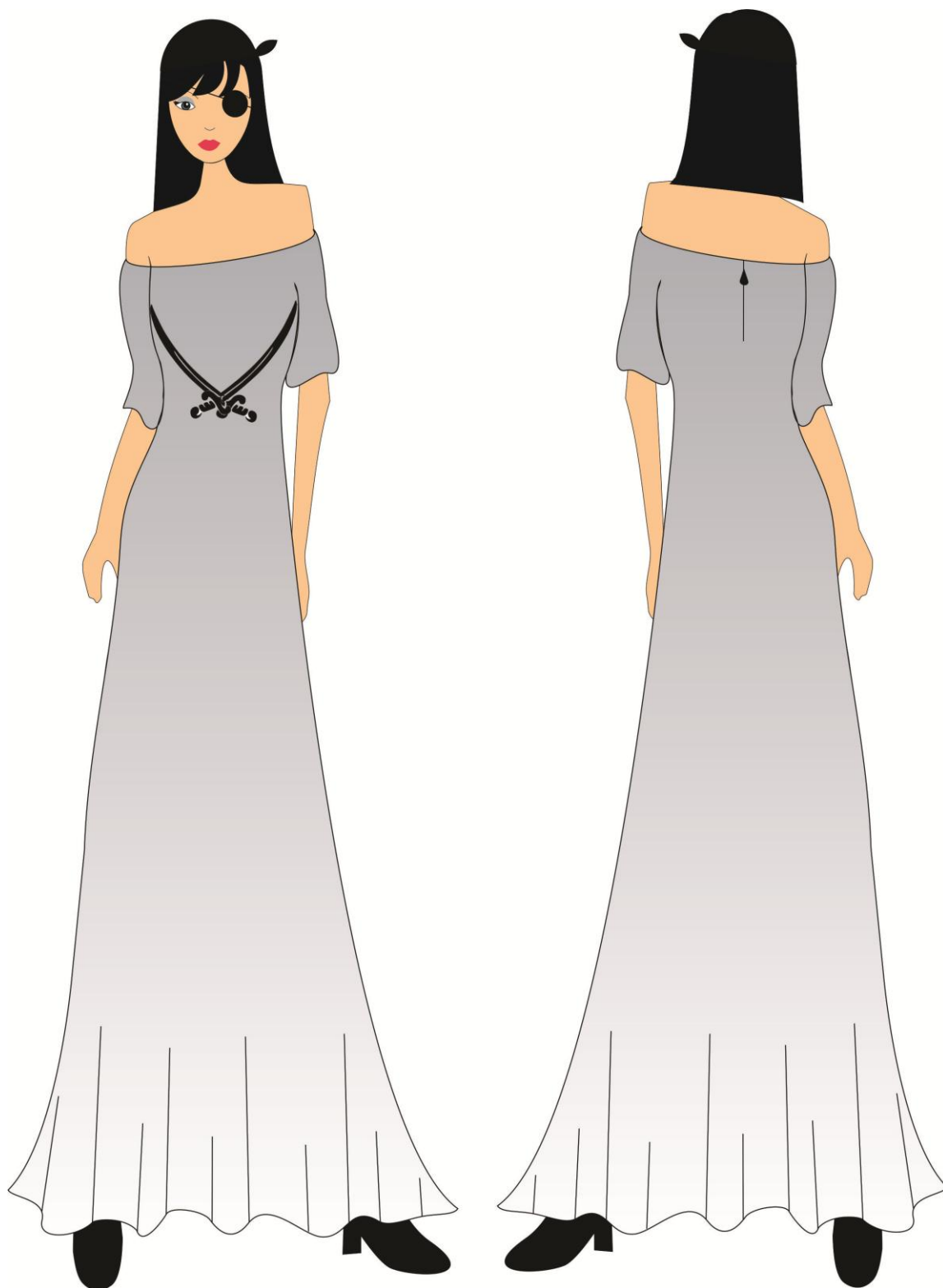


Figura 51 - Croqui 15 – Vestido longo com decote canoa, tingimento ombré e estampa localizada
Fonte: Autoria Própria



