

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAIBA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO
Graduação em Design de moda

JULIANE LOPES

COLEÇÃO INSECTA

By Juliane Lopes

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS – SP

2017

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAIBA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO
Graduação em Design de moda

JULIANE LOPES

COLEÇÃO INSECTA

By Juliane Lopes

Trabalho de Conclusão de curso apresentado à Universidade do Vale do Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Design de Moda. Orientadora: Prof^ª. Especialista, Raquel de A. F. G. de Souza.

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS – SP

2017

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA

Ficha catalográfica

Lopes, Juliane Teixeira

Coleção Insecta : By Juliane Lopes / Juliane Teixeira Lopes;
 orientadora, Raquel Andrade Ferreira Guimarães de Souza. - São
 José dos Campos, SP, 2017.
 123 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale
 do Paraíba, São José dos Campos. Design de Moda .

Inclui referências

1. Design de Moda . 2. Novo Design de moda masculina . 3.
 Resgate de técnicas artesanais. I. Andrade Ferreira Guimarães de
 Souza, Raquel , orient. II. Universidade do Vale do Paraíba.
 Design de Moda . III. Título.

Eu, Juliane Teixeira Lopes, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em
 outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o
 usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado
 respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de
 propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e
 profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 14 de Dezembro de 2017.



Autor(a) da Obra

Data da defesa: 23 / 11 / 2017

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pois sem Ele não seria possível a iniciação deste projeto.

Aos meus pais por todo incentivo, dedicação e compreensão em todos os momentos desta e de outras caminhadas.

À minha orientadora Prof.^a Raquel de Andrade Ferreira, por toda dedicação, confiança e credibilidade inseridas em meu trabalho.

E a todos os envolvidos direta ou indiretamente.

“A roupa faz o homem. Pessoas nuas têm pouca ou nenhuma influência na sociedade.”
(Mark Twain).

RESUMO

O tema central deste trabalho aborda a moda masculina contemporânea, levando em conta a relação do homem com a moda e os critérios adotados para o seu consumo. A partir das referências coletadas e das pesquisas exploratórias, foi desenvolvida uma coleção masculina de tops autoral com inspiração nas características estéticas da classe animal Insecta, a fim de atender às novas necessidades do público jovem masculino. A coleção tem por proposta apostar num visual diferenciado e exclusivo, com detalhamentos em bordados e resgate de técnicas artesanais, buscando atrair olhares pela diferenciação, visto que essa ramificação ainda não é muito explorada e que o mercado de moda masculino tem se mostrado em constante crescimento. O estudo contou com pesquisas exploratórias bibliográficas e documentais, e pesquisa de campo de caráter quantitativo.

Palavras-chave: moda masculina; coleção autoral; aplicações artesanais.

ABSTRACT

The central theme of this work is the contemporary masculine fashion, taking into account the relationship between man and fashion and the criteria adopted for their consumption. Based on the collected references and the exploratory researches, a masculine collection of authorial tops was developed, inspired by the aesthetic characteristics of the Insecta animal class, in order to meet the new needs of the young male audience. The collection proposes to bet on a distinctive and exclusive look, with details on embroidery and redemption of handcrafted techniques, seeking to attract a look for differentiation, since this branch is still not much explored and that the male fashion market has been showing steadily growing. The study counted on exploratory bibliographical and documentary researches, and field research of quantitative character.

Keywords: masculine fashion; Author collection; Techniques.

LISTA DE FIGURAS

Figura1: Luis XV	20
Figura 2: Silhueta slim, séc. XIX	20
Figura3: Dândi George Bryan Brummell.....	21
Figura 4: Casal com calça e camisa.....	21
Figura 5: David Bowie.....	22
Figura 6: Balmain Paris.....	25
Figura 7: Alexandre Mc Queen.....	25
Figura 8: Divisão dos insetos.....	26
Figura 9: Asas de insetos.....	27
Figura 10: Kalasiris costurado	30
Figura 11: Rufos.....	32
Figura 12: Gola caída	32
Figura 13: Tipos de colarinho.....	32
Figura 14: Camisa Dudalina.....	33
Figura 15: Inseto colorido	46
Figura 16: Etiqueta interna.....	48
Figura 17: Etiqueta fantasia.....	48
Figura 18: Tag.....	49
Figura 19: Sacola.....	49
Figura 20: Caixa.....	50

LISTA DE PAINÉIS

Painel 1: Técnicas artesanais.....	24
Painel 2: Insetos.....	27
Painel 3: Público - alvo.....	41
Painel 4: Mapa da coleção 1-10.....	42
Painel 5: Mapa da coleção 10-20.....	43
Painel 6: Referência insetos.....	44
Painel 7: Cartela de tecidos.....	45
Painel 8: Referência insetos – detalhes.....	45
Painel 9: Cartela de cores.....	46

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Faixa etária.....	36
Gráfico 2: Renda mensal.....	37
Gráfico 3: Localização geográfica.....	37
Gráfico 4: Disposição de gastos com o produto.....	38
Gráfico 5: Tipos de lojas de consumo.....	39
Gráfico 6: Familiaridade do consumidor com o produto.....	39
Gráfico 7: Aceitação do produto.....	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Classe econômica pela salarial familiar.....	22
Tabela 2: Codificação.....	50
Tabela 3: Cronograma.....	66

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

SEBRAE - Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e às Pequenas Empresas.

VALS - *Value of life styles*

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas

UNESCO - Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO 1. DEFINIÇÕES E CONCEITOS PARA A REALIZAÇÃO DO TRABALHO	16
1.1 Moda.....	16
1.2 Moda masculina.....	19
1.3 Técnicas artesanais.....	22
1.4 Insetos.....	25
CAPÍTULO 2. HISTÓRICO DO PRODUTO	29
2.1 Panorama Histórico da camisa.....	29
CAPÍTULO 3. PÚBLICO-ALVO	35
3.1 Resultados da pesquisa de publico alvo.....	35
3.1.1 <i>Dados demográficos e geográficos do publico</i>	35
3.1.2 <i>Familiarização do publico com o produto</i>	38
3.2 Definição do público alvo	47
CAPÍTULO 4. COLEÇÃO INSECTA	42
4.1 tema, formas, tecidos e cartela de cores.....	43
4.2 Etiquetas.....	47
4.3 Tags e Embalagens.....	49
4.4 Fichas técnicas.....	50
CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	53
ANEXO A: VALS, consumidores	57

ANEXO B: Tradução VALS: consumidores.....	58
ANEXO C: Editorial.....	59
ANEXO D: Stand.....	64
APÊNDICE A: Pré-projeto.....	69
APÊNDICE B: Questionário aplicado.....	78
APÊNDICE C: Looks coleção.....	80
APÊNDICE D: Fichas técnicas protótipos.....	90

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo criar uma coleção de moda *tops*¹ autoral² para o público jovem masculino de classes A e B, com inspiração nas características estéticas da classe animal Insecta³, animais invertebrados que surgiram a milhares de anos, cujo universo se apresenta ricamente de elementos visuais a serem explorados, devido à diversidade de espécies, sendo possível a abrangente exploração de suas texturas, cores e formas.

Coleção, segundo Treptow (2013) é um conjunto de peças, sendo elas roupas ou acessórios que se inter-relacionam a partir de um tema condizente ao estilo do consumidor. A coleção tem por proposta apostar num visual excêntrico, trabalhando com o tema inspiração e o traduzindo em elementos diferenciais a partir de técnicas artesanais como bordados e tricô, proporcionando uma estética exclusiva, buscando atrair olhares pela diferenciação oferecida, visto através de pesquisas exploratórias que esta ramificação ainda é carente mercadologicamente.

Através das pesquisas, notou-se que os consumidores não têm uma familiaridade com esta estética que propus oferecer nas peças, chegando a uma problemática: seria possível inserir uma coleção de tops autoral com características e técnicas pouco freqüentes no mercado de moda masculino, de maneira que agrade o público jovem, tornando-se vendável em lojas do respectivo segmento? A hipótese relevante seria considerar que embora a cultura Brasileira ainda possua uma tradicionalidade em potencial, seria possível trabalhar esse aspecto de maneira sutil, tornando possível a implantação da coleção em lojas do respectivo segmento em conjunto a um trabalho de marketing, despertando o interesse de consumo e com o tempo se enraizando no mercado.

¹ Tops - no mundo da moda, constantemente ouvimos termos estrangeiros, em sua tradução original sendo aplicada em contextos específicos da área, essa situação ocorre com a palavra top, usada constantemente neste

² Autoral- relativo a autor de obra literária, artística ou científica; autoral. (HOUAISS, 2009, p.226)

³ Insecta - classe animal mais diversificada e numerosa do filo dos artrópodes, especificamente os **insetos**, animais invertebrados de corpo dividido em três tagmas (cabeça, tórax e abdômen), três pares de patas articuladas, olhos compostos e duas antenas. Seu nome vem do latim *insectum* A ciência que se dedica a estudar os insetos é conhecida como Entomologia.

Também foi possível identificar, que o mercado de moda masculina além de ser economicamente potencial, tem se mostrado em crescimento, que seu público está mais aberto a aceitação de novas propostas, e que encontram dificuldades para achar peças com algum diferencial, mas estão dispostos a adquiri-las. Portanto, esse projeto encontrando um mercado favorável e um nicho pouco competitivo, por conta de sua proposta ainda pouco explorada, que o possibilita circular no mercado de moda trazendo inovação, exploração e o resgate de técnicas artesanais em *tops* masculinos ajudando na mudança da percepção da moda masculina.

O trabalho divide-se em capítulos temáticos, o primeiro capítulo diz respeito definições e conceitos necessários para entendimento da temática, em conjunto ao segundo, que traz um panorama do produto e um terceiro capítulo que trata das definições e pesquisas de público alvo. O quarto e último capítulo da coleção, fala sobre a temática, estudo de cores e formas, mapa da coleção e contempla as fichas técnicas das peças prototipadas.

CAPÍTULO 1. DEFINIÇÕES E CONCEITOS BÁSICOS PARA A REALIZAÇÃO DO TRABALHO.

1.1 Moda

A moda é composta por fatores e contextos nos quais ela atua e pode ser analisada de ângulos diferentes. Para fins introdutórios, segundo Barnard (1996), pode-se definir o termo inicialmente por seu significado etimológico, o qual diz respeito à origem e ao desenvolvimento das palavras, a fim de extrair ou relembrar seu significado antepassado. Segundo Houaiss, moda é:

1 conjunto de opiniões, gostos, assim como modos de agir, viver e sentir coletivos; 2 o uso de novos tecidos, cores, matérias- prima etc. sugeridos para indumentária humana por costureiros e figurinistas de renomes; 3 a indústria ou comércio de roupa; 4 grande interesse fixação, mania; 5 valor que ocorre mais vezes em uma distribuição de frequência; 6 modinha; [...].(HOUAISS, 2009, p.1303)

O termo moda está atrelado a um conceito inicial popular de usualidade, algo que está em voga numa determinada região, durante um período, uma tendência adotada por uma grande parte da sociedade, mas esse termo pode ser associado a vários itens de nosso cotidiano, desde marcas de automóveis a estilos musicais, embora potencialmente se associe ao vestuário. Para Treptow (2012), moda pode ser definida como um fenômeno sociológico que necessita de seguidores que acreditem, concordem e consumam a mesma para que exista, ela divide esse fenômeno em fases, sendo eles o lançamento, consenso, consumo ampliado, massificação e o desgaste, se finalizando no descarte.

A moda passou por inúmeras alterações e transformações estéticas, durante seu processo histórico, o qual sempre esteve atrelado a mudanças sociais, políticas e culturais, desde o surgimento do termo, “no fim da idade medieval, possivelmente, no início do Renascimento, em conexão com a expansão do capitalismo mercantil” (SVENDSEN, 2010, p.22). Esse processo se acentuou após a Revolução industrial⁴,

⁴ “Foi um processo de mudança de uma economia agrária e baseada no trabalho manual para uma dominada pela indústria mecanizada. Teve início na Inglaterra por volta de 1760 e alastrou-se para o resto de mundo. Caracterizou-se pelo uso de novas fontes de energia, pela invenção de máquinas que aumentam a produção, pela divisão e especialização do trabalho, pelo desenvolvimento do transporte e da comunicação e pela aplicação da ciência na indústria. (ANHEMBI, 2010, p.2).

com o “desenvolvimento do tear mecânico (a vapor), [...] o que permitiu o crescimento da produtividade e da racionalização do trabalho” (ANHEMBI, 2017, p.2), conseqüentemente facilitando o comércio e o acesso aos tecidos.

Costuma-se dizer que não podemos falar de moda na antiguidade grega e romana no sentido em que fazemos hoje porque não havia autonomia estética individual na escolha das roupas ainda que houvesse certas possibilidades de variação. (SVENDSEN, 2010, p.22)

A facilidade de acesso à matéria- prima, bem como a cadência das mudanças dos produtos e o consumo de objetos fizeram com que a moda se tornasse transitória. Segundo Svendsen “o desenvolvimento histórico da moda foi um dos eventos mais decisivos da história mundial, porque indicou a direção da modernidade” (2010, p.25), em conjunto ao crescimento do capitalismo industrial, de modo a formar uma base para mudanças culturais rápidas. Então, pode-se entender que a moda sai do sentido simplório, etimológico e vai para uma realidade abrangente, refletindo o formato visual de uma sociedade, seu comportamento e a forma como é vista, desempenhando um papel comunicativo, segundo Barnad, uma “comunicação não-verbal”. (2003, p.49)

Esse desempenho em conjunto com a industrialização influenciou diretamente na aceleração do desenvolvimento, do aperfeiçoamento e de inovações visuais e tecnológicas da moda, a fim de atender à demanda, fruto dos anseios de se comunicar, transcendendo sua função estética e comunicando na vida coletiva. Segundo Stefani, “a imagem que o indivíduo tem de si é motivadora do consumo [...] dirigido pelo envolvimento do indivíduo em torno da adoção de produtos como símbolos capazes de expressar o auto-conceito”. (2005, p. 71)

O eu não é desenvolvido a partir de processo pessoal ou individual, mas envolve todo o processo da experiência social. O indivíduo, para elaborar seu auto-conceito, considera três diferentes visões de mundo. A real - como a pessoa se percebe -, a ideal - como gostaria de ser percebida -, e a social - como apresenta o seu eu para os outros. Os produtos são como instrumentos que ajudam a realizar o transporte do “eu real” para o “eu ideal”. (STEFANI, 2005, p. 71)

Para Lipovestky (2009), a moda terminou estruturalmente seu curso histórico e chegou ao topo do poder, remodelando a sociedade e sua imagem, agora é hegemônica, assim está “nos comandos de nossas sociedades; a sedução e o efêmero tornaram-se, em menos de meio século, os princípios organizadores da vida coletiva moderna [...]” (LIPOVETSKY, 2009, p.13).

Atualmente, a moda desempenha um papel financeiro significativo na economia nacional e mundial. Segundo o *site* Brasil econômico, um levantamento da McKinsey & Company (uma empresa de consultoria empresarial americana, reconhecida como a líder mundial no mercado de consultoria), apontou que a industrial global de moda tem uma perspectiva de crescimento, no índice de consumo e de vendas em torno de 3,5%, cerca de US\$2,4 trilhões, neste ano de 2017, um crescimento de 1% da alta do ano anterior.

O desenvolvimento têxtil, “nos últimos dois séculos, impactou o planeta de forma contundente, causando ganhos e danos à humanidade” (BERLIM, 2012, p.17), ou seja, embora contribua fortemente, na geração de empregos e no crescimento numérico da economia mundial, o consumo desenfreado da moda rápida, movida pelo curto ciclo de vida, alta demanda e baixo custo de produção, facilidade no acesso e aquisição dos produtos e seu descarte precoce dos produtos, geraram um acúmulo de resíduos descontrolado, devido a falta de planejamento do consumo e do crescimento mercadológico. Em tempos globalizados, a moda vive sob outras expectativas de consumo, evidenciando uma mudança de hábito de consumo mundial. Surge, então, uma tendência de contraposição, chamada de *slow fashion*. Para Berlim o princípio:

[...] implica que designers, comerciantes, varejistas e consumidores considerem a velocidade da natureza para produzir os recursos naturais usados na produção têxtil e a compararem com a velocidade com que estão sendo consumidos e descartados. Implica ainda em serem conscientes dos impactos da produção dos produtos sobre os trabalhadores e ecossistemas. (BERLIM, 2012, p.54)

Este movimento, além de trabalhar na conscientização dos consumidores para com o meio o ambiente em que vivem, “se posicionam contra a padronização (no caso, padronização de estilos), pois conjugam prazer no criar, inventar e inovar” (BERLIM, 2012, p.54.), se contrapõe ao consumo desenfreado e produção em massa, valorizando a diversidade e a riqueza da tradição, com a esperança de reverter este quadro ambiental sem perder sua essência.

1.2 Moda masculina

A Identidade do indivíduo contemporâneo pode ser observada de diferentes perspectivas, e uma das associações é o distanciamento e aproximação entre os gêneros. “A construção da identidade masculina percebida através das escolhas de vestuário perpassa por inúmeros campos de conhecimento, promovendo um amplo entendimento acerca do tema” (FERRAZ, 2013, p.19). A diferenciação de gênero, na indumentária, não era prioridade, foi a partir da Idade Média que se puderam perceber diferenciações entre os trajes masculinos e femininos. Para Ferraz (2013, p.19), o século XIX foi o divisor da formação de identidade de gênero, “delimitando os contornos daquilo que é tradicionalmente considerada a postura masculina tradicional, visto como uma oposição àquilo que é tipicamente feminino.” A sociedade continuou incrementando a forma de distinção até se chegar a uma divisão concreta de gênero na vestimenta.

As roupas masculinas, em seu processo histórico, transitaram por inúmeras silhuetas, a fim de ressaltar a beleza, seu *status* social, cultural ou como forma de expressar seus ideais, uma jornada fascinante e complexa. Em seu contexto geral, tomaram uma posição importante no universo da moda. Ao contrário do cenário que se enfrenta atualmente, em que aquisição de peças inovadoras de moda masculina seja difícil por conta da deficiência de propagação do *design* no mercado, há alguns séculos, via-se um cenário completamente oposto, a moda masculina era de extrema inovação e ornamentação, influenciava a moda feminina e estava no auge de tendência na sociedade.

Em seu contexto histórico, é possível encontrar um exemplo de personalidade ditadora de moda, como o rei Luis XV (figura 1), popularmente conhecido por seus trajes extravagantes, cheios de detalhes e o salto. Segundo João Braga, especialista em História da Moda, “O salto era peça exclusiva do vestuário masculino e apenas na corte de Luís XV passou a ser utilizado por mulheres”. (BRAGA, *apud*, Hoxton, 2017).

O reinado de Luis XV foi cercado de muito luxo e glamour, era através de toda essa riqueza que ele mostrava o seu poder. O rei preocupava-se muito com a sua aparência, por ter apenas 1,60 de altura o rei queria algo que o deixasse maior, então o estilista da corte desenhou sapatos com uma elevação nos calcanhares, e assim apresentou o salto alto ao mundo. [...] Tudo que o Luis XV usava era sinal de bom gosto e se espalhava rapidamente. (HOXTON, 2017, online)

Figura 1: Luis XV



Fonte: HOXTON, 2017, online⁵.

A luxúria, na vestimenta masculina, estende-se até o período que conhecemos por Rococó⁶, o ápice da extravagância e excessos. Então, entra em declínio no séc. XIX, com a formação ideológica de uma nova sociedade, “tendo como lema as palavras igualdade, fraternidade e liberdade” (SABINO, 2011, p.117), nesta época os Culotes⁷ dão espaço às calças e a casacas, compondo silhueta slim (figura 2).

Figura 2: Silhueta slim, séc. XIX.



Fonte: SABINO, 2011, p.118.

No século XIX, encontramos outra grande figura masculina ditadora de moda, exemplo dessa elegância sutil propagada, conhecida por estilo Dândi, George Bryan Brummell - influenciou os homens de sua época a usarem roupas de corte simplista incrementadas com golas, gravatas e laços (figura 3). “O famoso dândi britânico,

⁵ Disponível em: <<https://hoxtonsp.wordpress.com/2012/05/29/luis-xiv-e-as-suas-extravagancias/>>. Acesso em maio de 2017.

⁶ Derivada do francês *rocaille* e se refere a um conjunto de pedras e conchas. O estilo sucedeu ao Barroco, delineou-se primeiramente nas artes decorativas e só depois se estendeu à pintura, escultura, arquitetura e à moda. Seu repertório ornamental é caracterizado pelas curvas em S, cores claras, dourados e motivos inspirados na natureza, como pássaros, flores, conchas, animais e vegetação. (SABINO, 2011, p.100).

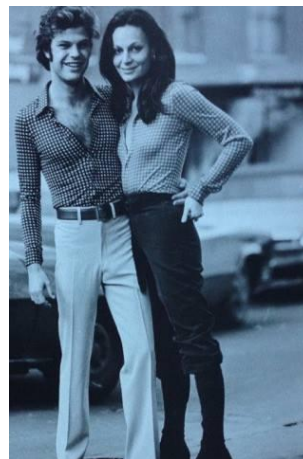
⁷ Do inglês *beeches*, que eram calças mais curtas, fechadas na altura dos joelhos ou um pouco mais abaixo deles, (SABINO, 2011, p.119).

apelidado de Beau Brummell, usava cartolas, gostava de casacas azul marinho, camisas brancas e calças claras.” (SABINO, 2011, p.119).

Figura 3: Dândi George Bryan Brummell. Figura 4: Casal com calça e camisa.



Fonte: PANOVESTIDO, 2017⁸.



Fonte: SABINO, 2017, p.248.

A partir do séc. XX, as peças do vestuário masculino migram descaradamente ao guarda-roupa feminino (figura 4), os terninhos, as calças e camisas, unificando em questões de gênero o uso das peças. Segundo Ferraz (2013), em meados do séc. XX, a rigidez do modelo de identidade masculina passa a ser questionada, a partir desse momento não existe um único modelo referencial a ser seguido, “as referências se tornaram multifacetadas, dando origem a identidades também múltiplas” (FREITAS, 2013, p.20). Com essa unificação, a moda masculina entra em declínio de estilo, de inovações, chegando ao que se encontra hoje, um visual padronizado: shorts e camisetas para lazer, jeans com camisas para ocasiões mais descontraídas e ternos de três ou quatro peças para formalidades.

O fim da barreira de identificação de gênero, na roupa, segundo Vasone (2016), é o assunto mais pulsante da moda atual, e teve um pioneiro há mais de quarenta anos, na década de 70, David Bowie (figura 5), um dos nomes mais importantes da música mundial. A androginia⁹ de Bowie, sua liberdade em misturar cores e estampas, de abusar das peças masculinas e femininas, daram virilidade às

⁸ Disponível em: <<https://panovestido.wordpress.com/2012/01/20/george-bryan-brummel/>>. Acesso em maio de 2017.

⁹ É uma qualificação dada ao indivíduo que possui aparência e comportamentos duvidosos entre o masculino e o feminino, é um indivíduo que não se enquadra nem no papel de homem nem de mulher. Um andrógino é muitas vezes identificado como pansexual (atração por todos os sexos) ou assexual (indiferença à prática sexual). (SIGNIFICADOS, 2017, online.)

mais coloridas maquiagens e suas roupas justíssimas ao corpo contribuíram como inspiração na década, e na moda atual.

Figura 5: David Bowie.



Fonte: VASONE, 2016, online¹⁰.

As roupas unissex, plurissex, *gender-bender*, agênero ou andróginas são a sensação do momento. No ano de 2016, algumas marcas brasileiras investiram nessa proposta, como *Youcom*, *Trend* e *Pair*, inclusive uma das grandes *magazines*, a *C&A*, lançou no mesmo ano, uma coleção sem gênero, a qual vem tomando força na sociedade atual, resgatando, de certa forma, uma referência primitiva, unificação dos gêneros na indumentária.

1.3 Técnicas artesanais

As técnicas artesanais estão inseridas em várias áreas de conhecimento, no *design*, na arquitetura, porém, neste projeto, abordaremos sua relação com o vestuário. Técnicas artesanais são um conjunto de procedimentos que se utilizam de matérias naturais ou de uma produção manual, estão ligadas à origem do homem e à sua necessidade de produzir bens úteis e seus adornos, expressando sua capacidade intelectual criativa em forma de trabalho, e se mantiveram fortemente presente em seu cotidiano até a revolução Industrial, quando a mecanização otimizou os processos e passou a desvalorizar o artesanal.

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente a mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual

¹⁰ Disponível em: < <http://fw.uol.com.br/noticias/moda/dez-legados-de-david-bowie-na-musica-e-na-moda-que-permanecem-entre-nos/> > Acesso em junho de 2017.

permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com o uso de matérias primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólica e significativa de ponto de vista social. (MAOS *apud* UNESCO, 1997, online.)

Opondo à mecanização, em meados do séc. XIX, o design têxtil William Morris funda e lidera o movimento *Arts and Crafts*, “que defende o artesanato criativo como alternativa à mecanização e à produção em massa [...] busca revalorizar o trabalho manual” (ITAU CULTURAL, 2017), esse ideal passa a inspirar a criação de outras associações com base na intervenção direta de Morris, mas não consegue conter a produção massificada.

Segundo Tidey (2017), em 1990, os ofícios manuais passam por um renascimento global, incentivado pela combinação das técnicas artesanais, criando novas propostas. Atualmente, o artesanato voltou ter prestígio e importância. Para Tidey (2016), vivemos num mundo globalizado em que a moda ocupa um alto nível de massificação com o *fast-fashion*¹¹ e a produção chinesa, o que, de certa forma, reverte o acontecimento do passado e tem valorizado o fazer manualmente, a partir da criação de peças diferenciadas, opondo-se à massificação.

Os consumidores, cada vez mais, têm buscado peças diferenciadas e, assim, as técnicas de trabalhos manuais atuam para agregar valor à moda artesanal, que se contrapõe à uniformização dos produtos e confere originalidade e identidade aos itens deste segmento. (TIDEY, 2017, p.1.)

As técnicas artesanais mais utilizadas, no vestuário, são: o crochê - trabalho com uma agulha especial terminada em gancho e que produz um trançado semelhante ao da malha ou da renda; tricô - entrelaçamento de fios feito à mão, com agulhas especiais; rendas - tecido transparente de malha aberta, fina e delicada, que forma desenhos variados com entrelaçamentos de fios, existem dois tipos de rendas: a de bilro¹² que é executada com a ajuda de alfinetes, e a de agulha que é tramada a partir de uma ou mais agulhas; e os bordados - forma de criar desenhos e figuras

¹¹ Em português significa moda rápida, é o termo utilizado para designar a renovação constante das peças comercializadas no varejo de moda. O conceito surgiu, no final dos anos 1990, como expressão utilizada pela imprensa para identificar a atualização cada vez mais veloz dos produtos de moda nas grandes redes varejistas. Nos últimos anos, diversas lojas de departamento aderiram ao sistema *fast fashion*, o que popularizou o termo no Brasil. (SEBRAE, 2017, online)

¹² Peça de madeira, metal etc., similar a um fuso, us. para fazer rendas em almofada própria. (HOUAISS, 2009, p.290)

em um tecido, utilizando diversos tipos de ferramentas como agulhas, fios ou pedrarias.

Painel 1: Técnicas artesanais



Fonte: autoria própria – coleta de imagens da internet.

Esteticamente, as peças proporcionam um aspecto natural, delicado e com uma série de texturas. “Até pouco tempo atrás, crochês, rendas, bordados e afins eram vistos exclusivamente como sinônimo de roupas despretensiosas [...] e dificilmente entravam, no guarda-roupa do dia a dia urbano”, (MARTINI, 2017, online). Segundo Carvas (2017), embora estejam em alta, existe uma grande deficiência de profissionais que realizem esse tipo de trabalho, pois as mudanças comportamentais, como a retração do mercado de moda, e a mão de obra barata colaboraram para o desprezo da produção artesanal, e essas técnicas foram esquecidas.

O número de artesãos, na indústria da costura, está mesmo diminuindo porque, se por um lado os mais velhos estão se aposentando, os mais novos preferem os holofotes das passarelas ao anonimato dos ateliers. Em 1920, havia cerca de 10 mil bordadeiras na França. Hoje, estima-se que sejam apenas 200. (CARVAS, 2017, online)

Tais aplicações são comumente vistas, no guarda-roupa feminino, geralmente produtos ligados à alta costura ou à moda festa, porém tal utilização, no universo masculino, foi extremamente comum em séculos passados. Segundo Barros:

[...] antes da revolução industrial, as roupas e a imagem dos homens eram extremamente adornadas e continham muitos elementos ditos hoje como femininos como, por exemplo: laços, saltos e perucas. Com a revolução industrial e o trabalho na cidade e fábricas, os homens precisavam de mais mobilidade e

liberdade nos movimentos, o que fez com que as roupas masculinas fossem simplificadas. (BARROS, 2017, online)

A tendência artesanal tem se mostrado, nos últimos anos, “na última temporada de desfiles nacionais de verão, os materiais rústicos assumiram lugar de destaque, nas passarelas em *looks*, carregados de elegância e sofisticação [...] as marcas apostaram em matérias-primas como a rafia, o crochê e a renda em suas criações”. (MARTINI, 2017, online)

Figura 6 e 7: Balmain Paris



Fonte: Pinterest, 2017¹³.

Na Semana de Moda de Londres, Milão e Paris para o inverno masculino 2017/2018, marcas como Balmain, Gucci, Dolce & Gabbana, Dior e Mc Queen (figuras 6 e 7), apresentaram essas características em suas coleções masculinas, enriquecendo o *design* masculino que vinha sendo esquecido, trazendo tendências, exclusividade e diferenciação.

1.4 Insetos

Insecta é o nome científico da classe animal insetos, do latim *Insectum*. O insetos são animais invertebrados, ou seja, não possuem coluna vertebral, que forma uma grande classe dentro do filo dos artrópodes (do grego *árthron*, ‘articulação’ + *podós*, ‘pé’), o maior grupo dentre todos os animais, cada espécie de inseto forma outros grupos menores dentro dessa classe de acordo com características comuns. “São animais pequenos com esqueleto externo e corpo

¹³ Disponível em: < <https://br.pinterest.com/pin/320248223487756175/>> Acesso em outubro de 2017.

dividido em três partes bem definidas, a cabeça, o tórax e o abdômen” (TLACA, 1995, p.8), se diferenciam dos outros artrópodes pelo número de pares de pernas, ao todo são três pares (figura 8).



Fonte: BIOLOGIANET, 2017 ¹⁴.

As características físicas como cores, formas, estrutura e hábitos alimentares se modificaram ao longo dos séculos. Essas modificações, dadas também como evolução, segundo Tacla (1995) lhes permitiram adaptar-se e habitar vários ambientes. Registros fósseis apontam que suas origens passam de 250 milhões de anos, “com mais de 900.000 espécies distintas” (BIOLOGIANET, 2017, online), e “a cada ano, especialistas identificam dezenas de novas espécies, se tornando uma fonte de estudos inesgotável” (TACLA, 1995, p.7).

As cores dos insetos apresentam funções diversas, seja de atração da própria espécie ou retração de predadores. Tacla (1995) afirma que suas cores são frutos de substâncias químicas no tegumento, como restos de substâncias alimentares, ainda complementa dizendo que há relatos e estudos afirmando que insetos de coloridos forte possuem substâncias nocivas ou de sabor desagradável ao paladar dos predadores, agindo como uma forma de retração e defesa.

Os pigmentos podem ser pretos, vermelhos amarelos ou alaranjados, ou podem se combinar originando outras cores, como o castanho, verde ou roxo. Certos insetos apresentam ainda, cores brilhantes, metálicas devido a estruturas de seu tegumento¹⁵, como escamas,

¹⁴ Disponível em: <<http://biologianet.uol.com.br/zoologia/insetos.htm>>. Acesso junho de 2017.

¹⁵ São as partes externas do corpo dos seres humanos como peles, unhas. Atua na proteção do corpo humano contra fatores externos, ajuda na regulação da temperatura do corpo humano; eliminação de substâncias que não são mais úteis ao organismo, principalmente através do suor; absorção de algumas substâncias do meio externo; atua na produção da Vitamina D; possibilita o ser humano sentir a temperatura ambiente, dores e outras sensações. (TODABIOLOGIA, 2017, online)

espinhos, placas e pelos, que refletem ou difratam a luz, dando esse efeito. (TACLA, 1995, p.11)

Outro fator importante relacionado à cor dos insetos é sua capacidade de mimetismo, que “é a capacidade que alguns animais têm de tomar a cor e a configuração de elementos do meio em que vivem ou mesmo de outros animais” (TACLAS, 1995, p.12), esse fenômeno é super importante para o fator proteção ou caça, pois o inseto adquire uma capacidade de camuflagem sendo difícil identificá-lo por seus predadores ou presas.

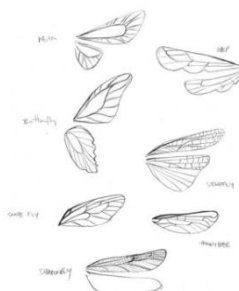
Painel 2: Insetos



Fonte: Autoria própria - seleção de imagens de internet.

As asas (figura 9) são uma característica marcante nos insetos, embora algumas espécies não as possuam, elas “são muito finas e têm inúmeras nervuras que lhes dão sustentação, como varetas de pipa” (TACLA, 1995, p.14). Insetos apresentam de duas a quatro asas, seu número de batimento varia a cada tipo de asa.

Figura 9: Asas de insetos



Fonte: Pinterest, 2017¹⁶.

¹⁶ Disponível em: < <https://br.pinterest.com/explore/asas/?lp=true>>. Acesso em junho de 2017.

A alimentação dos insetos baseia-se em plantas, tecidos e excreções de outros animais, inclui animais e vegetais mortos, “e está relacionada à forma do aparelho bucal, que pode ser de três tipos: mastigador, sugador e lambedor”. (TACLA, 1995, p.19). Os insetos fazem parte do ecossistema, são essenciais para o equilíbrio da natureza, mas, em geral, só costumam ser notados quando representam uma ameaça ou um dano. Algumas espécies podem transmitir doenças ao ser humano, aos animais e às plantas; outras destroem anualmente cerca de 15% das reservas mundiais” .(MOUND, 1991, p.60)

Neste trabalho, a temática inseto será utilizada como fator primordial de inspiração na coleção a ser desenvolvida. O tema foi escolhido por conta da gama de espécies, conseqüentemente a amplitude de cores, texturas e formas que podem ser exploradas. As mesmas serão convertidas em recortes, cartela de cores e aplicações, sendo essas aplicações através de técnicas artesanais, como bordados.

CAPÍTULO 2. HISTÓRICO DO PRODUTO

2.1 Panorama histórico da camisa.

Neste capítulo será introduzido um panorama histórico do produto central deste trabalho, a camisa, pois partindo de sua base estrutural será desenvolvida uma coleção autoral. Durante as pesquisas foram encontradas lacunas temporais, pois a camisa por séculos foi utilizada como roupa de baixo, estando sempre sobreposta, e não recebia um olhar analítico e detalhado.

Para fins introdutórios, seu significado etimológico segundo Houaiss:

1 VEST peça de roupa de mangas longas ou curtas que cobre o tronco de uma pessoa, ger. Fechada na frente por meio de botões 2 VEST blusa feminina 3 qualquer peça, material ou tecido que constitui ou serve de envoltório, invólucro, revestimento ou proteção a algo [...]” (HOUAISS, 2009, p.378)

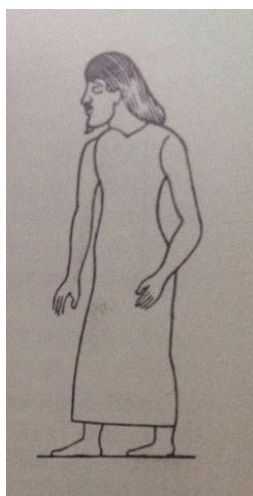
As camisas são um item essencial no guarda roupa masculino, possuem uma vasta diversidade de cores, detalhes e tecidos, formando *looks* casuais despojados, ou ainda na configuração de trajés formais de três ou quatro peças, contudo, ela nem sempre teve esse formato o qual conhecemos atualmente, é fruto de séculos de transformações e adaptações.

Desde a pré-história, “de acordo com a Ciência, o *Homo sapiens*, a primeira espécie semelhante ao homem atual” (SABINO, 2011, p.23) cobre seu corpo com folhagens e pele de animais, como um fator de proteção às adversidades climáticas encontradas em seu deslocamento na busca de alimentação e sobrevivência. A partir de então, foram desenvolvendo sua capacidade intelectual e construindo suas próprias ferramentas para enfrentar essas adversidades e sobreviver, formando as primeiras civilizações mesopotâmicas, “onde se encontram registros dos primórdios da tecelagem, constituindo uma base de linho e lã para suas vestimentas” (SABINO, 2011, p.31).

Segundo Kohler (2011), a primeira indumentária que vemos, na história, que se assemelha ao formato da camisa era o *kalasiris* (figura 10), uma espécie de túnica longa costurada nas laterais, podendo ter ou não a presença de mangas usada pelos egípcios a partir do Novo Império. Inicialmente, as túnicas tinham formatos retangulares, sem muitos detalhes ou nenhum, confeccionadas num tramado de fibras naturais de linho ou lã. Com o passar dos séculos, elas foram se

ornamentando chegando ao ápice no Império Bizâncio, naquela época, “a indumentária imperial [...] consistia numa estola de seda branca ricamente ornamentada com ouro no peito e nos ombros” (KOHLER, 2011, p. 143). Por conta desses detalhamentos, por fins higiênicos, utilizavam uma versão mais simples por baixo, a qual Kohler denomina de túnica simples, evitando que essas peças de difícil lavagem ficassem em contato com o corpo, aumentando o tempo de uso entre lavagens. Esse costume, perdurou até meados do século XIX.

Figura 10: Kalasiris costurado



Fonte: KOHLER, 2011 p.61.

Aproximadamente, no ano 1000 d.C., na Alemanha, “os homens começam a utilizar uma peça de linho bem ajustada ao corpo por baixo da túnica – feita geralmente de lã e, com freqüência de seda” (KOHLER, 2011, p. 67), como uma segunda pele, sobreposta por uma casaca em combinação com meias de lã, a qual denominava-se por camisa. As túnicas foram se ajustando e perdendo seu comprimento até estarem totalmente sobrepostas à casaca ou sobreveste, em meados do séc. XIII.

Paralelamente á essa evolução das túnicas longas até seu encurtamento no séc. XIII, segundo Kohler (2011), têm-se registros do uso de túnicas curtas, antes do séc. XII, chamadas de camisa ou bata, em 700 a.C, nas civilizações Cita. As batas eram usadas em composê com calças compridas de lã e casacas, “confeccionadas em couro curtido costurada com tiras estreitas de couro nas laterais” (KOHLER, 2011, p. 94).