**Figura 52 - Croqui 16 - Vestido com listras diagonais, alça trançada e frente única.
Fonte: Autoria Própria**

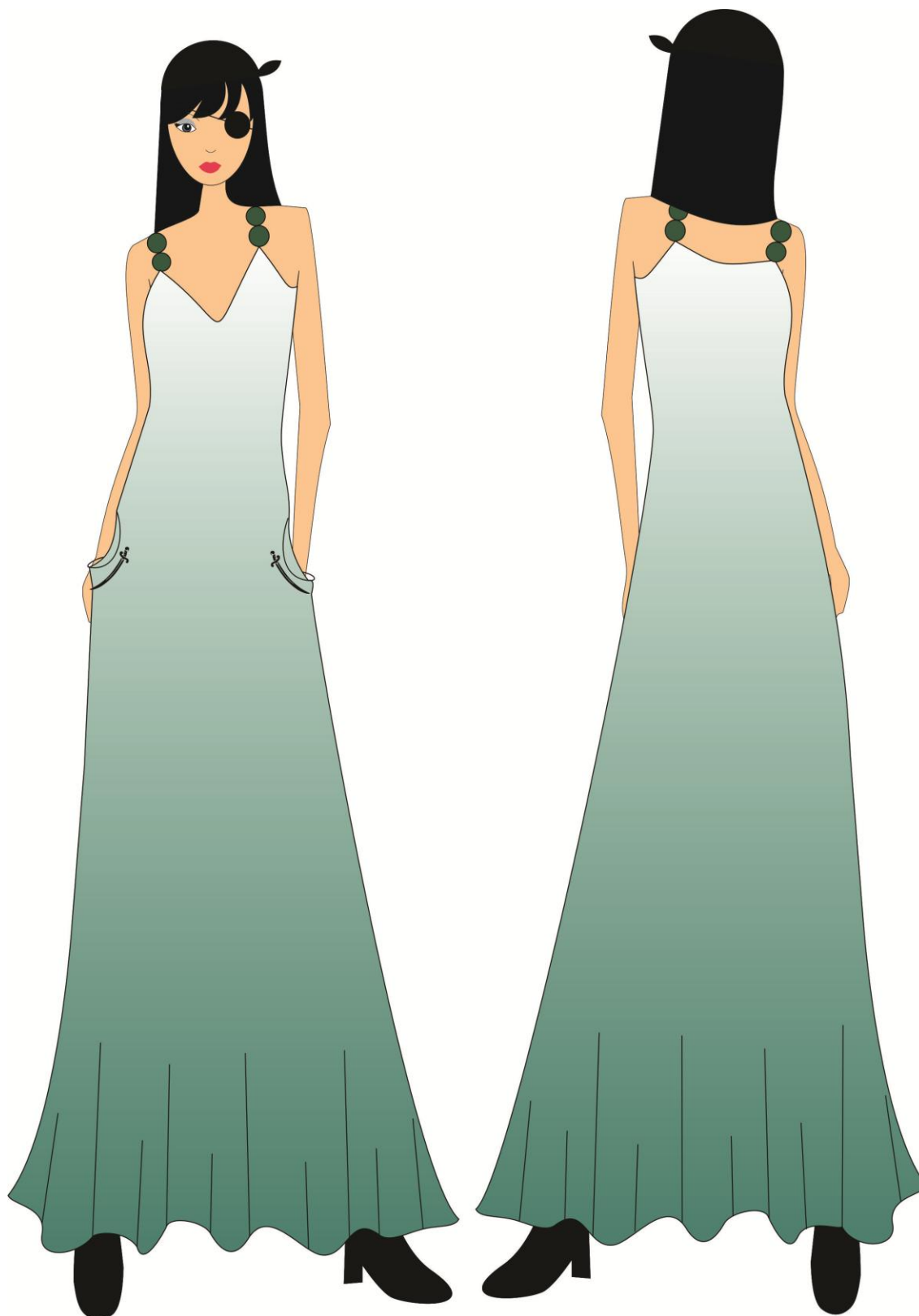


Figura 53 - Croqui 17 – Vestido longo com tingimento ombré e alças com amarrações.
Fonte: Autoria Própria.

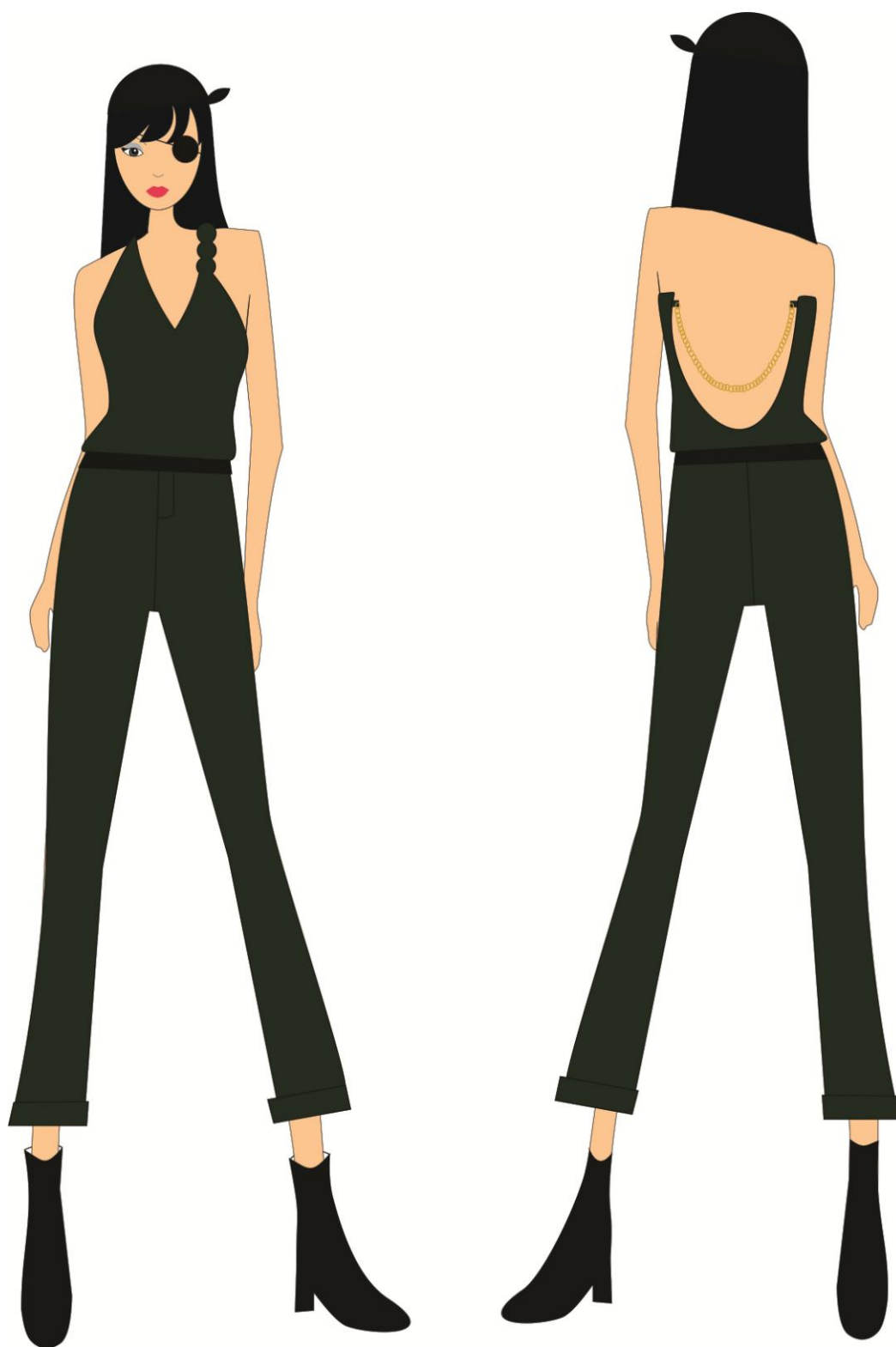
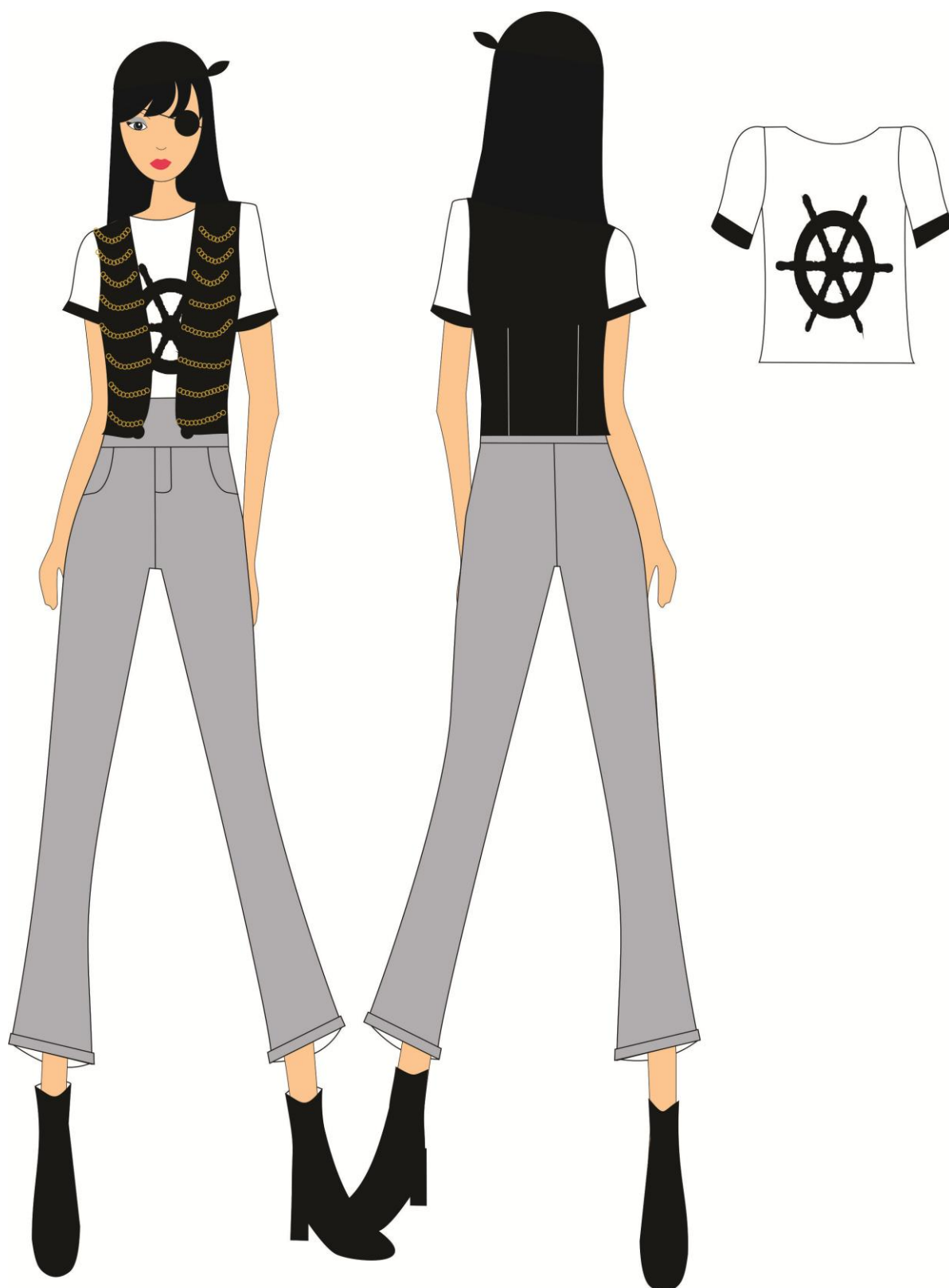


Figura 54 – Croqui 18- Macacão cropped com amarrações em uma das alças e corrente nas costas.
Fonte: Autoria Própria



**Figura 55 - Croqui 19 –Regata de seda com correntes como alça, colete estampado com detalhe em couro e calça cropped.
Fonte: Autoria Própria**



**Figura 56 - Croqui 20 – Colete de couro com correntes, blusa com estampa localizada e calça cropped cintura alta.
Fonte: Autoria Própria**

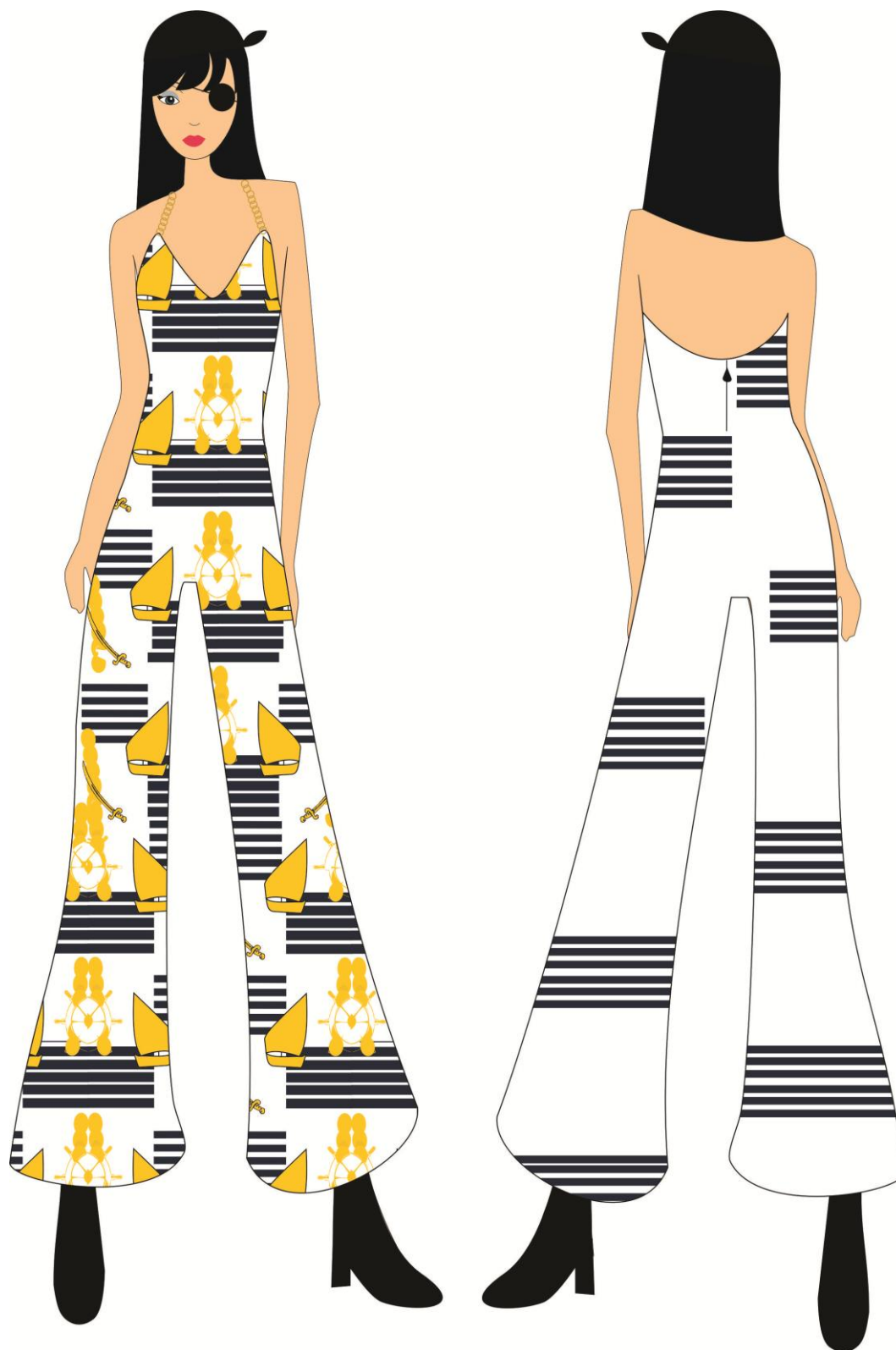


Figura 57 - Croqui 21 – Macacão estampado com alças de corrente.comprimento cropped e estilo pantalona
Fonte: Autoria Própria



..