À medida que essas túnicas ou camisas como denominavam foram se tornando mais justas ao corpo a fim de acentuar as curvas masculinas, surge à necessidade de uma abertura para serem vestidas. Então, no período gótico, conhecido também como baixa Idade Média, data-se o surgimento do abotoamento, usado no vestuário feminino quanto no masculino. “Inicialmente os botões eram vendidos por joalheiros, até que leis santuárias foram criadas com a intenção de restringir seu uso, considerado então um luxo” (Sabino, 2011, p.69). Porém, foi, somente em 1871, que “Brow, David & Co, um fabricante de camisa inglês registrou a primeira camisa masculina com a frente abotoada de cima até em baixo” (KOPKINGS, 2013, p.88).

Ainda relacionado à abertura das camisas, Kohler (2011) complementa, dizendo que, no início do séc. III d.C, no noroeste da Alemanha, da Holanda e da Dinamarca, já se tinham registros da abertura dessas batas, confeccionadas ainda em couro e, posteriormente, em tecidos de fibras.

“As batas, lisas ou listradas, eram enfeitadas com debrum feito de fio tingido. Essas batas em forma de camisa tinham uma abertura no peito e desciam até os joelhos. Podiam ser vestidas pela cabeça ou costuradas em um dos ombros e presas, no outro, por um broche ou fivela. Só muito mais tarde apareceram as batas com mangas longas. [...] feitas em tecido diferente daquele do restante do traje [...]”.(KOHLENER, 2011, p. 150)

No período da renascença, entre os séculos XV a XVI, surgem os acessórios de pescoço, conhecidos por rufos (figura 11), uma gola separada, “engomada e plissada, e colocada em torno do pescoço. Sua função era a de proteger o resto da roupa de restos de comida” (MODA HISTÓRICA, 2017, online). Competitivamente eles passaram a demonstrar sinal de riqueza e, no período barroco, tomaram proporções gigantescas. Os rufos foram desaparecendo gradativamente, sendo substituídos por uma espécie de gola caída (figura 12), depois em “colarinhos de renda sobrepostos e, mais tarde, em plastrons”¹⁷ (HOPKINGS, 2013, p.88). Por fim, “as camisas amplas com colarinho alto passaram a ser complementadas com a gola dobrada” (HOPKINGS, 2013, p.88)

¹⁷ Um lenço quadrado de gaze, musselina ou seda, dobrado em forma de tira e enrolados em volta do pescoço (SANA, 2017, online)

Figura 11: Rufos



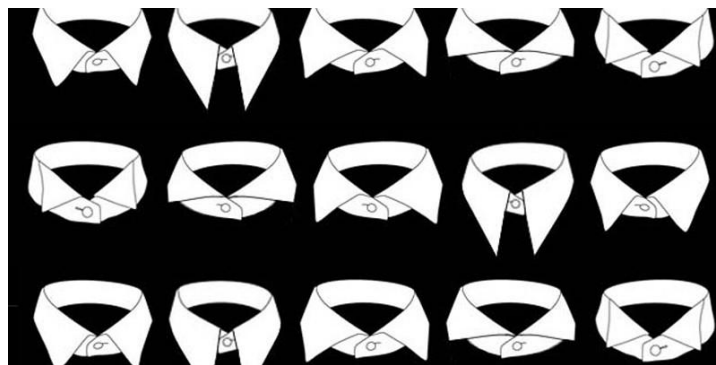
Figura 12: Gola caída



Fonte: SANA, 2017, online¹⁸.

As camisas que estavam totalmente ocultas às casacas começam a aparecer timidamente, pelos punhos e pelas golas que ultrapassavam as extremidades ou pelas aberturas e transpasse frontal das casacas. Segundo Hopkings (2013) a formalização do quanto a camisa podia aparecer era definido em grande medida pelo corte e pelo modelo do colete e ou do casaco sobreposto, e seu nível de formalidade ditada pelo colarinho (figura 13).

Figura 13: Tipos de colarinho.



Fonte: GRAFINALLI, 2017, online¹⁹.

O colarinho é uma das principais características da camisa; ele ajuda a definir seu estilo. Os colarinhos destacáveis são geralmente reservados para trajes de noite, formais. Neste caso são altos ou bicudos, como alternativa ao colarinho dobrado. Os formatos de colarinho para o dia estão mais sujeitos a tendências da moda e às variações de estilo, mas em geral incluem os descritos a

¹⁸ Disponível em: < <http://www.lilianpacce.com.br/tag/semana-de-moda-de-milao/>>. Acesso em junho de 2017.

¹⁹ Disponível em: < <http://www.granfinalle.com.br/guia-basico-do-colarinho/>>. Acesso em junho de 2017.

seguir:clássico dobrado, curto, com alfinete, com presilha, bicudo e abotoado.” (KOPKINS, 2013, p.90)

As camisas “foram evoluindo de acordo com as necessidades práticas e vaidades do homem” (DUDALINA, 2017, online), podendo ser observado, na história da indumentária masculina ao longo dos séculos, tornando-se totalmente aparente. A peça se popularizou como vestuário superior, tornando-se um símbolo e referência da juventude masculina, alcançando o guarda-roupa feminino, e “os estilistas continuam explorando essas formas, buscando inspiração em outras culturas e na desconstrução da peça” (DUDALINA, 2017, online).

No Brasil, tem-se um grande exemplo de excelência no ramo de camisaria, a empresa Dudalina. Criada pelo casal Rodolfo Francisco de Souza Filho (mais conhecido pelo apelido de Duda) e Adelina Clara Hess de Souza, na pequena cidade de Luís Alves, a empresa leva esse nome, desde 1987, e sinônimo de perfeição. Possui quatro marcas que abrangem públicos diferentes: a Dudalina – com modelos clássicos de origem italiana, a Dudalina feminina – criada exclusivamente para mulheres sofisticadas e que anseiam por um caimento perfeito, a Individual – mistura elegância e modernidade a fim de vestir um homem contemporâneo e único (figura 14) e a Base – com peças para momentos de lazer unindo conforto e originalidade.

Figura 14: Camisa Dudalina



Fonte: DRINKDEESTILO, 2017²⁰.

A partir de 2006, com a grande experiência no design, e a união das marcas (DUDALINA, INDIVIDUAL e BASE), foi criada a rede de lojas DUDALINA CONCEPT. Em 2007 - camisetas e polos em malha

²⁰ Disponível em: <<http://drinkdeestilo.com.br/historia-da-marca-dudalina/>>. Acesso em junho de 2017.

começaram a ser produzidas, 2009 - primeiro perfume masculino da marca e uma linha de sapatos. (DRINKDEESTILO, 2017, online)

O processo da confecção de uma camisa leva várias etapas, pois é constituído de várias partes, como colarinho²¹, gola²², pala²³, carcela²⁴, punho²⁵, bolsos, além da série de aviamentos, como botões, broches, forros de bolsos, viés, entretelas e outros. Atualmente, existem inúmeras empresas e confecções do ramo, com maquinários de altíssima qualidade que otimizam esse processo, visto que, antigamente, sua confecção dava-se totalmente artesanal.

²¹ Gola de tecido, ligada ou cosida a camisa, ao redor do pescoço. (HOUAISS, 2009, p.491)

²² Parte da roupa que cinge o pescoço ou está junto dele. (HOUAISS, 2009, p.976)

²³ Parte da frente ou costas da camisa que fica abaixo do decote ou gola, geralmente em tecido diferente ou enfeites. (HOUAISS, 2009, p.1413)

²⁴ Tira de pano que, com asas, que se cose a uma das bandas do vestuário, para ligar-se à banda onde estão os botões, abotoando de forma que estes não fiquem expostos. (HOUAISS, 2009, p.402)

²⁵ Tira de tecido dobrado, às vezes entretelada, que termina as mangas longas de camisa, blusas ou vestidos e cujas pontas se abotoam contornando o pulso. (HOUAISS, 2009, p.1578)

CAPÍTULO 3. PÚBLICO ALVO

O direcionamento do público-alvo é de fator primordial no planejamento de uma coleção, ele pode determinar a temática, materiais, precificação, entre outros elementos extremamente importantes no processo criativo. Ter essa definição também ajuda na estruturação dos objetivos comerciais e de *marketing*.

Segundo Treptow (2013), público-alvo é um grupo de consumidores em potencial que se concentram em seu projeto ou seus esforços. Existem inúmeros públicos-alvo e para entendê-los melhor é necessário dividi-los, agrupando as pessoas conforme suas características em comum sejam elas demográficas, psicográficas, geográficas ou comportamentais.

A coleção sugere a implantação de um novo *design* para moda *top* masculina, portanto, seria destinada a um perfil de compradores dispostos a aderir a essa nova proposta. Para estudo do público, foi realizada uma pesquisa quantitativa com 149 homens de um grupo estratégico, no *Facebook* “Moda masculina”, aplicado por um site *on-line* de pesquisa - *Survio*: site grátis para a montagem de questionários de estudos, num nível de confiabilidade de 95% e erro amostral de 8%.

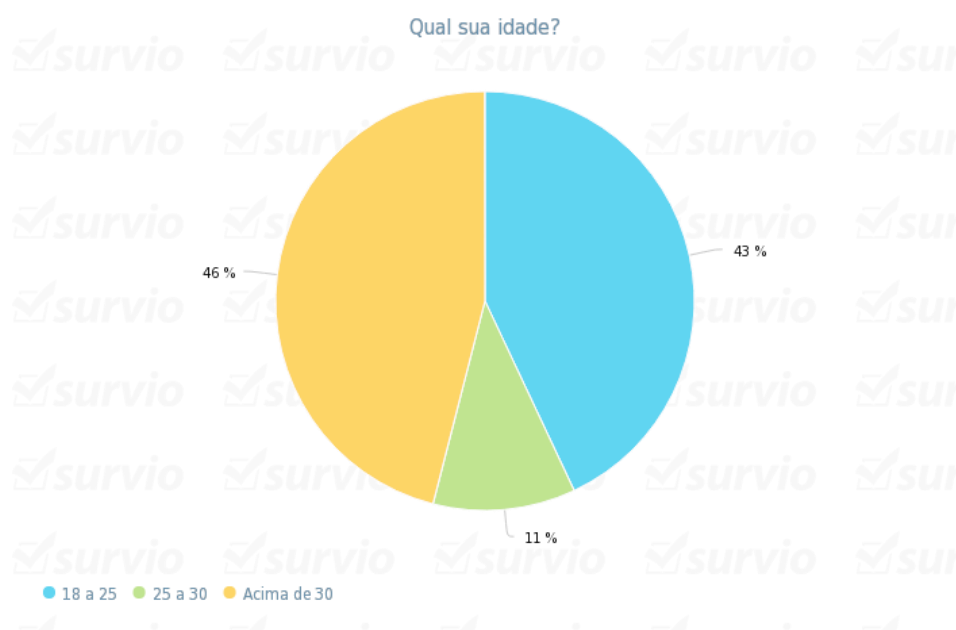
3.1 Resultados da pesquisa de público- alvo.

Por meio da pesquisa direcionada ao público masculino, pode se constatar fatores relevantes, iniciando pelas características demográficas e geográficas, formulando gráficos, que auxiliaram na interpretação dos resultados obtidos.

3.1.1 Dados demográficos e geográficos do público.

Foi detectado que, do público que se prontificou a responder o questionário, a sua maioria possui faixa etária acima de 30 anos totalizando uma porcentagem de 46%, logo em seguida, os de faixa etária de 18 a 25 com 43%, e os da faixa de 25 e 30 anos assumindo os 11% restantes (gráfico 1) . Sendo essas duas faixas etárias (acima de 30 e 18 a 25 anos) de porcentagens potenciais distintas, de juventude e maturidade, pode-se concluir previamente que o interesse no produto que propomos oferecer independe do fator idade.

Gráfico 1: Faixa etária



Outro dado analisado foi a renda média mensal familiar, sua situação econômica perante a sociedade (gráfico 2). A partir dessa informação, pode se classificar esses consumidores em classes econômicas determinadas, de acordo com IBGE (tabela 2). Foi possível perceber uma divisão econômica dos consumidores bem acirrada entre as classes B (31,1%), C (28,9%) e D (31,1%), atingindo 91,1% e, em minoria, a classe E, com 8,9%.

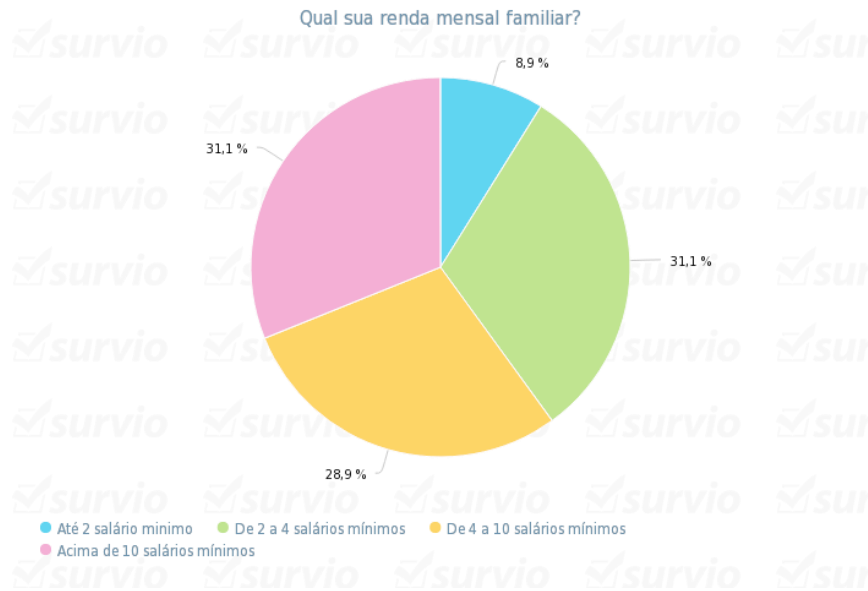
Tabela 1: Classe econômica pela salarial familiar.

- Classes sociais de pesquisas do IBGE, sendo de 2010, base do salário mínimo R\$788,00.

CLASSE	SALÁRIOS MÍNIMOS (SM)	RENDA FAMILIAR (R\$)
A	Acima 20 SM	R\$ 15.760,01 ou mais
B	10 a 20 SM	De R\$ 7.880,01 a R\$ 15.760,00
C	4 a 10 SM	De R\$ 3.152,01 a R\$ 7.880,00
D	2 a 4 SM	De R\$ 1.576,01 a R\$ 3.152,00
E	Até 2 SM	Até R\$ 1.576,00

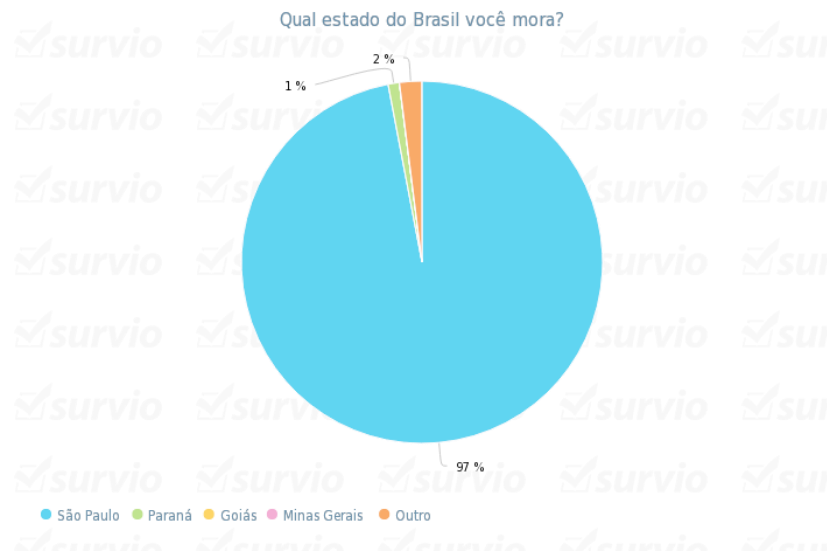
Fonte:IBGE, 2017.

Gráfico 2: Renda mensal.



Fonte: Survio, 2017.

Gráfico 3: Localização geográfica.



Fonte: Survio, 2017.

No estudo, também foi possível analisar a localização geográfica potencial dos possíveis consumidores (gráfico 3), estando em predominância localizados no estado de São Paulo, com 97%, e Paraná 1%. Entretanto, foi disponibilizada a opção “outros” onde no questionário era possível inserir seu estado manualmente

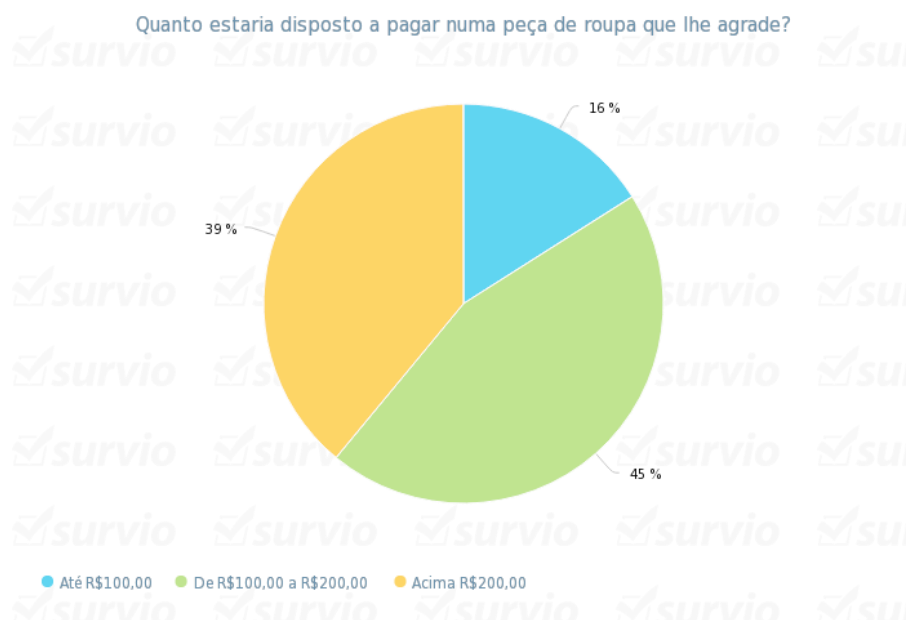
caso não estivesse em nenhuma das opções, totalizando um percentual de 2% divididos entre os estados de Rio de Janeiro e Espírito Santo.

3.1.2 Familiarizações do público com o produto oferecido

Além dos aspectos geográficos e demográficos, notamos a necessidade de saber sobre a familiarização, disposição com gastos (gráfico 4) e aspectos estéticos (modelagem) partindo do consumidor para com o produto oferecido, fatores que implicam diretamente na precificação, e delimitam os processos criativos. O objetivo é garantir um orçamento aproximado ao da expectativa da disposição de gasto do consumidor, tornando o produto vendável.

A maior porcentagem dos entrevistados, 45%, dispõe-se a gastar de R\$100,00 a R\$200,00 em cada peça, em seguida, mediando a estatística máxima, 39% se dispõe a gastar acima de R\$200,00 em uma peça, e 16% dispõe seu gasto a uma margem de até R\$100,00 por peça.

Gráfico 4: Disposição de gastos com o produto.