Figura 58 - Croqui 22 – Blusa trançada de seda com amarração na alça, corrente nas costas e tingimento ombré, calça pantalone cropped.
Fonte: Aatoria Própria

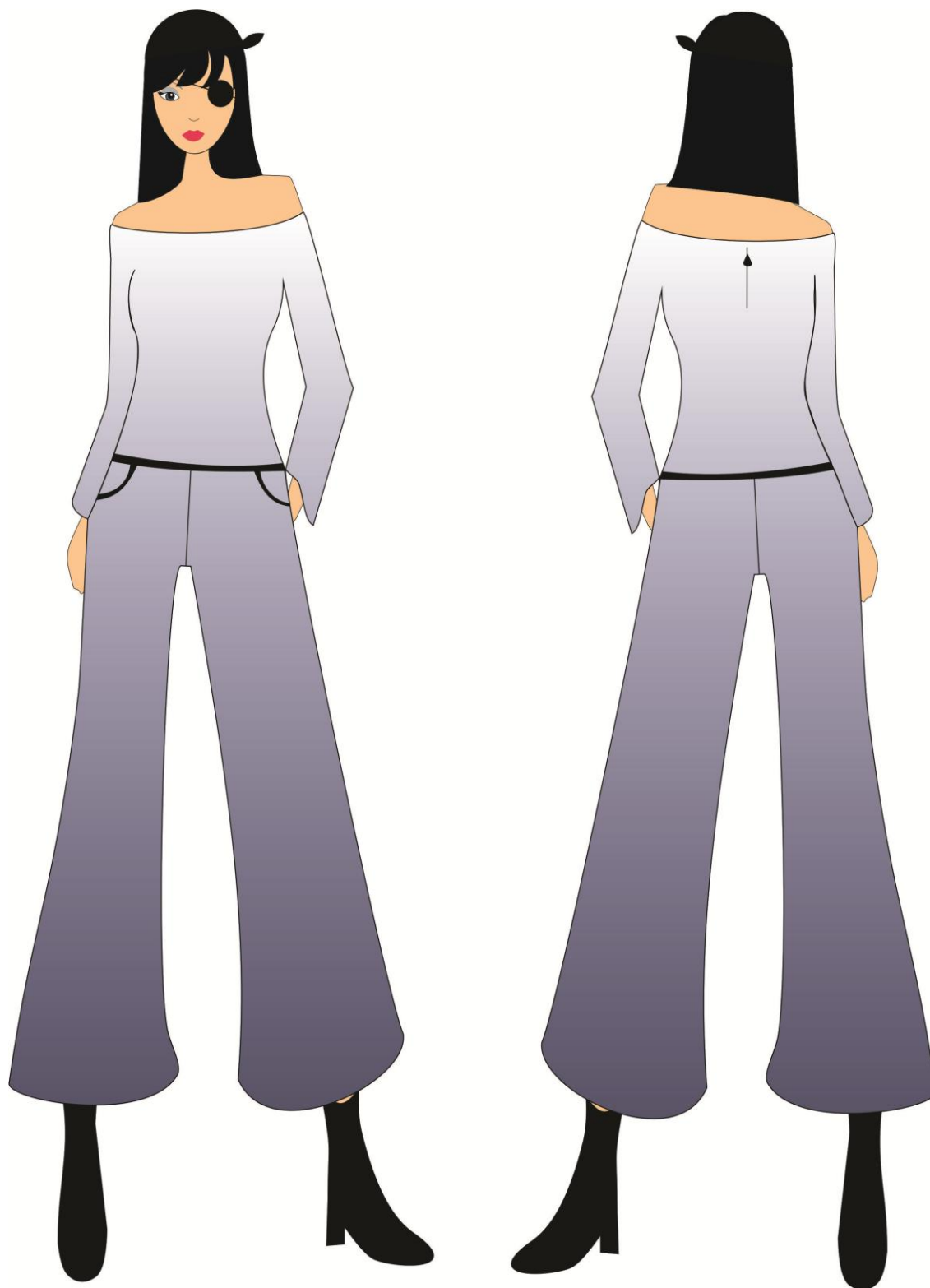
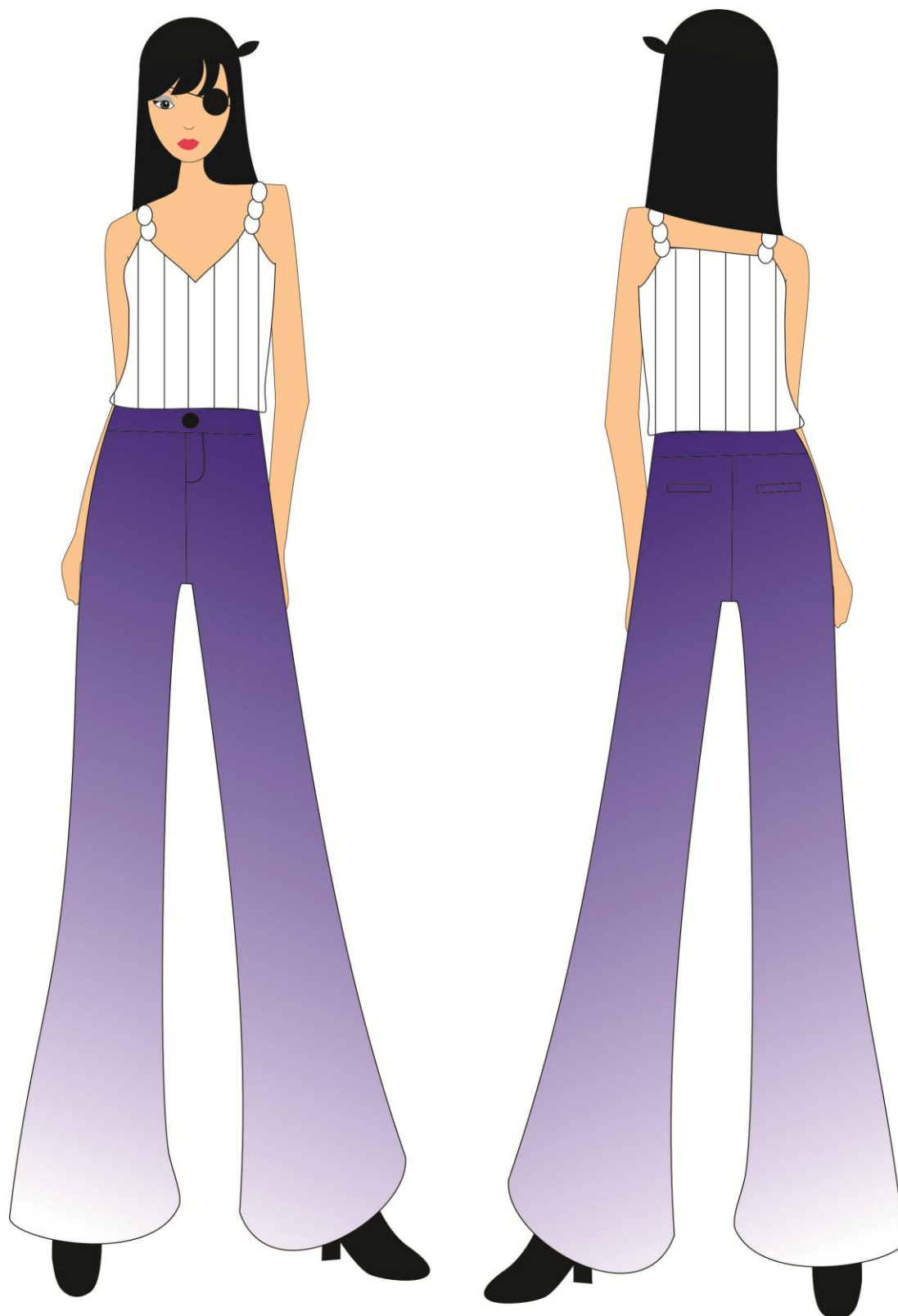