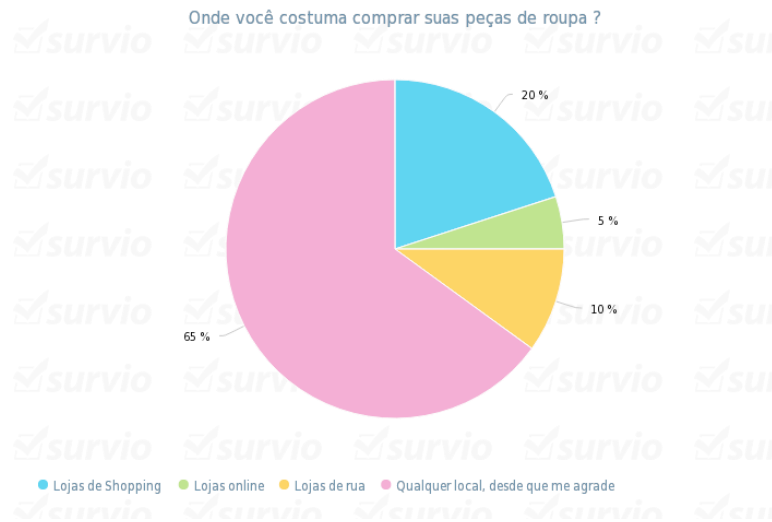


Fonte: Survio, 2017.

Um fator considerável analisado é o local de compra dos consumidores (gráfico 5). Em sua maioria, totalizando 65%, não possui uma fidelidade, ao modelo de loja, compram em qualquer local desde que o produto lhe traga satisfação. E, em

seguida, pontuando 20% compram comumente em *shoppings*, 10% em lojas de rua e apenas 5% *on-line*.

Gráfico 5: Tipos de lojas de consumo.



Fonte: Survio, 2017.

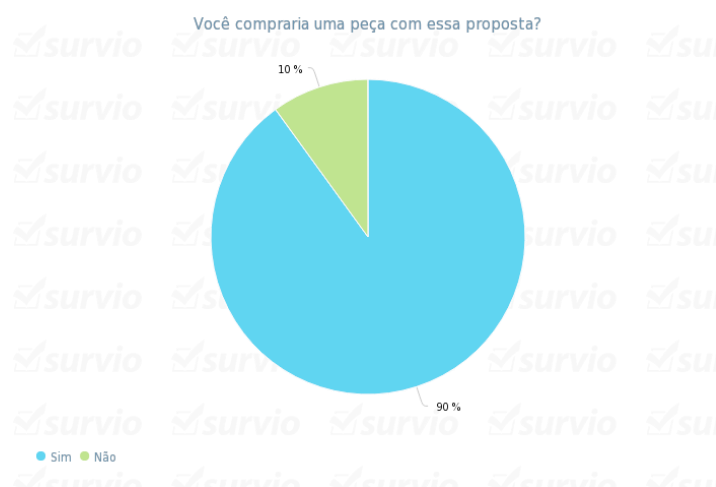
Uma questão levantada de suma importância é a familiaridade do público com o produto que pretendemos oferecer no mercado de moda masculina (gráfico 6). Foi possível visualizar que a grande maioria dos internautas não conhece nenhuma marca que possua uma proposta artesanal, na moda masculina, identificando uma deficiência mercadológica atual no ramo, pois apenas 4% já tiveram algum contato ou conhecem.

Gráfico 6: Familiaridade do consumidor com o produto.



Fonte: Survio, 2017.

Gráfico 7: Aceitação do produto.



Fonte: Survio, 2017.

Por meio dessa questão, foi levantada outra pergunta, envolvendo a opinião dos internautas sobre o interesse de consumo e aceitação da novidade, já que, em sua maioria, não conhecem esse tipo de produto. Constatando uma aceitação da maioria 90% dos entrevistados e rejeição de 10% - concretizando que seria viável a confecção da coleção pelo nível de aceitação.

Para finalidade meramente criativa e de gostos particulares dos consumidores, perguntamos sobre o *shape* preferido dos internautas, o que mais lhe agrada ou conforta, e obtivemos um resultado indeferido entre as duas opções dadas, em que 49% preferem uma modelagem tradicional (reta) e 51% uma modelagem slim (mais ajustada). Tendo esses resultados bem aproximados, seria interessante mesclar ambas as modelagens, na coleção, tendo uma possibilidade mais certa de agradar a uma maioria.

3.2 Definição do público-alvo

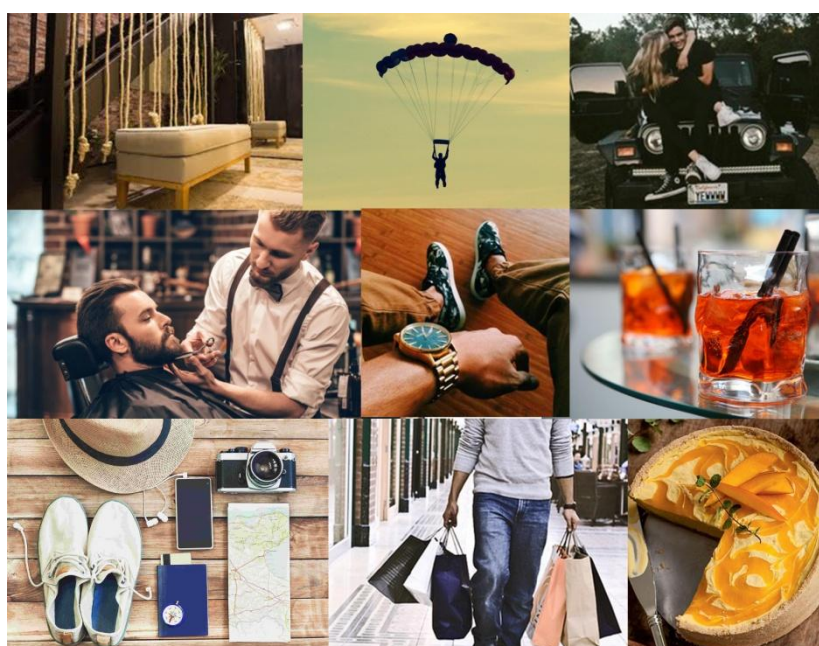
A partir dos gráficos analisados, foi possível fazer considerações e escolhas sobre o perfil do público-alvo que fossem mais favoráveis ao âmbito comercial, mas que ainda assim conversassem com a essência da identidade visual da coleção que será desenvolvida.

Após o estudo dos gráficos, traçamos um perfil com as características sólidas do consumidor da coleção, tendo em vista que essa peculiaridade não impede que

outros perfis de consumidores se identifiquem com alguns produtos e/ou os adquira. O perfil traçado é de um público jovem, com idade entre 18 a 25 anos, que reside entre a região sudeste do país, mais especificamente, no estado de São Paulo, transitando economicamente entre classe B e C (renda familiar entre 4 a 10 salários mínimos, segundo IBGE).

Outra maneira de traçar as características desse consumidor seria analisando o âmbito pessoal, seu estilo de vida. Essa análise foi realizada através da exploração dos possíveis consumidores em suas redes sociais, durante a aplicação dos questionários. Para essa definição, foi utilizada a ferramenta VALS (*Value of life styles*), que define esses consumidores por seus valores e estilo de vida, o qual estende o consumo de bens e serviços além da idade, renda e educação, abrangendo traços psicológicos em conjunto com a demografia, conforme é possível verificar no ANEXO A e B deste trabalho. Segundo VALS, os consumidores alvos em potencial seriam os experimentadores, consumidores jovens, entusiastas e impulsivos, são abertos às novas possibilidades, procuram variedade, excitação e o excêntrico. Sua energia é focada geralmente em exercícios físicos, esportes, recreação ao ar livre e atividades sociais. São consumidores ávidos que gastam uma proporção relativamente alta em moda e socialização, seu potencial de compra reflete ênfase em produtos de bom aspecto, descolados e com estilo.

Painel 3: Público-alvo



Fonte: Autoria própria - seleção de imagens da internet.

CAPITULO 4. COLEÇÃO INSECTA

A Coleção Insecta, trata-se de uma coleção com 20 *looks* (disponível em APENDICE C) de *tops* masculino, Outono/Inverno 2018, voltada para o público jovem de classes A e B, inspirada nas características estéticas da classe animal *Insectum*, com aplicações artesanais e modelagens em formas diferenciadas, visto que conforme pesquisas realizadas há certa dificuldade para encontrar esse tipo de produto no Brasil. A coleção será desenvolvida a fim de atender a atual necessidade desse público de se interar com uma moda diferenciada, rica em detalhes e técnicas.

Painel 4: Mapa da coleção 1-10.



Fonte: autoria própria.

Painel 5: Mapa da coleção 10-20.



Fonte: autoria própria.

4.1 Tema, formas, tecidos e cartela de cores

O tema da coleção pode surgir de qualquer fonte, desde que o “designer transforme esse elemento inspirador em uma proposta de moda, conceitual ou comercial, conforme o objetivo da empresa” (TREPTOW, 2013, p.106). O interesse pessoal ao tema associado a variedade de espécies e excentricidade, propôs um amplo campo de referências, uma vasta gama de cores, texturas e formatos a serem explorados e interpretados, ampliando o campo criativo. As características físicas

dos insetos foram interpretadas e traduzidas nas cartelas de cores, recortes, padronagens em bordados e pontos de tricô.

Painel 6: Referências insetos.



Fonte: Autoria própria - seleção de imagens da internet.

As silhuetas vagam entre a silhueta X e H, em peças mais ajustadas e alongadas, objetivando a valorização da anatomia humana masculina, destacando os ombros e disfarçando os quadris. As peças possuem recortes e assimetrias interpretadas das referências fisionômicas dos insetos, dada a amplitude de espécies e formas, delimitamos trabalhar com terminações, acabamentos, e padronagens predominantemente arredondadas, diagonais em linhas retas e sinuosas.

A gramatura dos tecidos transita entre os leves e transparentes como a malha de tule e organza representando a transparência das asas e do corpo de algumas espécies observadas, tecidos de média gramatura como a tricoline de algodão, malha Ribana e Sued, utilizado como base para aplicações e bordados nas camisarias, e de gramatura pesada como couro sintético, sarja e brim dando peso nas peças invernais e representam a dureza dos cascos de alguns insetos, e a trama artesanal de linhas na técnica de tricotagem manual.

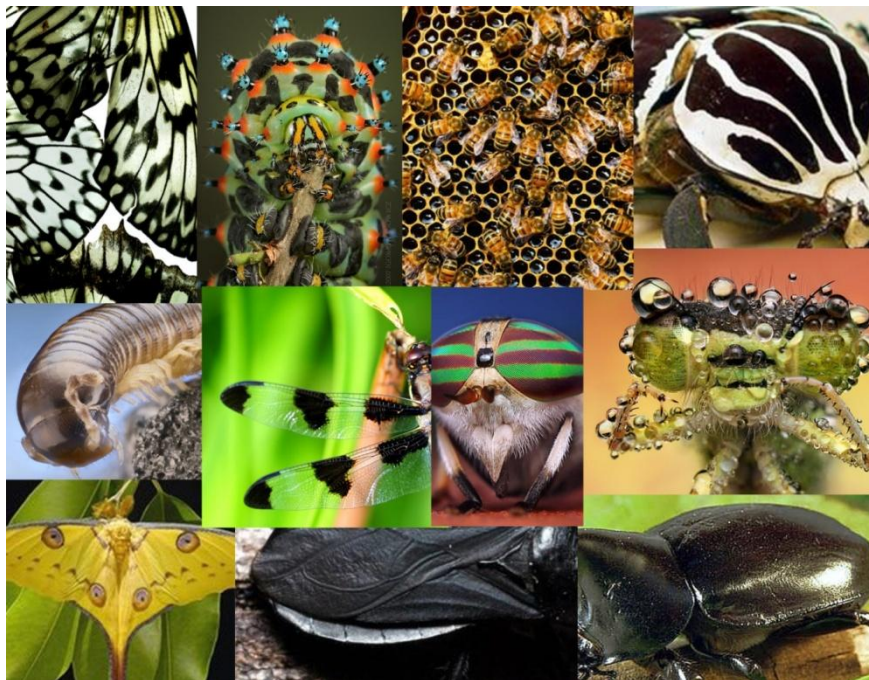
Painel 7: Cartela de tecidos.



Fonte: Autoria própria – seleção de imagens da internet.

Em geral, os tecidos não possuem texturas aparentes, pois as mesmas se dão a partir dos bordados em linhas, pedrarias e outras aplicações, sobreposições de tecidos e recortes, simulando texturas dos insetos num design de superfície.

Painel 8:Referência insetos - detalhes.



Fonte: Autoria própria – seleção de imagens da internet.

A cartela de cores é composta por seis cores da escala PANTONE, escolhida pela sua visibilidade mundial permitindo a padronização das cores por um sistema de códigos. As cores foram retiradas do painel de referência, escolhidas por sua predominância nos estudos da estética dos insetos, sendo elas: verde, azul, preto, branco, marrom e amarelo. As cores não são apenas um atrativo visual na coleção, faz parte de um contexto de representatividades e exercem influências subjetivas e objetivas para o ser humano, “os antecedentes psicológicos e históricos esclarecem a conformidade das impressões obtidas” (HELLER, 2008, pág. 19), está diretamente ligada na decisão e compra, atração e repulsa do consumidor.

Figura 15: Inseto colorido.



Fonte: Gurgel, 2009²⁶.

Painel 9: Cartela de cores.



Fonte: Autoria própria - seleção de imagens da internet.

Na coleção a cor verde está presente na tonalidade Kala (PANTONE 18-0107 TCX), remetendo a natureza em sua generalidade, como cor simbólica. Segundo Eva (2008), psicóloga, socióloga e professora, especialista em psicologia das cores; a cor verde possui uma temperatura agradável, é o símbolo da vida em seu amplo sentido, a cor da imaturidade - dos jovens, a qual remete à faixa etária do público alvo da coleção; o azul dá-se como predominantemente querida entre as cores, segundo uma pesquisa realizada por Heller (2008), remete a amizade, bons sentimentos, a eternidade e o divino (céu), remetendo ao místico da natureza, a origem e beleza das espécies, será utilizado na tonalidade Niagara (PANTONE 17 – 4123 TPX).

²⁶ Disponível em: < <https://www.flickr.com/photos/22551294@N08/3207709599> > Acesso em outubro de 2017.

O marrom utilizado na tonalidade Plotter's Clay (PANTONE 18- 1340 TCX), segundo Heller (2008) transmite aconchego, do amor secreto, mas também à sujeira e excrementos do corpo, cor da terra, aí sua ligação com a coleção e também a natureza; o amarelo, aparece na tonalidade Primrose Yellow (PANTONE 13 - 0755 TPX), é simbolicamente conhecida como a cor do sol, representa a luz e a iluminação, a jovialidade e o otimismo, referenciando também a faixa etária dos consumidores e o astro estrela mais conhecido na natureza. O branco ou White (PANTONE), “na simbologia é a mais perfeita entre todas as cores” (HELLER, 2008, pág.155), está ligada ao bem, ao princípio, inocência, pureza, leveza, é, contudo uma cor moderna; já o preto será usado, justamente para contrapor a luminosidade do branco, bem como segundo uma pesquisa realizada por Heller (2008) é a cor preferida entre os jovens, simboliza o fim, completando a cartela de cores da coleção.

A proposta da coleção é oferecer um produto excêntrico e diferenciado no mercado de moda masculina no Brasil e difundir um novo design de moda, popularizando o *fashionismo* entre os homens, inspirando-se na moda atual e conceitual parisiense, como também valorizar o trabalho artesanal como o bordado e tricô, quebrando de certa forma a produção serial, e trazendo exclusividade, visto que peças de confecção manual são únicas, quase impossíveis serem reproduzidas fielmente em escala. público a se interar com uma moda diferenciada, rica em detalhes e técnicas, mas que ainda trouxesse versatilidade na hora de se vestir, na qual as peças foram desenvolvidas de forma que todos os tops da coleção combinassem com apenas um *botton* – calça ou shorts, um calçado – bota e alguns acessórios, ambos na cor preta.

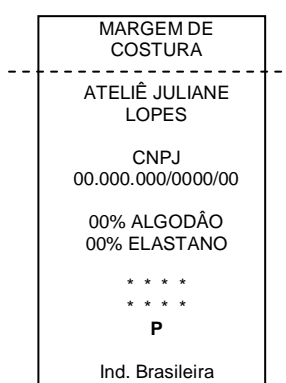
4.2 Etiquetas.

Para muitas pessoas a etiqueta é sinônimo status, exposição de uma grife. Mas a função da etiqueta vai muito além de um caráter estético, como informar o consumidor as especificações sobre a peça, bem como composição, guia de cuidados em lavagem para manter a durabilidade por mais tempo, indicação de tamanho da peça, a razão social e CNPJ. Elas desempenham um papel fundamental na composição de uma peça, e são obrigadas por lei, no Brasil. A ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) regulamenta as normas e o Inmetro (Instituto

Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia) é responsável por fiscalizar o uso correto das etiquetas, aplicando multas as empresas que não cumprem essa regulamentação.

A etiquetagem interna das peças deve conter as seguintes informações: composição têxtil do produto, nome ou razão social do fabricante ou importador, identificação fiscal do fabricante ou importador, país de origem, indicação de tamanho e tratamento de cuidado para conservação (nova norma NBR/ISO 3758:2006). Essas informações estão concentradas em uma ou mais etiquetas presentes na peça, podendo ser consultadas facilmente caso haja alguma dúvida do comprador, e facilitando no momento de compra por conter a numeração das peças.

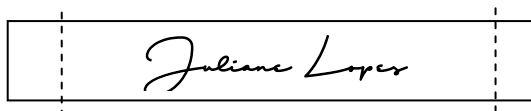
Figura 16: Etiqueta interna.



Fonte: Autoria própria.

A etiqueta fantasia da peça aplicada na parte interna e superior contém o nome da criadora da coleção – Juliane Lopes, e a tipografia utilizada simula uma assinatura. A fonte usada foi a *Shopping Script Demo*, e que embora possa ser vendida em diversas marcas e lojas diferentes levarão o nome da criadora por tratar-se de uma coleção autoral. Ambas etiquetas, de composição (12x 3,7 cm) e fantasia (6 x 1,5cm) são confeccionadas em cetim na cor branca com as informações escritas estampadas em transfer na cor preta.

Figura 17: Etiqueta fantasia.

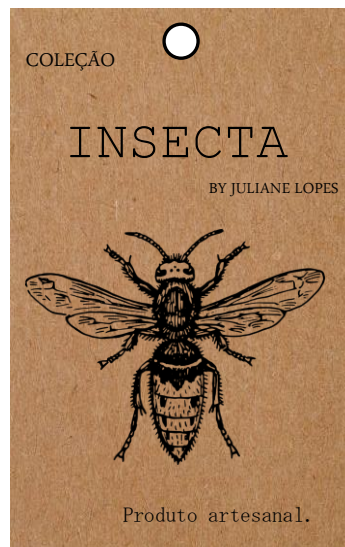


Fonte: Autoria própria.

4.3 Tags e embalagens.

As *Tags*, são uma espécie de etiquetas externas, a fim de realçar a beleza da marca ou estilista e fornecer informações adicionais, nesta coleção as *tags* terão por principal finalidade demonstrar o conceito da coleção e vestuário, e estará representando a imagem da estilista perante o mercado de moda masculina.

Figura 18: Tag.



Fonte: Autoria própria.

As *tags* são impressas em papel Kraft gramatura 300, os furos revestidos com ilhós dourado 4mm, no tamanho 8x5 cm, as tipografias usada são mistas, o conjunto traz um ar rústico e moderno.

Figura 19: Sacola.



Fonte: Autoria própria.

Figura 20: Caixa.



Fonte: Autoria própria.

As embalagens seguem a mesma proposta e cartela de cores e matérias das *tags*, e serão disponibilizadas para os pontos de venda, assim como em vendas diretas, em dois modelos, sacolas em dois tamanhos (30cm x 40cm x 13,5cm, 40cm x 45cm x 15,5cm), variando seu uso de acordo com a quantidade de peças adquiridas pelo consumidor; e caixas (35cm x 10cm x 25cm, 50cm x 35cm x 15cm) usadas para facilitar envios por correio ou para presentes.

4.4 Fichas técnicas

As fichas técnicas são um elemento essencial no processo de confecção das peças, um documento descritivo técnico para interpretação de cada modelo de maneira codificada, para que todos os setores integrantes do processo interpretem da mesma maneira. “Ela inclui ilustrações e anotações sobre materiais utilizados, dimensões dos modelos, procedimentos de manufatura e acabamentos.” (TREPTOW, 2013, pág.161)

Para universalizar a interpretação das informações das fichas técnicas dos protótipos deste trabalho (APENDICE D), alguns itens foram codificado como cores, tecidos e aviamentos listados na tabela abaixo.

Tabela 02: Codificação.

Tabela de codificação	
Cores	
Descrição	Código
Black 6C	C001
Kale 18 - 0107 TCX	C002

Niagara 17- 4123 TPX	C003
Potter's Clay 18-1340 TCX	C004
Primrose Yelooow 13 – 0755 TPX	C005
White	C006
Etiquetas	
Etiqueta fantasia	E001
Etiqueta de composição	E002
Tecidos	
Brim	T001
Cetim	T002
Couro sintético	T003
Malha Ribana	T004
Malha de Tule	T005
Moletom	T006
Tricoline	T007
Aviamentos	
Botões 1cm	A001
Botões 2cm	A002
Fio	A003
Lã	A004
Linha	A005
Linha bordado Ancor	A006
Pedrarias mistas	A007

Fonte: autoria própria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as pesquisas e estudos realizados referentes ao tema e ao público-alvo, conclui-se que há viabilidade e aceitação da coleção desenvolvida. Pelos questionários aplicados, foi observado que o interesse pelo produto independe da idade dos homens, com resultados bem aproximados entre faixa etária e classe social dos entrevistados. Portanto, a partir desses resultados, foi possível fazer considerações e escolhas sobre o perfil do público-alvo que fossem mais favoráveis ao âmbito comercial, mas que ainda assim conversassem com a essência da identidade visual da coleção desenvolvida. A faixa etária escolhida foi entre 18-25 anos por serem mais jovens e aparentemente encaixarem-se às características da coleção, porém, este quesito não impede que outras idades se interessem pelo produto. A classificação social foi determinada entre A e B, por conta do preço final das peças, que se justifica devido ao tempo e trabalho de confecção utilizando métodos artesanais, visto que estes ocuparam grande percentual de interesse na pesquisa. Espera-se que a partir da coleção *Insecta*, com seus novos conceitos inseridos, temática abordada, e aplicação de técnicas artesanais como fator diferencial, consiga-se inicialmente colaborar com a redução da pouca inovação encontrada no mercado de moda masculino, e suprir os anseios do público em questão, abrindo novas possibilidades para moda neste segmento.

REFERENCIAS

Anhembí, **A Moda no século XIX: revoluções**. Disponível em: <http://www2.anhembí.br/html/ead01/cultura_de_moda_pos/lu04/lo2/index.htm>. Acesso em 31 de maio de 2017.

BARROS, Anna, **Bordados e Patch – Trend Temporada Masculina Inverno 2018**. Disponível em: <<http://www.annabarros.fashion/blog/desfiles/bordados-e-patch-trend-temporada-masculina-inverno-2018/>>. Acesso em **01 de 06 de 2017**.

BERLIM, Lilian. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Edição das letras e cores, 2012.

Biologia net, **Insetos**. Disponível em: <<http://biologianet.uol.com.br/zoologia/insetos.htm>>. Acesso em 01 de junho de 2017.

Biólogo, **Insetos**. Disponível em: <<http://biologo.com.br/bio/insetos/>> . Acesso em 05 junho de 2017.

BLACKMAN, Cally. **100 anos de moda masculina**. São Paulo, SP: PubliFolha, 2014.

BONIZOL, Fernanda Ferrari. **O homem contemporâneo e sua relação com a moda. 2013. 48 p.** Monografia apresentada ao Programa de PósGraduação do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora

Carreira Fashion, **Média salarial**. Disponível em: <<https://www.carreirafashion.com.br/media-salarial/>>. Acesso em 10 de novembro de 2017.

CARVAS, Camila. **Dez legados de David Bowie na música e na moda que permanecem entre nós**. Disponível em: <<http://ffw.uol.com.br/noticias/moda/dez-legados-de-david-bowie-na-musica-e-na-moda-que-permanecem-entre-nos/>> . Acesso em 01 de junho de 2017.

Drink de estilo, **Duda Lina**. Disponível em: <<http://drinkdeestilo.com.br/historia-da-marca-dudalina/>>. Acesso em 01 junho de 2017.

Duda Lina, **História da camisa**. Disponível em: <<http://blog.dudalina.com.br/historia-da-camisa/>>. Acesso em 27 de maio de 2017.

Empreendedor digital, **Nicho de mercado**. Disponível em: <<https://www.empreendedor-digital.com/nicho-de-mercado>>. Acesso em 31 de maio de 2017.

FREITAS, Ernani Cesar; PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas de pesquisa**, 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**, 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

Granfinalle, **Guia básico do colarinho**. Disponível em: <<http://www.granfinalle.com.br/guia-basico-do-colarinho/>>. Acesso em 01 junho de 2017.

Gurgel, **Insetos**. Acesso em: <<https://www.flickr.com/photos/22551294@N08/3207709599>>. Acesso 18 de novembro de 2017.

HELLER, Eva. **A Psicologia das Cores: Como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

HOPKINS, John Charles. **Moda masculina: s.f. roupas para homens**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro, RJ: Objetiva, 2009.

Itaú Cultural, **Arts and Crafts**. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo4986/arts-and-crafts>> . Acesso em 05 maio de 2017.

Maos, **Movimento de artesãos e ofícios**. Disponível em: <<https://www.maos.art.br/copia-quem-o-que-como>>. Acesso em 01 junho de 2017.

MARTINI, Ana Paula. **Materiais e técnicas artesanais estão em alta: Crochês, rendas e bordados assumem lugar de destaque nas passarelas**. Disponível em: <<http://moda.ig.com.br/dicasdemoda/materiais-e-tecnicas-artesanais-estao-em-alta/n1237565049617.html>> 01/06/2017>. Acesso em 01 de junho de 2017.

Meon, **Estilista Mário Queiroz discute inovações na moda masculina**. Disponível em: <<http://www.meon.com.br/variedades/entretenimento/variedades-2/estilista-mario-queiroz-discute-inovacoes-na-moda-masculina>> 31/05/2017 10:51.

Michaelis, **Top**. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=1&f=1&t=0&palavra=top>>. Acesso em 20 de maio de 2017.

Moda histórica, **Rufos**. Disponível em: <<http://modahistorica.blogspot.com.br/2013/05/o-rufo.html>>. Acesso em 01 de junho de 2017.

MOUND, Laurance. **Insetos**. São Paulo: Editora globo, 1991.

Pacce, Lilian. **Semana de moda em Milão**. Disponível em: <<http://www.lilianpacce.com.br/tag/semana-de-moda-de-milao/>>. Acesso em 01 junho de 2017.

Panovest, **Dândi**, 2017. Disponível em:
<<https://panovestido.wordpress.com/2012/01/20/george-bryan-brummel/>>. Acesso em maio de 2017.

Prezi, **Evolução da camisa na indústria da moda**. Disponível em:
<https://prezi.com/-gttcuupg3_e/evolucao-da-camisa-na-industria-da-moda/>. Acesso em 01 de junho de 2017.

Publicações turismo, **Cálculo amostral**. Disponível em:
<<http://www.publicacoesdeturismo.com.br/calculoamostral/>>. Acesso em 11 de abril de 2017.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica**: Guia para eficiência nos estudos. São Paulo, SP: Atlas, 1986.

SABINO, Marco. **História da moda**. [s.l.]: Elsevier, 2011.

SEBRAE, **Moda masculina**: mercado em crescimento. Disponível em:
<<https://sis.sebrae-sc.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/moda-masculina/54c6815af17388e7058b4b48>>. Acesso em 30 maio de 2017.

SEBRAE, **Moda masculina é um mercado em crescimento**. Disponível em:
<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-masculina-e-um-mercado-em-crescimento,65bcae21e224f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 30 de maio de 2017.

Significados, **Androgenia**. Disponível em:
<<https://www.significados.com.br/androgino/>> . Acesso em 01 de junho de 2017.

Sine, **Média salarial**. Disponível em: <<https://www.sine.com.br>>. Acesso em 10 de novembro de 2017.

Strategic bussines, **Tabela de consumidores VALS**. Disponível em:
<[HTTP://www.strategicbusinessinsights.com](http://www.strategicbusinessinsights.com)>. Acesso em 01 de junho de 2017.

STEFANI, Patrícia da Silva. **Moda e comunicação**: a indumentária como forma de expressão. 2005. 90p. Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora

Survio, **New design de moda**. Disponível em: <<http://www.survio.com/br/>>. Acesso em 10 abril de 2017.

SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TACLA, Almenor. **Como vivem os insetos**, 5 ed. São Paulo: editora Scipione, 1995.

Terra, **O mercado masculino irá movimentar US\$**. Disponível em:
<<https://www.terra.com.br/noticias/dino/mercado-de-moda-masculina-ira-movimentar-us-23-bilhoes-ate-2017-diz-sebrae,6f3e705671cbb52c284cf1a3a13afcc7zjw6w0e3.html>>. Acesso em 28 de maio de 2017.

TIDEY, Ana Priscila do Ó. **O USO DE TÉCNICAS ARTESANAIS DE ALTA-COSTURA EM UMA COLEÇÃO DE MODA INFANTIL**. 2016. Artigo apresentado

no 12º Colóquio de Moda , 9ª Edição Internacional, 3º Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda.

Toda Biologia, **Tegumento**. Disponível em:

<http://www.todabiologia.com/anatomia/tegumento_humano.htm>. Acesso em 01 de junho de 2017.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. 4. ed. Brusque, SC: D. Treptow, 2007.

ANEXO A: VALS: consumidores.

Characteristic Snapshots Emphasize Important Differences by VALS™

	Ideals	Achievement	Self-Expression				
	Thinkers	Believers	Achievers	Strivers			
	Experiencers	Makers	Survivors				
Are confident enough to experiment	Plan, research, consider before acting	Believe in right/wrong for a good life	Have a me-first, my-family-first attitude	Are the center of street culture	Go against the current mainstream	Are distrustful of government	Are cautious and risk averse
Are information ready	Are the old guard	Want friendly communities	Are fully scheduled	Live in the moment	Want everything	Believe in sharp gender roles	Are oldest
Are future oriented	Enjoy historical perspective	Not looking to change society	Are peer conscious	Wear their wealth	Are spontaneous	Protect what they think they own	Spend most of their time alone
Are receptive to new ideas and technologies	Have "ought" and "should" benchmarks for social conduct	Have no tolerance for ambiguity	Are anchors of the status quo	Desire to better their lives; have difficulty in doing so	Have a heightened sense of visual stimulation	Have strong mechanical and automotive interests	Take comfort in routine and the familiar
Enjoy problem-solving challenges	Use technology in functional ways	Have strong me-too fashion attitudes	Believe money is the source of authority	Experience revolving employment	Introduce new sayings	Have strong outdoor interests	Are loyal to brands and products
Are self-directed consumers	Are not influenced by what's hot	Watch TV; read romance novels	Are committed to family and job	Are fun loving	See themselves as very sociable	Are not concerned with being fashionable	Are least likely to use the internet
Are skeptical about advertising	Follow traditional intellectual pursuits	Find advertising a legitimate information source	Value tech that provides a productivity boost	Use video and video games as a form of fantasy	Are first in, first out of trend adoption	May be perceived as anti-intellectual	Are heavy TV viewers

© 2015 by Strategic Business Insights. All rights reserved.

Fonte: Strategic business, 2017.

ANEXO B: Tradução VALS: consumidores.

Dados característicos enfatizam as diferenças importantes por VALS							
Ideais		Conquista		Auto-Expressão			
Inovadores:	Idealistas:	Empreendedores:	Conservadores:	Esforçados:	Experimentadores:	Habilidosos:	Sobreviventes:
<ul style="list-style-type: none"> - São confiantes o bastante para se aventurar; - Estão sempre prontos para receber informação; - Voltados para o futuro; - São bem receptivos a novas ideias e tecnologias; - Apreciam desafios que envolvem resolver problemas; - São consumidores autodirecionados; 	<ul style="list-style-type: none"> - Planejam, pesquisam, consideram antes de agir; - São a velha guarda; - Apreciam a perspectiva histórica; - Possuem padrões de "dever" nas condutas sociais; - Usam a tecnologia de maneiras funcionais; - Não são influenciados pelo que está em alta no momento; 	<ul style="list-style-type: none"> - Acreditam em certo/errado para uma boa vida; - Desejam comunidades amigáveis; - Não procuram mudar a sociedade; - Apreciam a perspectiva histórica; - Possuem padrões de "dever" nas condutas sociais; - Usam a tecnologia de maneiras funcionais; - Não são influenciados pelo que está em alta no momento; 	<ul style="list-style-type: none"> - Colocam a si e a família a frente de tudo; - São completamente atarefados(ocupados); - São conscientes em relação às classes (sociais); - Não ancoras da situação atual; - São ancoras da situação atual; - São bem influenciados pela moda; - Assistem TV; Lêem romances; 	<ul style="list-style-type: none"> - São o centro da cultura de rua; - Vivem no momento; - Vestem sua riqueza; - São espontâneos; - Desejam melhorar suas vidas; têm dificuldades em fazê-lo; - Apresentam novos provérbios (ditados); - Se vêem como pessoas muito sociáveis; 	<ul style="list-style-type: none"> - Vão contra a correnteza atual; - Querem tudo; - São espontâneos; - Possuem senso de simulação visual aguçado; - Experimentam emprego gratório; - Apresentam novos provérbios (ditados); - Se vêem como pessoas muito sociáveis; 	<ul style="list-style-type: none"> - Não confiam no governo; - Acreditam em papéis de genero nitidos; - Protegem o que acham que possuem; - São espontâneos; - Têm fortes interesses mecanicos e automotivos; - Não se preocupam em estar na moda; - Podem ser tidos (percebidos) como anti-intelectuais; 	<ul style="list-style-type: none"> - São cauteloso e relutantes em relação a riscos; - São mais velhos; - Passam a maior parte do tempo sozinhos; - Sentem-se confortáveis com a rotina e no espirito familiar; - São leais à marcas e produtos; - São pouco prováveis de usar a internet;

Fonte: Tradução Purcino, 2017.

ANEXO C: Editorial.

Look 01



Fonte: autoria própria.

Look 02



Fonte: autoria própria.

Look 03



Fonte: autoria própria.

Look 04



Fonte: autoria própria.

Look 05



Fonte: autoria própria.

ANEXO D: Stand.

Arara



Fonte: autoria própria.

Mesa de petiscos.



Fonte: autoria própria.

Poltrona decorativa.



Fonte: autoria própria.

Mesa de criação – lookbook, sketchbook, editorial e embalagens.



Fonte: autoria própria.

Brindes.



Fonte: autoria própria.

APENDICE A: Pré-projeto.

Coleção *Insecta*: by Juliane Lopes.

1.1 Objetivo

Para o desenvolvimento do trabalho foram divididos os objetivos em duas espécies o geral e os específicos detalhando os processos necessários para chegar a um resultado satisfatório.

1.1.1 Objetivo geral

Desenvolver uma coleção autoral de *tops* para o público masculino com aplicações de técnicas artesanais, tendo como inspiração as características estéticas da classe animal *Insecta*.

1.1.2 Objetivos específicos

- Conhecer o universo de moda *tops* masculina.
- Definir público-alvo, a fim de compreender suas necessidades.
- Escolher o tema e analisar suas principais características para aplicação no desenvolvimento da coleção.
- Pesquisar tendências²⁷ e técnicas artesanais.
- Desenvolver a coleção a partir das informações coletadas: croquis e desenhos técnicos.
- Confeccionar peças.

2. PROBLEMÁTICA

A vaidade masculina está em alta, no Brasil, os homens estão cada vez mais preocupados com sua aparência, e em seguir tendências. Segundo o SEBRAE (Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e às Pequenas Empresas), esse interesse por moda “tem criado boas oportunidades para o setor de vestuário expandir e lucrar [...]

²⁷ “Aquilo que leva alguém a seguir um determinado caminho ou a agir de certa forma; predisposição, propensão; disposição natural, inclinação, vocação”. (HOUAISS, 2009, p.1827)

e contribuem para o crescimento do mercado como estratégia para novas oportunidades aos negócios de moda masculina” (SEBRAE, 2015, online). Porém, embora o público masculino esteja despertando interesse por moda, cujo mercado, segundo pesquisas exploratórias realizadas, esteja num momento de transição e tenha uma projeção de crescimento, pode-se identificar uma deficiência no que se diz respeito a inovações no *design* da vestimenta masculina.

De acordo com o estilista Mário Queiroz – dono de uma respeitada carreira nas passarelas nacionais no ramo de moda masculina, “a roupa masculina tem que ser mais criativa, a moda não é apenas para os dândis²⁸” (QUEIROZ, 2016, online), ainda complementa dizendo que acredita “no fortalecimento de marcas jovens, que terão distribuição menor e serão capazes de inovar para atender a esse novo homem.” (QUEIROZ, 2016, online).

Tendo em vista que o público masculino está ativo, no mercado de moda, e já não se preocupa apenas com o fator funcional da roupa, mas também com aspectos estéticos, e que não existem peças de *tops* com características diferenciadas, autorais e com técnicas artesanais em lojas de departamento, voltadas para o público jovem masculino, seria possível criar uma coleção de peças com essas características e a inserir nesse mercado?

3. HIPÓTESE

Considerando que a cultura tradicional ainda é extremamente relevante no Brasil, é possível que ocorra um estranhamento inicial por conta do *design* pouco freqüente e inspiração contemporânea. Portanto, acredita-se que trabalhando esse aspecto inovador de maneira sutil e o inserindo em lojas dos respectivos segmentos, ajudará a suprir a deficiência de inovações de *design* encontrada no mercado de moda masculino verificada a partir das pesquisas realizadas.

²⁸ “Indivíduo que se veste com elegância e requinte; indivíduo que se veste e se comporta com afetação e delicadeza.” (HOUAISS, 2009, p.595)

4. JUSTIFICATIVA

O tema surge frente a mudanças de comportamento e de potencialidade do consumidor e mercado de moda masculino.

Os homens agora são vitais à indústria de moda, quanto as mulheres: a proliferação de roupas de grife, perfumes cosmético, revistas e cobertura da mídia especializada coloca a moda masculina em evidência. [...] os homens passaram a ter prazer em consumir moda, mas também em exibir um visual altamente sofisticado, que pode ser visto nas revistas e na publicidade. (BLACKMAN, 2014, p. 04)

Através de pesquisas exploratórias, foi possível identificar que, no mercado de moda masculina, embora potencial e em crescimento, ainda existe a falta de um estilo contemporâneo e ousado propagado no Brasil. Pelos questionários aplicados, pode-se observar que o público em questão dificilmente encontra peças com *design* de modelagem e beneficiamentos diferenciados, mas estaria disposto a adquiri-los. Pensando nisso, este projeto abre a possibilidade de colocar em circulação, no mercado de moda, a exploração e os resgates de técnicas artesanais, ajudando uma nova percepção do universo de moda masculino.