Figura 59 - Croqui 23 – Macacão com decote canoa, tingimento ombré, comprimento cropped e estilo pantalona

Fonte: Autorial Própria



**Figura 60 - Croqui 24 – Calça pantalonada com tingimento ombré e regata com amarrações nas alças.
Fonte: Aatoria Própria**



**Figura 61 - Croqui 25 – Macacão com listras diagonais na frente, liso nas costas, assimétrico e detalhe de couro nas alças.
Fonte: Autoria Própria**

5.3.5 Análise e seleção justificada das alternativas



Figura 62 - Seleção Justificada 01
Fonte: Autoria Própria

O look foi escolhido porque remete ao figurino usado no filme, onde aparecem muitas calças e coletes, as estampas e as cores ajudam na construção da imagem dos piratas e do clima *navy* proposto na coleção, a regata de seda surge como peça básica, porém proporcionando elegância.



Figura 63 - Seleção Justificada 02
Fonte: Autoria Própria

O pirata foi referenciado novamente através da calça pantalonada que dá o efeito de saia com o movimento e as correntes que novamente aparecem, a regata em seda tem o tingimento que dá o efeito degradê lembrando assim os mares e representado no briefing.



Figura 64 - Seleção Justificada 03
Fonte: Autoria Própria

O macaquinho vem transmitir a tendência navy através das cores azul e branco e das listras evidenciadas, a peça é leve e deixa a mulher elegante e com um toque de sensualidade, ideal para o público alvo da marca, pode ser completada com um cinto.



Figura 65 - Seleção Justificada 04
Fonte: Autoria Própria

Esse look é um vestido com a modelagem mais solta e o tingimento em ombré proporcionando a leveza do mar Caribenho, seu decote é assimétrico, sendo um lado feito com amarrações, remetendo às cordas, também pode ser composto pelo cinto de correntes.



Figura 66 - Seleção Justificada 05
Fonte: Autoria Própria

O vestido tem a modelagem ampla, porém com a possibilidade de ser ajustada ao corpo por meio de amarrações. As mangas soltas remetem às que aparecem no filme e são usadas pelos piratas. O look é leve e transmite o clima do mar Caribenho, junto com a estampa de fivelas.



Figura 67 - Seleção Justificada 06
Fonte: Autoria Própria

O vestido acima aparece longo com as listras em vertical e transmite leveza, proporcionando à mulher a feminilidade e sensualidade, as amarrações nas alças lembram as cordas.



Figura 68 - Seleção Justificada 07
Fonte: Autoria Própria

O look é moderno e trás referencias ao filme Piratas do Caribe, através das listras que também combinam com a tendência navy, o look apresenta o colete como peça fundamental para transmitir o conceito de força e contemporaneidade da marca, o short é estilo alfaiataria e tem o bolso faca e o cós de couro.



Figura 69 - Seleção Justificada 08

Fonte: Autoria Própria

O look é um macaquinho com as costas lisa e a frente estampada, a estampa proporciona o estilo navy através de diversos elementos (listras, timão, corda e barco), peça da a mulher a possibilidade de estar feminina e contemporânea, assim como sugere o conceito da marca.



Figura 70 - Seleção Justificada 09
Fonte: Autoria Própria

O vestido tem a modelagem mais acinturada e tem um recorte no meio onde é estampado com as fivelas (elemento que nos remete aos piratas) tem uma gola mais alta e dois botões somente de enfeite com o formato de uma caveira pirata, assim proporciona.



Figura 71 - Seleção Justificada 10
Fonte: Autoria Própria

O look acima consiste em uma blusa com a frente estampada em listras e as costas lisa, as mangas são feitas de couro, proporcionando assim uma mistura de materiais, o short é mais comprido com corte de alfaiataria e referências navy, para finalizar um maxi colete estampado com as caveiras piratas.



Figura 72 - Seleção Justificada 11
Fonte: Autoria Própria

Esse look trás a referência do mar Caribenho através da leveza, do decote ombro a ombro e do tingimento utilizado para dar o efeito ombré, a modelagem ampla, principalmente das mangas e a estampa localizada de espadas nos remete novamente aos piratas apresentados no filme Piratas do Caribe.



Figura 73 - Seleção Justificada 12
Fonte: Autoria Própria

O look é constituído por uma calça com corte de alfaiataria e modelagem mais ampla, além do tingimento ombré presente, a blusa é estampada em listras verticais e amarrações nas alças que remete as cordas.

6 RESULTADOS

A inspiração para o início dessa pesquisa foi dada por tudo que o cinema proporcionou à moda aos longos das décadas e que resultou à diversas coleções que estimulam o consumo das pessoas que gostam do cinema ou de determinados filmes.

Trazendo para o campo de estudo foi analisado por meio de estudo bibliográfico toda a parte histórica de cinema, moda e figurino, para análise do público sugerido foi realizado um questionário em que procurou analisar seu estilo de vida e sua forma de consumo, como resultado pode-se observar a figura da mulher contemporânea que esta envolvida com a moda e com o cinema disposta a consumir produtos que os relacionem.

O projeto, baseado nesses estudos resultou na criação de uma marca, que pudesse oferecer ao público a possibilidade de estar sempre vestido com referencias de seus filmes preferidos.

A marca trouxe a coleção “Navegando em novos mares” com inspiração no filme Piratas do Caribe, dando a ela elementos que remetem a todo o universo do filme, dos piratas e dos mares do Caribe, procurou - se saciar as necessidades do público criando peças confortáveis e finas, resultando em um casual refinado, uma coleção leve podendo ser usada em vários lugares e momentos do dia, ideal para o público exigente com a qual trabalha.

Como resultado, constatou-se que o público-alvo escolhido pela marca, teve suas necessidades devidamente atendidas ao proporcionar a ele qualidade, conforto e estética e acordo com o filme sugerido.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho foi analisado o histórico do cinema e suas influências perante a sociedade, chegando ao comportamento de compra de um determinado público que tem desejos pouco explorados no mercado em geral.

Buscou-se então através da criação da marca conde dar a ao público alvo uma maneira dele se identificar com seus filmes favoritos. Esse público é amante do cinema e está atento as novidades, mas também aprecia muito os filmes antigos, ampliando assim a possibilidade de novos temas de coleções da marca.

A coleção apresentada teve o filme Piratas do Caribe como tema que foi escolhido pelo grande sucesso que obteve e pela ampla possibilidade de inspirações, como todo o universo *navy* e dos piratas.

Através da análise de todo o trabalho desenvolvido e do universo pesquisado, concluí-se que a meta desta pesquisa foi atingida, ao descrever a influência e importância do cinema, trazendo identidade ao público e satisfazendo suas necessidades relacionadas a conforto e tendências de moda.

REFERÊNCIAS

Almanaque Abril. Disponível em< <http://pt.scribd.com/doc/52649218/A-historia-docinema-Almanaque-Abril>> Acesso em: 10 de agosto de 2012

ARAGÃO, Monteiro Cristiane, ARAGÃO Monteiro Rosangela. **Cinema e sociedade: o american way of life em natal.** Natal, 2011.

ALVES, Júlia F. **A Invasão cultural norte-americana.** São Paulo: Moderna, 1988.

ALVES, Joyce, ZOTARELI Juliana Lins. **Moda e Cinema uma análise cronológica.** 6º Colóquio de Moda. São Paulo, 2010.

AQUINO, Agda Patrícia Pontes de. **Identidade Visual do Telejornalista: Uma reflexão conceitual sobre o do papel do corpo e do figurino na apresentação dos telejornais.** XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Campina Grande, 2011.

AREU, Graciela Inés Presas, Kieling, Bruno Borges . **A 'mulher-sedutora' construída pela linguagem cinematográfica.** Fazendo Gênero 8 - Corpo, Violência e Poder. Florianópolis, 2008

BARROS, Simone. TEOFILO, Vania. SÓTER, Clarissa. **O tempo na moda – Uma retrospectiva cinematográfica.** 5º Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Bauru, 2009.

BATTISTI, Francisleth Pereira. **Moda e figurino: Unilateralidade.** I Encontro Paranaense de Moda, Design e Negócios. Maringá, 2009.

BAUDOT, François. **Moda do século.** São Paulo: Editora Cosac Naify, 2002.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo.** Lisboa: Editora Edições 70, 2010.

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema.** São Paulo: Editora Brasiliense, 2006

COSTA, Francisco Araujo da. **O figurino como elemento essencial da narrativa.** Porto Alegre. 2003

CRAVO, Mapi; XAVIER, Jussara; MEYER, Sandra; TORRES, Vera. **Figurino: a pele do performer.** In: Coleção Dança Cênica; Pesquisas em Dança, v. I. Joinville: Letradágua. 2008.

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

DISITZER, Marcia. **A moda como ela é: Bastidores, criação e profissionalização.** Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2006.

ESCHER, Paula. **O Figurino e o Cinema Mudo.** 4º Colóquio de Moda, 2008.

GEADA, Eduardo. **O cinema espetáculo.** Lisboa: Edições 70: 1987

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Editora Atlas S.A, 2010.

HELENA, Raul Santa; PINHEIRO, Antonio Jorge. **Muito Além do Merchan.** São Paulo: Editora Elsevier, 2012.

IGLECIO, Paula, ITALIANO Isabel C. **O figurinista e o processo de criação de figurino.** 8º Colóquio de Moda. Rio de Janeiro, 2012.

LEHNERT, Gertrud. **História da moda, do século XX.** Editora Könemann, 2001

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** Editora São Paulo: Companhia de Letras, 1989.

MASCARELLO, Fernando. **História do cinema mundial.** Campinas, SP: Editora Papyrus, 2006.

MENDES, Valerie e De La HAYE, Amy de. **A MODA DO SÉCULO XX.** São Paulo: Editora Martins Fontes, 2003.

MORIN, Edgar. **As Estrelas, mito e sedução no cinema.** Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 1989

PALOMINO, Erika. **A Moda.** São Paulo: Editora PubliFolha, 2003.

PETERMANN, Sueli. DEL VECHIO, Roberta. BONA Rafael Jose. **A propagação da moda no cinema: Um olhar sobre as grifes em O Diabo Veste Prada.** XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, 2008.

POLLINI, Denise. **Breve História da Moda.** São Paulo: Editora Claridade, 2007

REGEN, Adriana. **Moda e Cinema: A Parceria entre Audrey Hepburn e Givenchy.** 2º Colóquio de Moda. Salvador, 2006.

SABINO, Marco. **Dicionário da moda,** Rio de Janeiro: Editora: Elsevier, 2007.

SILVA, Joyce Alves. ZOTARELI, Juliana Lins. **Moda e Cinema uma análise cronológica.** 6º Colóquio de Moda, 2010.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário Aplicado

1 Qual é a sua idade: _____

2. Qual é o seu estado civil: _____

3: Como costuma cuidar da aparência:

() frequentando salões de beleza () realizando cirurgias plásticas

() frequentando clínicas de estética () realizando tratamentos caseiros

() não costumo seguir esses padrões

4. Quais lugares você mais gosta de frequentar? Enumere, por ordem crescente, (Ex.: 1 para o mais frequentado, 2 para o segundo mais frequentado, 3 ..., 4 ...) *
Shopping, Teatro, Cinema, Boate, Barzinho

5. Nas férias que tipo de viagem você prefere:

() praia () internacional () serra () aventura

6. Como costuma ficar atenta às tendências da moda?

() através de revistas () através da televisão () através da internet () através dos desfiles

7. Com que frequência você lê livros?

() sempre () às vezes () raramente () nunca

8. Que gênero de filmes você gosta?

() aventura () comédia () musical () ação () comédia romântica () drama

() terror () suspense

9 Você gosta de filmes antigos?

() sim () não

10 Com que frequência você assiste filmes em casa?

() sempre () às vezes () raramente () nunca

11 Com que frequência vc vai ao cinema?

sempre às vezes raramente nunca

12 Ao comprar suas roupas você prefere cores:

neutras fortes pastéis

13 Ao comprar uma peça de roupa (vestido) você prefere ele feito:

Malha Tecido plano

14 Em relação a modelagem ao comprar uma peça (vestido) você prefere:

acinturado tubinho trapézio outros

15 estaria disposta a pagar quanto por uma peça (vestido) inspirado em seu filme preferido?

de R\$ 50,00 à R\$ 150, 00 de R\$ 150, 00 à R\$ 250,00 de R\$ 250,00 à R\$ 350,00 de R\$ 350, 00 à R\$ 450, 00

APÊNDICE B – Fichas Técnicas

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 003

Modelo: Colete feminino

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
1	Fechar pence costas	reta	5 min	12 peças	96 peças
2	Fechar pence frente	reta	5 min	12 peças	96 peças
3	Unir recorte do ombro	reta	10 min	6 peças	48 peças
4	Unir ombro	reta	5 min	12 peças	96 peças
5	Unir ombro do forro	reta	5 min	12 peças	96 peças
6	Com o direito do forro sobre o direito do tecido principa,unir cava, decote e bainha	reta	20 min	3 peças	24 peças
7	Nas linhas curvas fazer piques, abrir as costuras e passe a ferro.	mão/ferro	15 min	4 peças	32 peças
8	Desvirar o colete por uma das laterais	mão	5 min	12 peças	96 peças
9	Fechar laterais	reta	10 min	6 peças	48 peças