O grande consumo de moda, no Brasil, impulsiona o surgimento de muitas oportunidades para os negócios do setor de vestuário. Cada vez mais os homens estão interessados em moda, o que tem feito desse segmento um mercado com grande potencial de expansão e lucratividade. O aumento da tecnologia e a maior circulação de publicidade específica para este público estão entre as principais causas de crescimento. (SEBRAE, 2017, online).

Segundo um estudo realizado pelo SEBRAE, as mudanças comportamentais do público masculino refletem nos números do setor. Até o final do ano de 2017, “o mercado de moda masculino brasileiro movimentará cerca de US\$ 23 bilhões, posicionando-se como o maior da América do Sul, com faturamento aproximado de US\$ 42 bilhões em vendas” (SEBRAE, 2017, online).

Portanto, a partir de análises referenciais que englobam o mercado e o universo de moda masculina, embasado num real crescimento e na potencialidade de compra e na deficiência de lojas específicas do ramo com esta proposta, esta pesquisa se propõe a criar um repertório de linguagem visual a fim de explorar

características pouco freqüentes no *design* de vestuário masculino, como texturas, bordados, aplicações, entre outras.

5. METODOLOGIA

A palavra Metodologia vem do grego “*meta*” = ao largo; “*odos*” = caminho; “*logos*” = discurso, estudo. Metodologia, segundo Freitas e Prodanov, “é uma disciplina que tem por finalidade estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica” (2013, p.14), os quais possibilitam a coleta e o processamento de informações, a fim de solucionar os problemas e questões de investigação.

Para entender as características da pesquisa científica e seus métodos, é preciso, previamente, compreender o que vem a ser ciência. Em virtude da quantidade de definições de ciência encontrada na literatura científica [...]. (FREITAS; PRODANOV, 2013, p.14)

Para o início do desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso (TCC), foi determinado o tema de abordagem, em seguida, feito um cronograma dotado de atividades, organizando as etapas e os processos necessários para a obtenção de um resultado final satisfatório. Por fim, deram-se inícios às pesquisas científicas, que, segundo Freitas e Prodanove, são “[...] uma atividade humana, cujo objetivo é conhecer e explicar os fenômenos, fornecendo respostas às questões significativas para a compreensão da natureza.” (2013, p.44). Para essa tarefa, será utilizado o conhecimento acumulado e manipulado com cautela a partir de diferentes métodos e técnicas para obter resultado pertinente às indagações referentes ao tema e à problemática.

5.1 Pesquisas exploratórias

Este trabalho utiliza a metodologia da pesquisa exploratória como fase preliminar da pesquisa, a qual tem por finalidade agrupar informações, bem como formular questões para desenvolver hipóteses, familiarizar o pesquisador com o fato e clarificar conceitos. “Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições” (GIL, 2002, p.41). Esse tipo de pesquisa é bastante flexível e possibilita a considerações de autores

dos mais variados aspectos relativos ao assunto estudado, neste contexto, ela assume a forma de pesquisa bibliográfica e documental.

5.1.1 Pesquisa Bibliográfica

A partir de um delineamento em linhas gerais do desenvolvimento da pesquisa com ênfase nos procedimentos técnicos de coleta e de análise de dados, iniciei o processo com a pesquisa bibliográfica, que, consiste no “exame de produções humanas guardadas em livros, artigos ou documentos, para uma análise de um determinado assunto assumido como tema numa pesquisa científica” (RUIZ,1986, p. 58).

O início da análise partiu de quais seriam os pré-requisitos para o desenvolvimento, para a montagem técnica e para a metodologia do trabalho. Para isso, foram utilizados livros de embasamentos metodológicos como: Um guia para eficiência nos estudos - de João Álvaro Ruiz, Como elaborar projetos de pesquisa e Metodologia do Trabalho científico - de Cleber Cristiano Prodanov e Ernani César de Freitas e Como elaborar projetos de pesquisa - de Antonio Carlos Gil. Esses livros de embasamento metodológico servem como suporte em todo o processo de montagem técnica e instrumental de abordagem e pesquisa e métodos de aprofundamento nas questões problemáticas do tema.

Em seguida, foi dada continuação à pesquisa, recolhendo informações sobre o campo de interesse, que abordassem definições e conceitos de moda, de processos e de evoluções histórica da moda *top* masculina, técnicas artesanais e métodos para o desenvolvimento de uma coleção. Para isso, foram utilizados os livros Moda masculina - de John Hopinks, História da moda - de Marco Sabino, Moda e Comunicação - de Malcolm Barnard, entre outros. Para fins etimológicos e definições de termos nos contextos e notas, foram utilizadas as considerações elencadas no Dicionário Houaiss.

5.1.2 Pesquisas documentais

A pesquisa documental possui grande semelhança à pesquisa bibliográfica, sua notável diferença está na natureza das fontes, segundo Gil “[...] vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser

reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa [...]” (2002, p. 45), as fontes são dispersas e diversificadas.

Neste trabalho, esse tipo de pesquisa foi utilizada como forma de pesquisa indireta, na coleta e na análise de dados estatísticos, gráficos e tabelas representativas para a definição de público-alvo a fim de explorar o assunto, como VALS (*Value of life styles*) e IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas). Também foi utilizado, na seleção de imagens dispostas nos painéis percorridas ao longo dos textos, com fins ilustrativos, coletadas em aplicativos de armazenamento de imagens como o *Pinterest*, redes sociais e blogs de moda e em dados complementares atuais específicos, como extinção das técnicas artesanais.

5.1.3 Pesquisas Quantitativas

A pesquisa quantitativa “prioriza numericamente a intensidade e frequência comportamental de indivíduos de um universo” (GIL, 2008, p.119). Os meios de coleta foram estruturados em um questionário fechado, *on-line*, com oito questões objetivas e claras, com a finalidade de, a partir das amostras, inferir os resultados coletados.

5.1.3.1 Questionário

Como forma de pesquisa de campo, neste trabalho, foi aplicado um questionário fechado, verificado no APÊNDICE A e B deste trabalho. Para Gil, o questionário pode ser definido:

[...] como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc. (Gil, 2008, p.121)

O universo²⁹ escolhido foi o público masculino, de modo geral, é um universo abrangente e impossível considerá-lo em sua totalidade, desse modo, foi escolhido um ambiente³⁰ menor. Para isso, trabalhamos em cima de uma amostragem que,

²⁹ “Conjunto de todas as coisas que existe, o mundo; a totalidade dos habitantes da terra.” (HOUAISS, 2009, p.1908)

³⁰ “Recinto, espaço, âmbito em que se está ou vive; conjunto de condições materiais, culturais, psicológicas e morais que envolvem uma ou mais pessoas, atmosfera.” (HOUAISS, 2009, p.112)

segundo Gil, “é uma pequena parte dos elementos que compõem o universo” (2008, p.89), com a finalidade que represente a população de estudo, seguindo “a lei da regularidade estatística - indica que um conjunto de N unidades tomadas ao acaso de um conjunto N terá provavelmente as características do grupo maior”. (2008, p.90).

O ambiente selecionado foi o grupo do *Facebook* chamado “Moda Masculina”, pois ali estariam pessoas que já têm alguma ligação ou interesse em moda. O grupo possui cerca de 20950 membros, dentre eles, 32% do sexo feminino e 68% do sexo masculino, de acordo com informações obtidas com o administrador do grupo fornecido pelo próprio *Facebook*. O questionário foi aplicado durante 10 dias, sendo a data de aplicação iniciada, em 13 de maio de 2017, e finalizada, em 23 de maio de 2017. A aplicação deu-se pelo *site Survio* de questionários *on-line*, distribuídos manualmente para membros do sexo masculino do grupo, com a finalidade de garantir a totalidade de respostas do sexo masculino. A quantidade de amostras que deveriam ser respondidas foi elaborada a partir de um cálculo amostral³¹, chegando ao resultado de 149 questionários aplicados, num nível de confiabilidade de 95% e erro amostral de 8%.

As questões aplicadas tinham por função detectar demográfica e socialmente os consumidores, analisar a aceitação do novo produto e a disposição financeira do público para com os produtos, influenciando diretamente no processo criativo e nos materiais utilizados por conta da precificação máxima.

5.1.3.2 Questionário de pesquisa de público-alvo.

1. Qual sua idade?

Delimitar a faixa etária majoritária do público- alvo.

2. Qual estado do Brasil mora?

Delimitar geograficamente o público-alvo.

3. Qual sua renda mensal?

Dividir socialmente em classes o público-alvo.

4. Quanto está disposto a pagar por uma peça de roupa que lhe agrade?

³¹ “Conjunto de cálculos matemáticos com a finalidade de determinar um número médio para pesquisas que diz respeito a um grande número de sujeitos.” (PUBLICAÇÕES DE TURISMO, 2017, online)

Delimitar a disposição de gastos com uma peça, influenciando diretamente na limitação de matéria- prima, no processo criativo de acordo com a precificação máxima estimada das peças.

5. Onde você costuma comprar suas roupas?

Localizar o tipo de segmento (*e-commerce* ou lojas físicas), que o público costuma comprar.

6. Você conhece alguma marca de camisas, camisetas ou coletes conceituais que utiliza de técnicas artesanais em suas peças?

Saber sobre a familiaridade do público com o produto que iremos oferecer, no mercado de moda masculino, ou a sua carência.

7. Você compraria uma peça de roupas com esta proposta?

Saber sobre a aceitação do público em relação ao produto que irei oferecer, justificando a oportunidade no mercado.

8. Qual tipo de modelagem te agrada mais?

Saber sobre a estética, modelagem, caimento que mais agrada ou teria aceitação do público para aplicar no desenvolvimento da coleção.

6. CRONOGRAMA

Foi desenvolvido um cronograma para organizar as atividades necessárias, bem como o tempo para serem executadas no desenvolvimento do trabalho.

Tabela 3: Cronograma

ATIVIDADES	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro
Escolha do tema	x									
Especificação dos objetivos (gerais e específicos)		x								
Entre do documento de Proposta para Elaboração do Trabalho de Conclusão de curso de Design de Moda		x								
Delimitação do problema, hipótese e justificativa		x								
Pesquisa e análise de metodologia		x	x	x						
Coletar dados e mercadológicos para a criação da marca			x	x						
Início de definições de conceitos e/ou capítulos				x	x					
Historico do produto				x	x					

Apresentação da empresa (missão, visão e valores)				X	x					
Pesquisa de mercado: público alvo.			x	X						
Resultados esperados					x					
Bibliografia					x					
Pré-banca					x					
Ajustes e consertos do TCC1					x	x				
PESQUISA DE MERCADO										
Aprofundamento em público alvo e análise SWOT				X						
Planejamento de 20 looks					x	x				
Ficha técnica					x	x				
Início de modelagem						x	x			
Painel de público alvo com justificativa							x			
Painel conceitual de identidade da marca com justificativa							x			
Painel conceitual de tecidos e texturas com justificativa							x			
Estudo de formas							x	x		
Estudo de cartela de cores							x	x		
Estudo de embalagem e etiquetas internas e externas da empresa/marca							x	x		
Confecção de peças piloto								x	x	
Resultados esperados									x	
Conclusão									x	
Introdução, Sumário e Agradecimentos									x	X
Bibliografia/ Referências									x	X
Banca										x

Fonte: Autoria própria.

APENDICE B: Questionário aplicado.**PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO- COLEÇÃO INSECTA - BY JULIANE LOPES****1.Qual sua idade?**

- () 18 a 25.
- () 25 a 30.
- () 30 ou mais.

2. Qual estado do Brasil mora?

- () São Paulo.
- () Goiás.
- () Paraná.
- () Rio grande do Sul.
- () Minas Gerais.
- () Outros. Qual? _____.

3.Qual sua renda familiar mensal?

- () até 2 salários mínimos
- () de 2 a 4 salários mínimos
- () de 4 a 10 salários mínimos
- () acima de 10 salários mínimos.

4. Quanto estaria disposto a pagar numa peça de roupa que lhe agrade?

- () até R\$ 100,00
- () de R\$ 100,00 a R\$ 200,00
- () acima de R\$ 200,00

5. Onde costuma comprar suas roupas?

- () Lojas de *shopping*.
- () Lojas de rua.
- () Lojas *On-line*.
- () Qualquer local, desde que o modelo me agrade.

6. Você conhece alguma marca que utiliza técnicas artesanais em seus produtos?

() Sim.

() Não.

7. Você compraria uma peça com essa proposta?

() Sim.

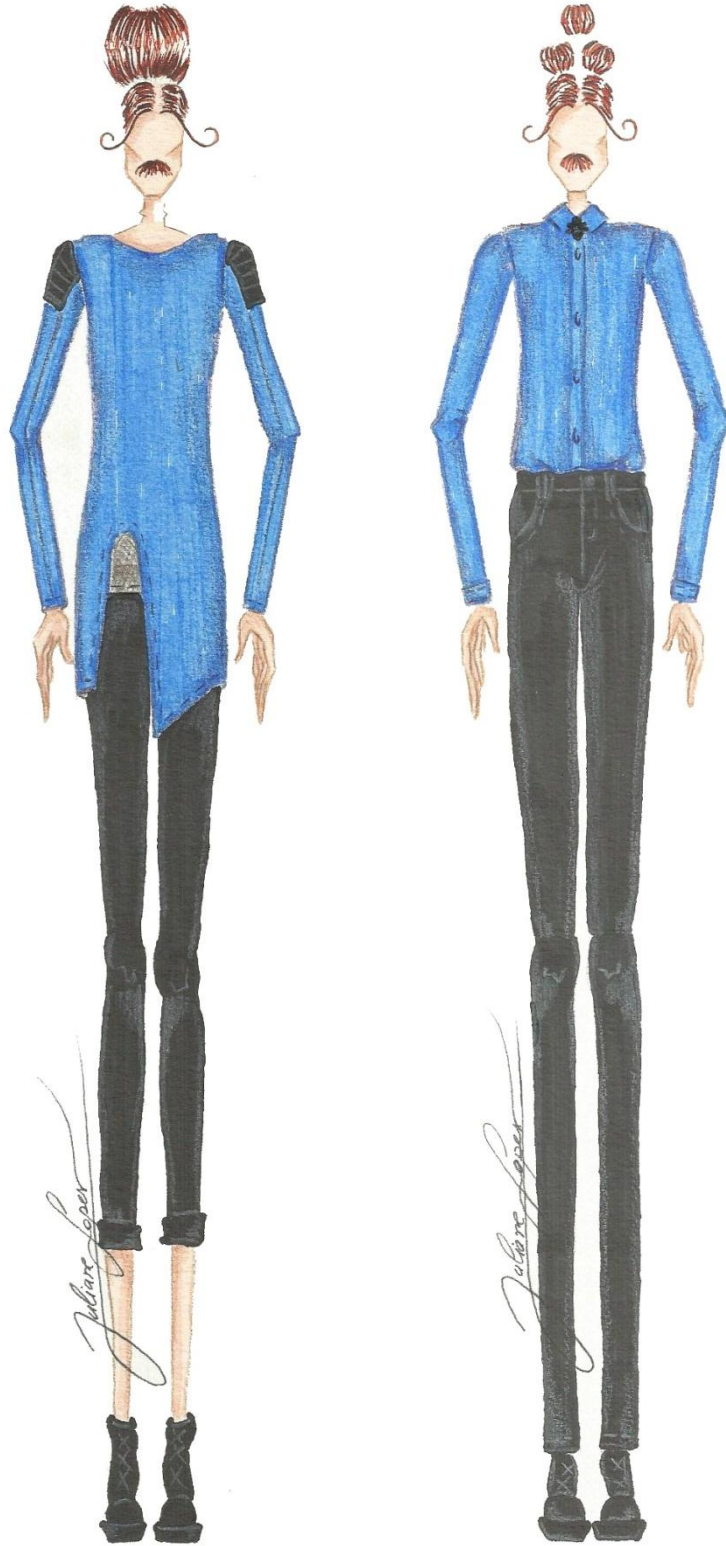
() Não.

8. Qual tipo de modelagem mais te agrada?

() Slim - mais ajustada ao corpo.

() Reta - corte tradicional.

APENDICE C: Looks da coleção.







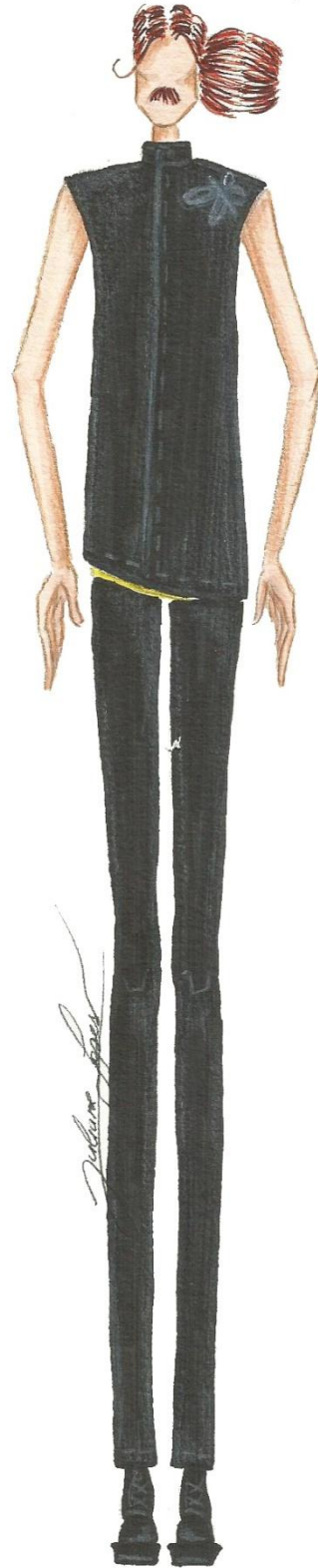











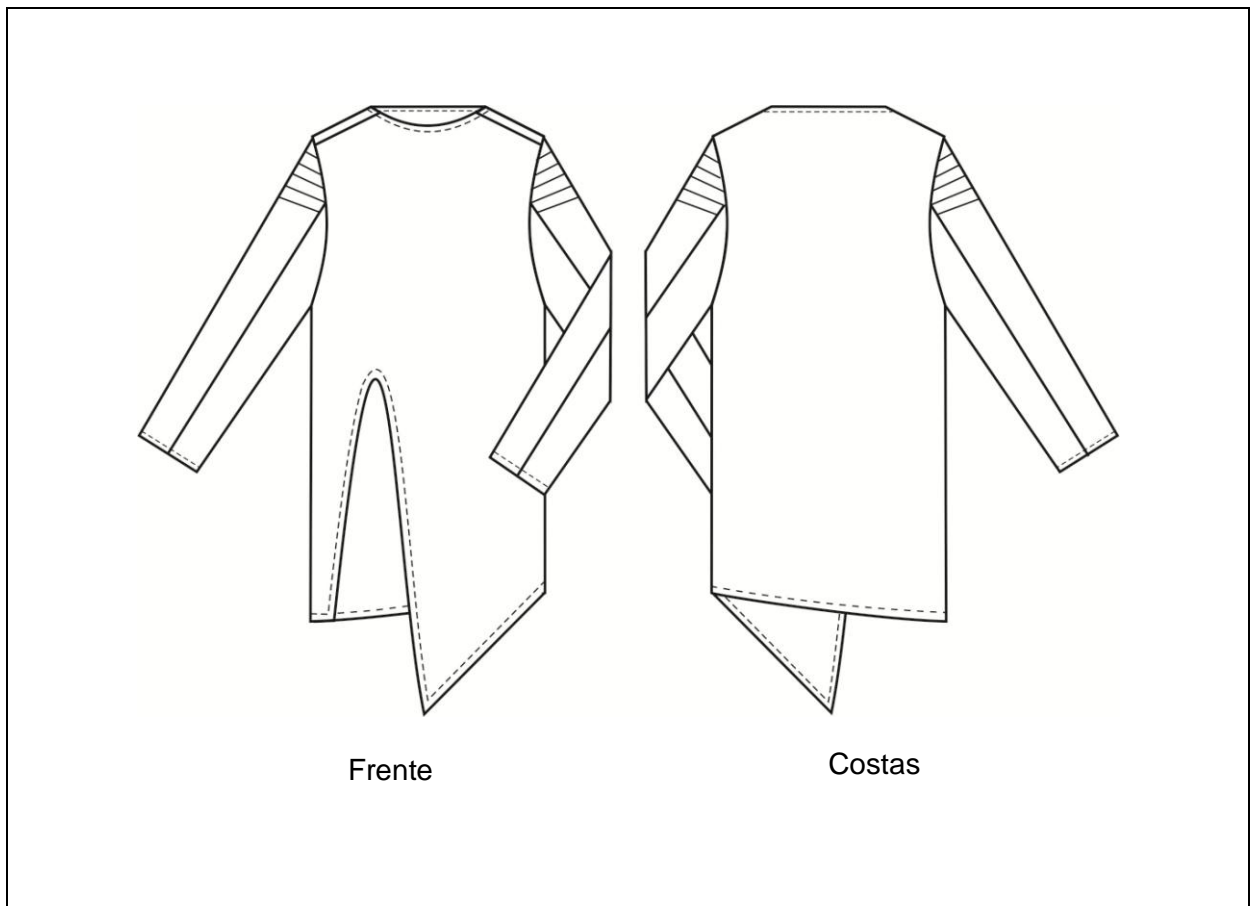




APENDICE D: Ficha técnica dos protótipos.

ATELIÊ	
--------	--

FICHA TECNICA DO PROTOTIPO		
Referencia: P001	Designer: Juliane Lopes	Data criado: 14/10/2017
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer técnico: Juliane L.	Data modelado: 25/10/2017
Segmento: Tops masculinos	Modelista: Juliane Lopes	Data pilotado: 26/10/2017
Graduação: P - M - G - GG	Pilotista: Juliane Lopes	Data modificado: *
Tamanho do protótipo: P	Tecido principal: Malha Ribana	Data aprovado: 26/10/2017
Estação ou coleção: Insecta	Cores: C003	Custo estimado:



Descrição: Camiseta manga longa barra assimétrica, recorte em couro sintético plissado na manga, peça sem barra, acabamento nas terminações em pesponto - barra, punho e gola.

Observações: Costuras internas/ fechamentos - em overlock, barra - pesponto em máquina reta (aproximadamente 3 pontos por cm).

ATELIÊ



LISTAGEM DE INSUMOS

Referência: P001	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Gradação			
Segmento: Tops masculinos	Tecido principal: Malha Ribana	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C003	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Descrição	Fornecedor	Uso	Composição	Largura/ tamanho	Quantidade
T003 - Couro sintético.	Emboava	Recorte mangas.	70% policloreto vinílico 25% poliéster	Variado	0,40 m
T004 - Malha Ribana.	Emboava	Peça inteira.	97% algodão 3% elastano	1m	1,80m
A003 - Fio	Coat	Costuras internas	100% poliéster	1000m	120m
A005 - Linha	Coat	Costuras internas e externas	100% poliéster	1000m	150m
E001 - etiqueta fantasia	Art Graf.	Abaixo do colarinho, parte interna traseira	Cetim estampado em transfer	6x1,5 cm	1 unid.
E002 - etiqueta composição	Art Graf.	Lateral interna	Cetim estampado em transfer	12x 3,7 cm	1 unid.

Código	Descrição	Cor
T001	Couro Ecológico	Black 6C
T003	Malha Ribana	C003
A003	Fio	C003
A005	Linha	C003
E001	Etiqueta fantasia	C006
E002	Etiqueta de composição	C006

Observações:

ATELIÊ



SEQUÊNCIA OPERACIONAL

Referência: P001	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops masculino.	Tecido principal: Malha Ribana	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C003	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Tipo de Operação	Máquina	Tempo (min.)
Modelagem	Sistema manual	30
Corte	Manual	15
Junção ombros	Overlock	3
Junção recorte mangas	Overlock	4
Fechar mangas	Overlock	8
Pregar mangas	Overlock	5
Costurar etiqueta	Reta	2
Pespontos	Reta	8
Limpeza	Manual	5
Tempo total da peça:		80 minutos

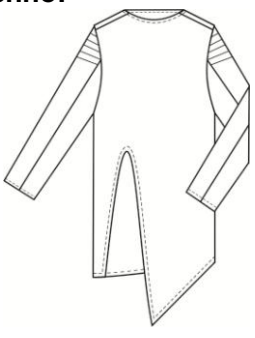
Descrição:

Observações: O tempo calculado dá-se numa média partindo do tempo gasto pela designer, este pode variar de pessoa para pessoa, sendo necessário adaptação da tabela, implicando na redução do lucro ou alteração do valor final da peça.

ATELIÊ


PLANILHA PRELIMINAR DE CUSTOS DIRETOS

Referência: P001	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops	Tecido principal: Malha Ribana	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C003	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Desenho: 	Insumo:	Consumo:	Preço (m ou nid):	Custo:
	Malha Sued	1,80 m	R\$ 39,80	R\$ 71,64
	Couro Ecológico	0,40 m	R\$ 38,00	R\$ 15,20
	Linha	120 m	R\$ 3,20	R\$ 0,38
	Fio	100 m	R\$ 2,80	R\$ 0,28
	Etiqueta fantasia	1 unid.	R\$ 0,70	R\$ 0,70
	Etiqueta comp.	1 unid.	R\$ 0,90	R\$ 0,90
	Embalagem	1unid.	R\$ 2,10	R\$ 2,10
Total de insumos:				R\$ 91,20

Amostra de tecido:	Mão de obra:	Tempo:	Valor	Custo
	Modelagem	30 min.	R\$ 3.873,28	R\$ 11,00
	Corte	15 min.	R\$ 1.776,73	R\$ 2,52
	Costura	30 min.	R\$ 1.608,97	R\$ 4,57
	Acabamentos	5 min.	R\$ 1098,95	R\$ 0,51
Total de mão de obra:				R\$ 18,60
Custo direto total:				R\$ 109,80

Obs.: A média salarial foi baseada em uma empresa de SP de pequeno porte - pelo site Sine, com profissionais qualificados (Master) calculado numa base de 44 horas semanais trabalhadas, 176 horas mensais trabalhadas.

O custo da linha e do fio foi calculado partindo que o rolo possui 1000 m de produto.

ATELIÊ


FICHA TECNICA DO PROTOTIPO

Referencia: P001c	Designer: Juliane Lopes	Data criado: 14/10/2017
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer técnico: Juliane L.	Data modelado: 25/10/2017
Segmento: Tops masculinos	Modelista: Juliane Lopes	Data pilotado: 26/10/2017
Gradação: P - M - G - GG	Pilotista: Juliane Lopes	Data modificado: *
Tamanho do protótipo: P	Tecido principal: Malha de tule	Data aprovado: 26/10/2017
Estação ou coleção: Insecta	Cores: C001	Custo estimado:



Frente



Costas

Descrição: Camiseta manga longa com modelagem tradicional em malha de tule.

Observações: Costuras internas/ fechamentos - em reta (aproximadamente 3 pontos por cm), barra - pesponto em máquina reta(aproximadamente 3 pontos por cm), viés gola em maquina reta (aproximadamente 3 pontos por cm) .

ATELIÊ



LISTAGEM DE INSUMOS

Referência: P001c	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Gradação			
Segmento: Tops masculinos	Tecido principal: Malha de tule	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C001	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Descrição	Fornecedor	Uso	Composição	Largura/ tamanho	Quantidade
T005 – Malha de tule.	Vicunha	Peça inteira.	100% poliéster	1,50m	1,40m
A005 - Linha	Coat	Costuras internas e externas	100% poliéster	1000m	200m
E001 - etiqueta fantasia	Art graf	Abaixo do colarinho, parte interna traseira	Cetim estampado em transfer	6x1,5 cm	1 unid.
E002 - etiqueta composição	Art graf	Lateral interna	Cetim estampado em transfer	12x 3,7 cm	1 unid.

Código	Descrição	Cor
T005	Malha de tule	C001
A005	Linha	C001
E001	Etiqueta fantasia	C006
E002	Etiqueta de composição	C006

Observações:

ATELIÊ



SEQUÊNCIA OPERACIONAL

Referência: P001c	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops masculino.	Tecido principal: Malha de tule	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C001	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Tipo de Operação	Máquina	Tempo (min.)
Modelagem	Sistema manual	30
Corte	Manual	15
Junção ombros	Reta	10
Pregar mangas	Reta	10
Viés gola	Reta	8
Fechar laterais	Reta	8
Costurar etiqueta	Reta	2
Bainha	Reta	5
Limpeza	Manual	5
Tempo total da peça:		93 minutos


Descrição:

Observações: O tempo calculado dá-se numa média partindo do tempo gasto pela designer, este pode variar de pessoa para pessoa, sendo necessário adaptação da tabela, implicando na redução do lucro ou alteração do valor final da peça.

ATELIÊ


PLANILHA PRELIMINAR DE CUSTOS DIRETOS

Referência: P001c	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops	Tecido principal: Malha de tulle	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C001	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Desenho: 	Insumo:	Consumo :	Preço (m ou unidade):	Custo:
	Malha de tulle	1,40 m	R\$ 34,90	R\$ 48,86
	Linha	200 m	R\$ 3,20	R\$ 0,64
	Etiqueta fantasia	1 unid.	R\$ 0,70	R\$ 0,70
	Etiqueta composição	1 unid.	R\$ 0,90	R\$ 0,90
	Embalagem	1unid.	R\$ 2,10	R\$ 2,10
Total de insumos:				R\$ 53,20

Amostra de tecido:	Mão de obra:	Tempo:	Valor	Custo
	Modelagem	30 min.	R\$ 3.873,28	R\$ 11,00
	Corte	15 min.	R\$ 1.776,73	R\$ 2,52
	Costura	43 min.	R\$ 1.608,97	R\$ 6,55
	Acabamentos	5 min.	R\$ 1.098,95	R\$ 0,52
Total de mão de obra:				R\$ 20,64
Custo direto total:				R\$73,84

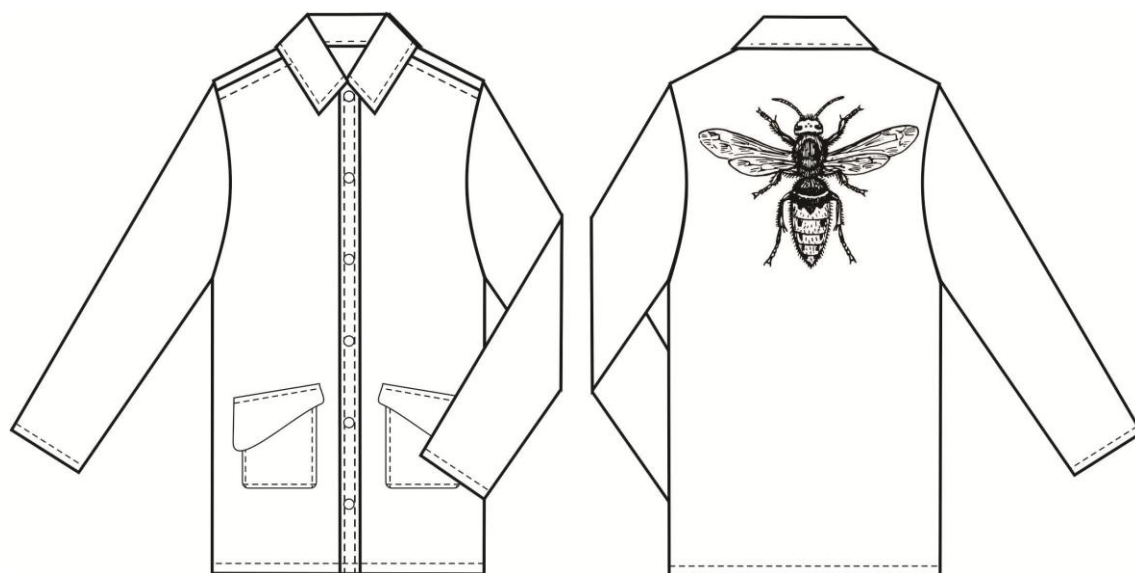
Obs.: A média salarial foi baseada em uma empresa de SP de pequeno porte - pelo site Sine, com profissionais qualificados (Master) calculado numa base de 44 horas semanais trabalhadas, 176 horas mensais trabalhadas.

O custo da linha e do fio foi calculado partindo que o rolo possui 1000 m de produto.

ATELIÊ


FICHA TECNICA DO PROTOTIPO

Referencia: P008	Designer: Juliane Lopes	Data criado: 14/10/2017
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer técnico: Juliane Lopes	Data modelado: 25/10/2017
Segmento: Tops masculinos	Modelista: Juliane Lopes	Data pilotado: 26/10/2017
Gradação: P - M - G - GG	Pilotista: Juliane Lopes	Data modificado: *
Tamanho do protótipo: P	Tecido principal: Brim	Data aprovado: 26/10/2017
Estação ou coleção: Insecta	Cores: C002	Custo estimado:



Frente

Costas

Descrição: Casaco com modelagem tradicional de comprimento alongado, com gola, colarinho, vista frontal com abotoamento simples no comprimento total do casaco, Inseto em bordado manual de linhas e pedrarias mistas.

Observações: Costuras internas/ fechamentos - em reta, acabamentos externos/ pespontos - em reta (3 pontos por cm), punho, carcela, gola e colarinho - aplicados em maquina reta (3 pontos por cm), barra - pesponto em máquina reta(aproximadamente 2cm da terminação da peça - 3 pontos por cm).

ATELIÊ



LISTAGEM DE INSUMOS

Referência: P008	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Gradação			
Segmento: Tops masculinos	Tecido principal: Brim	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C002	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Descrição	Fornecedor	Uso	Composição	Largura/ tamanho	Quantidade
T001 - Brim	Emboava	Peça completa.	100% algodão	1,50m	1,70m
T002 - Cetim	Emboava	Forro completo.	100% poliéster	1,50m	1,60m
A002 - Botões	JB aviam.	Vista frontal	Plástico tingido	2 cm	6 unid.
A003 - Fio	Coat	Costuras internas	100% poliéster	1000m	120m
A005 - Linha	Coat	Costuras internas e externas	100% poliéster	1000m	150m
A006 - Linha bordado Ancor	JB aviam.	Costa	100% algodão	50 m	16 m
A007 - Pedrarias mistas	JB aviam.	Costa	Plástico tingido	100gr	100gr
E001 - etiqueta fantasia	Art graf	Abaixo do colarinho, parte interna traseira	Cetim estampado em transfer	6x1,5 cm	1 unid.
E002 - etiqueta composição	Art graf	Lateral interna	Cetim estampado em transfer	12x 3,7 cm	1 unid.

Código	Descrição	Cor
T001	Brim	C002
T002	Cetim	C001
A002	Botão	C001
A003	Fio	C001
A005	Linha	C002
A006	Linha bordado Ancor	C001
A007	Pedrarias Mistas	C001
E001	Etiqueta fantasia	C006
E002	Etiqueta de composição	C006

Observações:

ATELIÊ


SEQUÊNCIA OPERACIONAL

Referência: P008	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops masculino.	Tecido principal: Brim	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C002	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Tipo de Operação	Máquina	Tempo (min.)
Modelagem	Sistema manual	60
Corte	Manual	35
Unir recortes costas - pala e rebater	Reta	10
Rebate dobra frontal	Reta	3
Junção ombros	Reta	6
Pregar mangas	Reta	16
Colocar bolsos	Reta	10
Unir gola e carcela	Reta	8
Pregar gola + carcela e etiqueta	Reta	8
Rebater Gola	Reta	4
Fechar laterais	Reta	10
Caseado	Caseadeira	5
Bainha	Reta	5
Bordado	Manual	200
Pregar botões	Manual	10
Limpeza	Manual	5
Tempo total da peça:		395 minutos

Descrição:

Observações: O tempo calculado dá-se numa média partindo do tempo gasto pela designer, este pode variar de pessoa para pessoa, sendo necessário adaptação da tabela, implicando na redução do lucro ou alteração do valor final da peça.

ATELIÊ



PLANILHA PRELIMINAR DE CUSTOS DIRETOS

Referência: P008	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Gradação			
Segmento: Tops	Tecido principal: Brim	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C002	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Desenho:

Insumo:	Consumo:	Preço (m ou unidade):	Custo:
Brim	1,70 m	R\$ 24,90	R\$ 42,33
Cetim	1,60m	R\$ 4,50	R\$ 7,20
Pedrarias	100 gr	R\$10,00	R\$ 10,00
Linha bordado meada	16 m	R\$ 2,50	R\$ 5,00
Botões	6 unid.	R\$ 0,40	R\$ 2,40
Linha	150 m	R\$ 3,20	R\$ 0,48
Fio	120 m	R\$ 2,80	R\$ 0,33
Etiqueta fantasia	1 unid.	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Etiqueta composição	1 unid.	R\$ 0,90	R\$ 0,90
Embalagem	1 unid.	R\$ 2,10	R\$ 2,10
Total de insumos:			R\$ 71,44

Amostra de tecido:

Mão de obra:	Tempo:	Valor	Custo
Modelagem	60 min.	R\$ 3.873,28	R\$ 22,00
Corte	35 min.	R\$ 1776,73	R\$ 5,88
Bordado	200 min.	R\$ 2323,83	R\$ 44,00
Costura	85 min.	R\$ 1608,97	R\$ 5,33
Acabamentos	15 min.	R\$ 1098,95	R\$ 1,56
Total de mão de obra:			R\$ 78,77
Custo direto total:			R\$150,21

Obs.: A média salarial foi baseada em uma empresa de SP de pequeno porte - pelo site Sine, com profissionais qualificados (Master) calculado numa base de 44 horas semanais trabalhadas, 176 horas mensais trabalhadas.

O custo da linha e do fio foi calculado partindo que o rolo possui 1000 m de produto.

ATELIÊ

Juliane Lopes

FICHA TECNICA DO PROTOTIPO

Referencia: P0012	Designer: Juliane Lopes	Data criado: 14/10/2017
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer técnico: Juliane L.	Data modelado: 25/10/2017
Segmento: Tops masculinos	Modelista: Juliane Lopes	Data pilotado: 26/10/2017
Graduação: P - M - G - GG	Pilotista: Juliane Lopes	Data modificado: *
Tamanho do protótipo: P	Tecido principal: Malha de tulle	Data aprovado: 26/10/2017
Estação ou coleção: Insecta	Cores: C001	Custo estimado:



Frente



Costas

Descrição: Camiseta manga longa com modelagem tradicional em malha de tule, insetos bordados em pedraria (trabalho manual).