Data 03/02 2014Nome dos integrantes Daiany Rocha Marques

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 001

Modelo: Calça Cropped

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
1	Passar costura em todas as peças	overloque	10 min	6 peças	48 peças
2	Preparar bolsos da frente	reta	15 min	4 peças	32 peças
3	Unir laterais	reta	10 min	6 peças	48 peças
4	Pregar zíper na vista	reta	15 min	4 peças	32 peças
5	Fechar entrepernas	reta	5 min	12 peças	96 peças
6	Fechar gancho	reta	10 min	6 peças	48 peças
7	Unir cóis	reta	10 min	6 peças	48 peças
8	Pregar gancho no cóis	reta	15 min	4 peças	32 peças
9	Fazer barra italiana	reta	20 min	3 peças	24 peças
10	Casear	mão	10 min	6 peças	48 peças
11	Pregar botão	maquina	5 min	12 peças	96 peças

Data 03 / 02 / 2014Nome dos integrantes Daiany Rocha Marques

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 002

Modelo: Regata de seda com alças de corrente

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
1	Unir ombros	Reta	5 min	12 peças	96 peças
2	Acabamento no decote	Reta	10 min	6 peças	48 peças
3	Fechar lateral	Reta	10 min	6 peças	48 peças
4	Fazer barra	Reta	10 min	6 peças	48 peças
5	Pregar alça	Mão	10 min	6 peças	48 peças

Data 03 / 02 / 2014Nome dos integrantes Daiany Rocha Marques

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 010

Modelo: Blusa de seda transpassada

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
1	Unir ombros	Reta	5 min	12 peças	96 peças
2	Fazer amarração na alça	Reta	10 min	6 peças	48 peças
3	Fechar lateral	Reta	10 min	6 peças	48 peças
4	Fazer barra	Reta	10 min	6 peças	48 peças

Data 03/02/2014Nome dos integrantes Daiany Rocha Marques

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 015

Modelo: Vestido

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
1	Passar costura em todas as peças	overloque	10 min	6 peças	48 peças
2	Costurar recorte	reta	10 min	6 peças	48 peças
3	Unir laterais	reta	10 min	6 peças	48 peças
4	Fechar mangas	reta	15 min	4 peças	32 peças
5	Unir mangas	reta	15 min	4 peças	32 peças
6	Acabamento nas mangas	reta	5 min	12 peças	96 peças
7	Acabamento decote	reta	10 min	6 peças	48 peças
8	Fazer barra	reta	10 min	6 peças	48 peças

Data 03.02.2014Nome dos integrantes Daiany Rocha Marques

APÊNDICE C – Fotos do Catálogo

























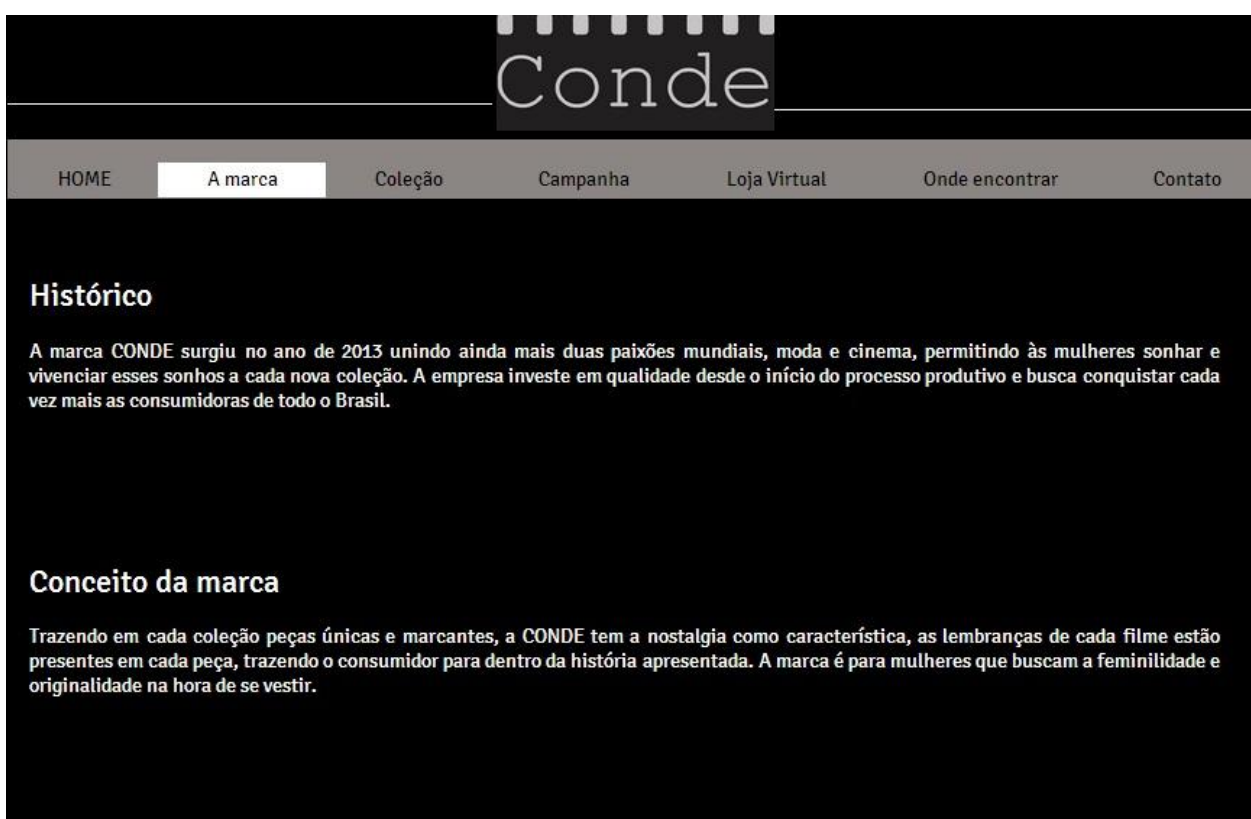
APÊNDICE D - Dossiê Eletrônico



Conde

HOME A marca Coleção Campanha Loja Virtual Onde encontrar Contato

COLEÇÃO VERÃO 2014



Conde

HOME A marca Coleção Campanha Loja Virtual Onde encontrar Contato

Histórico

A marca CONDE surgiu no ano de 2013 unindo ainda mais duas paixões mundiais, moda e cinema, permitindo às mulheres sonhar e vivenciar esses sonhos a cada nova coleção. A empresa investe em qualidade desde o início do processo produtivo e busca conquistar cada vez mais as consumidoras de todo o Brasil.


Conceito da marca

Trazendo em cada coleção peças únicas e marcantes, a CONDE tem a nostalgia como característica, as lembranças de cada filme estão presentes em cada peça, trazendo o consumidor para dentro da história apresentada. A marca é para mulheres que buscam a feminilidade e originalidade na hora de se vestir.

Conde

HOME A marca **Coleção** Campanha Loja Virtual Onde encontrar Contato

Navegando em Novos Mares



A coleção "Navegando em novos mares" tem como atenuante o filme Piratas do Caribe e transmite todo o seu universo através das cores, formas, materiais e estampas.













A coleção busca um mix, que conta com a leveza de alguns materiais misturada com elementos mais pesados, o que nos remete ao mar Caribenho e aos piratas, ao clima que o próprio filme nos apresenta, "Navegando em novos mares" é forte, contemporânea e feminina.

O filme "Piratas do Caribe" lançado em 2003, teve uma série de continuações, transformando-o em uma saga com quatro filmes lançados, sendo o último em 2011, como referência.

O filme conta a história do pirata Jack Sparrow que teve seu navio saqueado e roubado, e é decidido a recuperar a embarcação que começa a história, cheia de mistério, ação, combates e romance.


Conde

HOME A marca Coleção **Campanha** Loja Virtual Onde encontrar Contato

Conde

HOME A marca Coleção Campanha **Loja Virtual** Onde encontrar Contato




Vestido de seda com tingimento ombré

R\$ 250,00

em até 5 x R\$50,00 no cartão ou no boleto bancário

tam 38 quantidade 1

Seu carrinho de compras está vazio

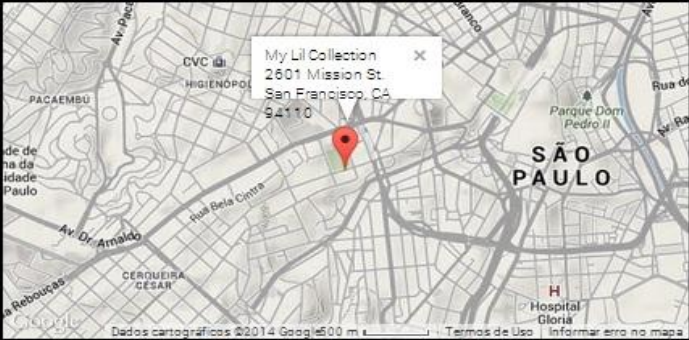


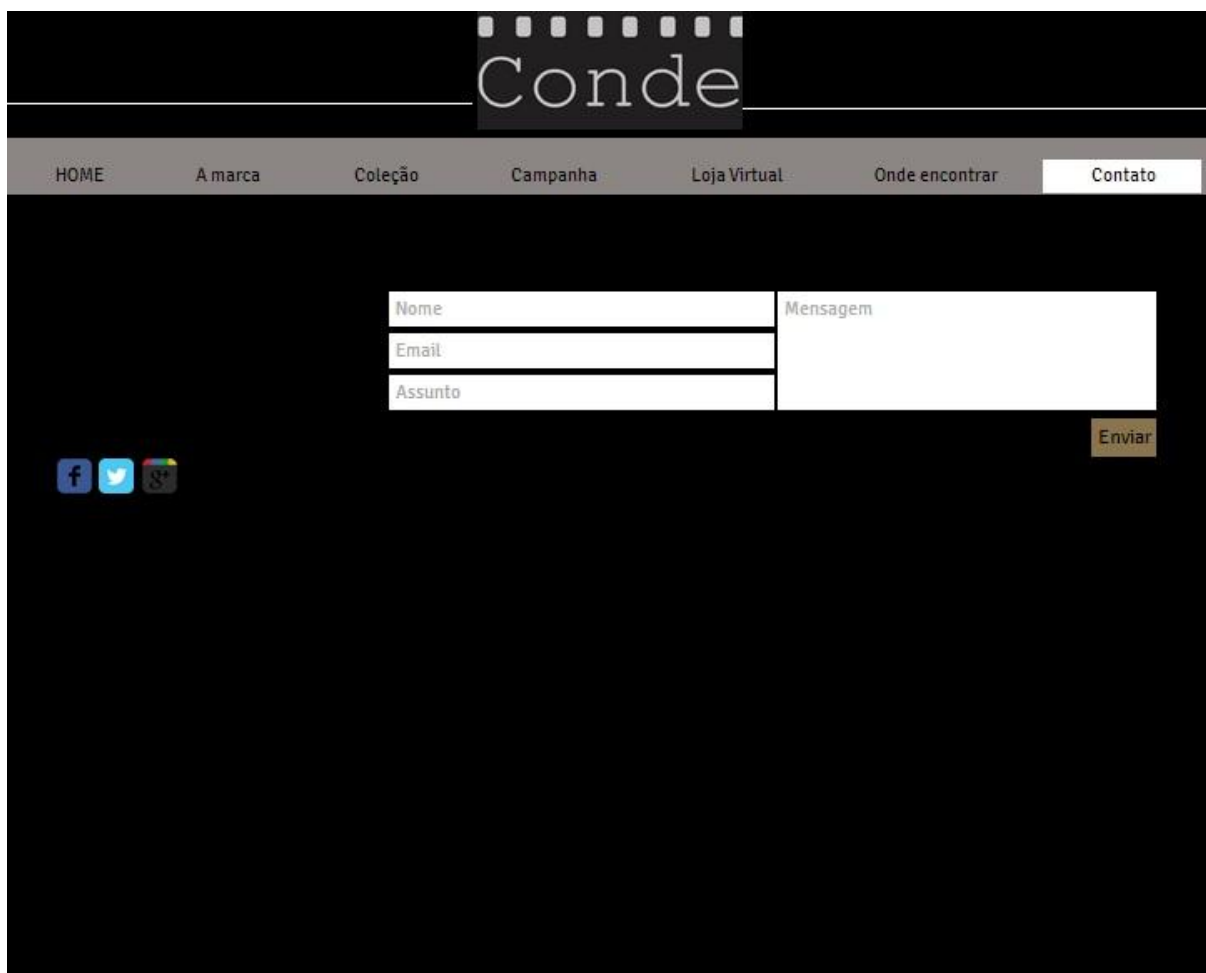
Conde

HOME A marca Coleção Campanha Loja Virtual **Onde encontrar** Contato

Onde encontrar

Rua Augusta, 273
São Paulo, SP
veja o mapa
Horário de atendimento
segunda a sábado das 09 h às 18 h





The image shows a contact form on a website with a black background. At the top, the word "Conde" is written in a white, serif font, with a filmstrip graphic above it. Below the logo is a horizontal navigation bar with the following items: HOME, A marca, Coleção, Campanha, Loja Virtual, Onde encontrar, and Contato. The "Contato" item is highlighted with a white background. The main content area contains a contact form with three input fields on the left: "Nome", "Email", and "Assunto". To the right of these is a larger "Mensagem" input field. A "Enviar" button is located at the bottom right of the message field. In the bottom left corner, there are three social media icons: Facebook, Twitter, and Google+.

Conde

HOME A marca Coleção Campanha Loja Virtual Onde encontrar **Contato**

Nome
Email
Assunto

Mensagem

Enviar

f t g+