Observações: Todas costuras em maquina reta (aproximadamente 3 pontos por cm) .

ATELIÊ

Juliane Lopes

LISTAGEM DE INSUMOS

Referência: P0012	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Gradação			
Segmento: Tops masculinos	Tecido principal: Malha de tule	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C001	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Descrição	Fornecedor	Uso	Composição	Largura/ tamanho	Quantidade
T005 - Malha de tule.	Emboava	Peça inteira.	100% poliéster	1,50m	1,40m
A005 - Linha	Coat	Costuras internas e externas	100% poliéster	1000m	290m
A007 - Pedrarias mistas	JB aviam.	Vista frontal e mangas.	Plástico tingido	Variado	200 gr.
E001 - etiqueta fantasia	Art graf	Abaixo do colarinho, parte interna traseira	Cetim estampado em transfer	6x1,5 cm	1 unid.
E002 - etiqueta composição	Art graf	Lateral interna	Cetim estampado em transfer	12x 3,7 cm	1 unid.

Código	Descrição	Cor
T005	Malha de tule	C001
A005	Pedrarias Mistas	C001,C004,C005

A007	Linha	C001
E001	Etiqueta fantasia	C006
E002	Etiqueta de composição	C006

Observações:

ATELIÊ	
--------	---

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

Referência: P0012	Designer: Juliane Lopes	Tam. do protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Gradação			
Segmento: Tops masculino.	Tecido principal: Malha de tule	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C001	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Tipo de Operação	Máquina	Tempo (min.)
Modelagem	Sistema manual	30
Corte	Manual	15
Junção ombros	Reta	3
Pregar mangas	Reta	8
Fechar laterais	Reta	5
Costurar etiqueta	Reta	2
Bainha	Reta	5
Bordado	Manual	320
Limpeza	Manual	5
Tempo total da peça:		393 minutos

Descrição:


Observações: O tempo calculado dá-se numa média partindo do tempo gasto pela designer, este pode variar de pessoa para pessoa, sendo necessária adaptação da tabela, implicando na redução do lucro ou alteração do valor final da peça.

A TELIÊ

Juliane Lopes

PLANILHA PRELIMINAR DE CUSTOS DIRETOS

Referência: P0012	Designer: Juliane Lopes	Tam. do protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops	Tecido principal: Malha de tule	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C001	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Desenho: 	Insumo:	Consumo:	Preço (m ou unidade):	Custo:
	Malha de tule	1,40 m	R\$ 34,90	R\$ 48,86
	Pedrarias Mistas	200 gr	R\$ 20,00	R\$ 20,00
	Linha	290 m	R\$ 3,20	R\$ 0,92
	Etiqueta fantasia	1 unid.	R\$ 0,70	R\$ 0,70
	Etiqueta composição	1 unid.	R\$ 0,90	R\$ 0,90
	Embalagem	1 unid.	R\$ 2,10	R\$ 2,10
Total de insumos:				R\$ 73,48

Amostra de tecido:	Mão de obra:	Tempo:	Valor	Custo
---------------------------	---------------------	---------------	--------------	--------------

	Modelagem	30 min.	R\$ 3.873,97	R\$ 11,00
	Corte	15 min.	R\$ 1776,73	R\$ 2,52
	Costura	23 min.	R\$ 1608,97	R\$ 3,50
	Bordadeira	320 min.	R\$ 2323,83	R\$ 70,39
	Acabamentos	5 min.	R\$ 1098,95	R\$ 0,52
Total de mão de obra:				R\$ 87,93
Custo direto total				R\$ 161,41

Obs.: A média salarial foi baseada em uma empresa de SP de pequeno porte - pelo site Sine, com profissionais qualificados (Master) calculado numa base de 44 horas semanais trabalhadas, 176 horas mensais trabalhadas.

O custo da linha e do fio foi calculado partindo que o rolo possui 1000 m de produto.

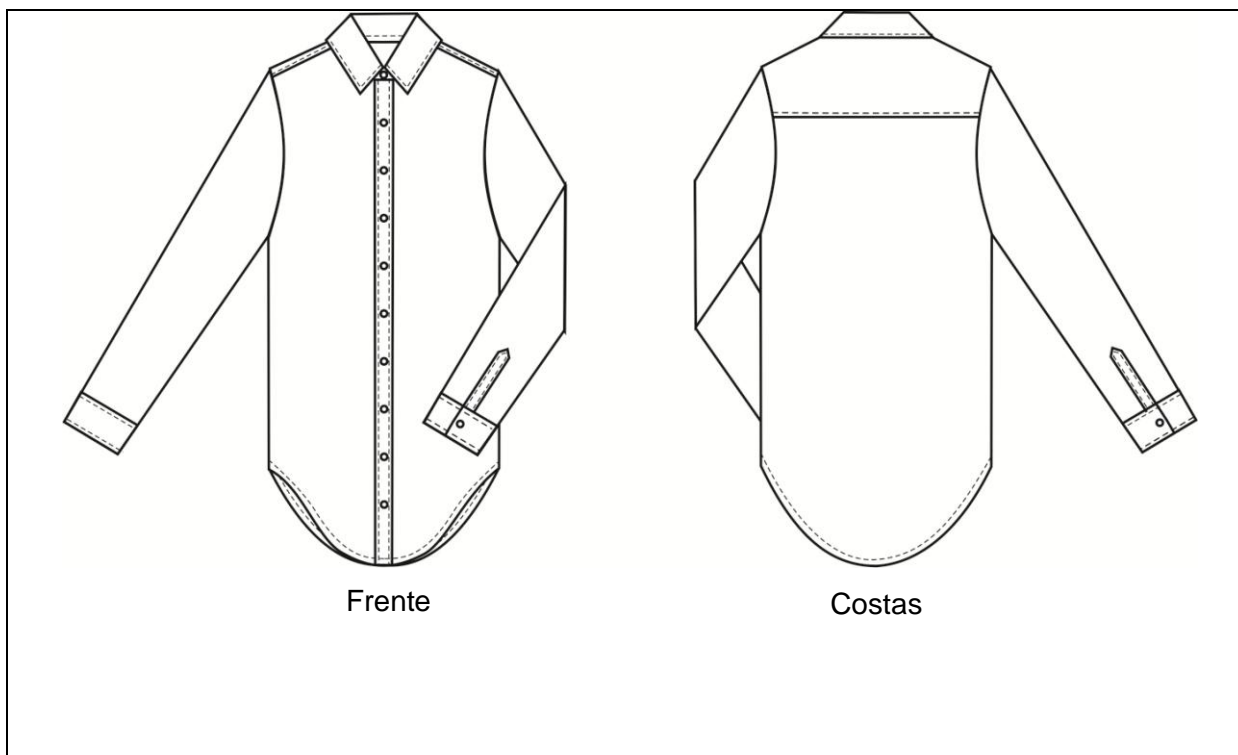
ATELIÊ



FICHA TECNICA DO PROTOTIPO

Referencia: P012c	Designer: Juliane Lopes	Data criado: 14/10/2017
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer técnico: Juliane L.	Data modelado: 25/10/2017
Segmento: Tops masculinos	Modelista: Juliane Lopes	Data pilotado: 26/10/2017
Graduação: P - M - G - GG	Pilotista: Juliane Lopes	Data modificado: *
Tamanho do protótipo: P	Tecido principal: Tricoline	Data aprovado: 26/10/2017
Estação ou coleção: Insecta	Cores: C006	Custo estimado:

--



Descrição: Camisa com modelagem tradicional de comprimento alongado, com gola, colarinho, punho, carcela, pala, vista frontal com abotoamento simples no comprimento total da camisa.

Observações: Costuras internas/ fechamentos - em interlock, acabamentos externos/ pespontos - em reta (3 pontos por cm), punho, carcela, gola e colarinho - aplicados em maquina reta (3 pontos por cm), barra - pesponto em máquina reta(aproximadamente 4mm da terminação da peça - 3 pontos por cm)

ATELIÊ

Juliane Lopes

LISTAGEM DE INSUMOS

Referência: P012c	Designer: Juliane Lopes	Tam. do protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Gradação			
Segmento: Tops masculinos	Tecido principal: Tricoline	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C006	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Descrição	Fornecedor	Uso	Composição	Largura/ tamanho	Quantidade
-----------	------------	-----	------------	---------------------	------------

T007 - Tricoline	Emboava	Peça completa.	100% algodão	1,50m	1,60m
A001 - Botões	JB aviam.	Punho e vista frontal	Plástico tingido	1 cm	8 unid.
A003 - Fio	Coat	Costuras internas	100% poliéster	1000m	120m
A005 - Linha	Coat	Costuras internas e externas	100% poliéster	1000m	150m
E001 - etiqueta fantasia	Art graf	Abaixo do colarinho, parte interna traseira	Cetim estampado em transfer	6x1,5 cm	1 unid.
E002 - etiqueta composição	Art graf	Lateral interna	Cetim estampado em transfer	12x 3,7 cm	1 unid.

Código	Descrição	Cor
T001	Tecido Tricoline	C006
A001	Botão	C006
A003	Fio	C006
A007	Linha	C006
E001	Etiqueta fantasia	C006
E002	Etiqueta de composição	C006

Observações:

ATELIÊ

Juliane Lopes

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

Referência: P012c	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops masculino.	Tecido principal: Tricoline	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C006	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Tipo de Operação	Máquina	Tempo (min.)
Modelagem	Sistema manual	30

Corte	Manual	25
Unir recortes costas - pala e rebater	Reta	5
Rebate dobra frontal	Reta	3
Junção ombros	Interlock	3
Pregar mangas	Interlock	8
Unir gola e carcela	Reta	8
Pregar gola + carcela e etiqueta	Reta	8
Rebater Gola	Reta	4
Fechar laterais	Interlock	5
Colocar carcela	Reta	3
Colocar punho	Reta	5
Caseado	Caseadeira	5
Bainha	Overlock e Reta	5
Pregar botões	Manual	10
Limpeza	Manual	5
Tempo total da peça:		162 minutos

Descrição:

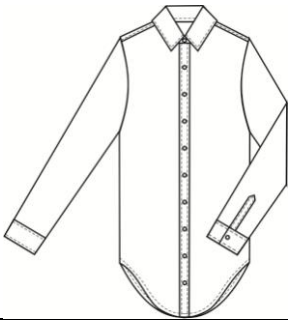
Observações: O tempo calculado dá-se numa média partindo do tempo gasto pela designer, este pode variar de pessoa para pessoa, sendo necessária adaptação da tabela, implicando na redução do lucro ou alteração do valor final da peça.

ATELIÊ



PLANILHA PRELIMINAR DE CUSTOS DIRETOS

Referência: P012c	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops	Tecido principal: Tricoline	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C006	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			
Desenho:	Insumo:	Consumo:	Preço (m ou unidade):	Custo:	

	Tricoline	1,60 m	R\$ 4,90	R\$ 39,84
	Botões	8 unid.	R\$ 0,20	R\$ 1,60
	Linha	150 m	R\$ 3,20	R\$ 0,48
	Fio	120 m	R\$ 2,80	R\$ 0,33
	Etiqueta fantasia	1 unid.	R\$ 0,70	R\$ 0,70
	Etiqueta composição	1 unid.	R\$ 0,90	R\$ 0,90
	Embalagem	1 unid.	R\$ 2,10	R\$ 2,10
	Total de insumos:			

Amostra de tecido:	Mão de obra:	Tempo:	Valor	Custo
	Modelagem	60 min.	R\$ 3.873,28	R\$ 22,00
	Corte	25 min.	R\$ 1776,73	R\$ 4,20
	Costura	62 min.	R\$ 1608,97	R\$ 9,44
	Acabamentos	15 min.	R\$ 1098,95	R\$ 1,56
Total de mão de obra:				R\$ 37,20
Custo direto total:				R\$83,15

Obs.: A média salarial foi baseada em uma empresa de SP de pequeno porte - pelo site Sine, com profissionais qualificados (Master) calculado numa base de 44 horas semanais trabalhadas, 176 horas mensais trabalhadas.

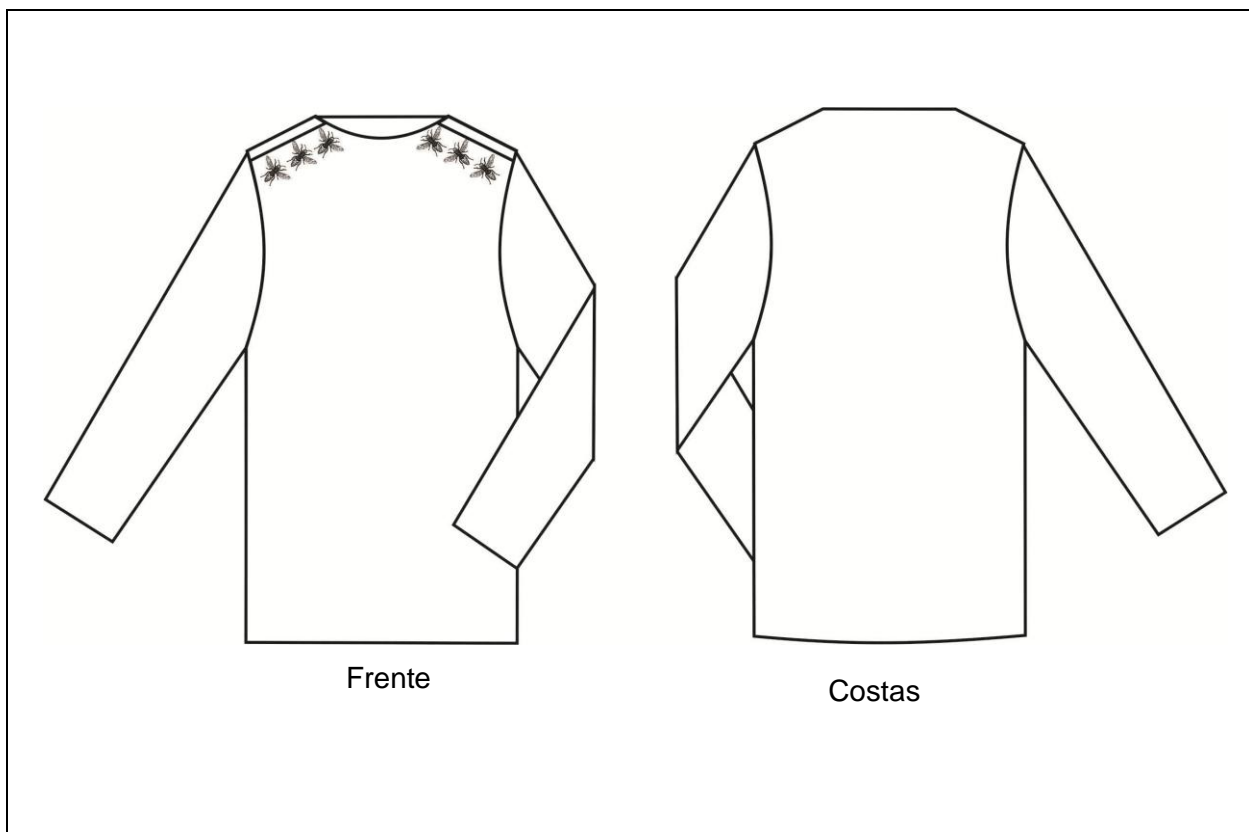
O custo da linha e do fio foi calculado partindo que o rolo possui 1000 m de produto.

ATELIÊ

Juliane Lopes

FICHA TECNICA DO PROTOTIPO

Referencia: P016	Designer: Juliane Lopes	Data criado: 14/10/2017
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer técnico: Juliane L.	Data modelado: 25/10/2017
Segmento: Tops masculinos	Modelista: Juliane Lopes	Data pilotado: 26/10/2017
Graduação: P - M - G - GG	Pilotista: Juliane Lopes	Data modificado: *
Tamanho do protótipo: P	Tecido principal: Malha de lã.	Data aprovado: 26/10/2017
Estação ou coleção: Insecta	Cores: C004	Custo estimado:



Descrição: Camiseta manga longa com modelagem tradicional.

Observações: Peça confeccionada em tricô, ponto simples, agulha 4,5.

ATELIÊ

Juliane Lopes

LISTAGEM DE INSUMOS

Referência: P016	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Gradação			
Segmento: Tops masculinos	Tecido principal: Malha de lã	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C004	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Descrição	Fornecedor	Uso	Composição	Largura/ tamanho	Quantidade
A004 - Linha lã	Circulo	Peça inteira.	75% poliéster 25% Acrílico	100 gr	500gr
A007 - Pedrarias mistas	JB aviam.	Vista frontal e mangas.	Plástico tingido	Variado	200 gr.
E001 - etiqueta fantasia	Art graf	Abaixo do colarinho, parte interna traseira	Cetim estampado em transfer	6x1,5 cm	1 unid.
E002 - etiqueta composição	Art graf	Lateral interna	Cetim estampado em transfer	12x 3,7 cm	1 unid.

Código	Descrição	Cor
A004	Linha lã	C004
A007	Pedrarias mistas	C001
E001	Etiqueta fantasia	C006
E002	Etiqueta de composição	C006

Observações:

ATELIÊ



SEQUÊNCIA OPERACIONAL

Referência: P016

Marca: Ateliê Juliane Lopes

Designer: Juliane Lopes

Designer tec.: Juliane Lopes

Tam. protótipo: P

Graduação

Segmento: Tops masculino.	Tecido principal: Malha de lã.	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C004	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Tipo de Operação	Máquina	Tempo (min.)
Modelagem	Sistema manual	30
Tricotagem	Manual	1080
Junção ombros	Manual	3
Junção mangas	Manual	8
Fechar laterais	Manual	5
Costurar etiqueta	Manual	5
Bordado	Manual	80
Limpeza	Manual	5
Tempo total da peça:		1216 minutos

Descrição:

Observação: O tempo calculado dá-se na média partindo do tempo gasto pela designer, este pode variar de pessoa para pessoa, sendo necessária adaptação da tabela, implicando na redução do lucro ou alteração do valor final da peça.

ATELIÊ




PLANILHA PRELIMINAR DE CUSTOS DIRETOS

Referência: P016

Designer: Juliane Lopes

Tam. protótipo: P

Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Gradação			
Segmento: Tops	Tecido principal: Malha de lã	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C004	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Desenho: 	Insumo:	Consumo:	Preço (m ou unidade):	Custo:
	Linha lã	500 gr	R\$ 14,90	R\$ 74,50
	Pedraria Mista	100 gr	R\$ 10,00	R\$ 10,00
	Etiqueta fantasia	1 unid.	R\$ 0,70	R\$ 0,70
	Etiqueta composição	1 unid.	R\$ 0,90	R\$ 0,90
	Embalagem	1 unid.	R\$ 2,10	R\$ 2,10
Total de insumos:				R\$ 99,21

Amostra de tecido:	Mão de obra:	Tempo:	Valor	Custo
	Modelagem	30 min.	R\$ 3.873,28	R\$ 11,00
	Artesão tecelão	1080 min.	R\$ 2323,83	R\$ 237,66
	Bordadeira	80 min.	R\$ 2323,83	R\$ 13,26
	Acabamentos	5 min.	R\$ 1.098,97	R\$ 0,52
Total de mão de obra:				R\$ 262,44
Custo direto total:				R\$361,65

Obs.: A média salarial foi baseada em uma empresa de SP de pequeno porte - pelo site Sine, com profissionais qualificados (Master) calculado numa base de 44 horas semanais trabalhadas, 176 horas mensais trabalhadas.

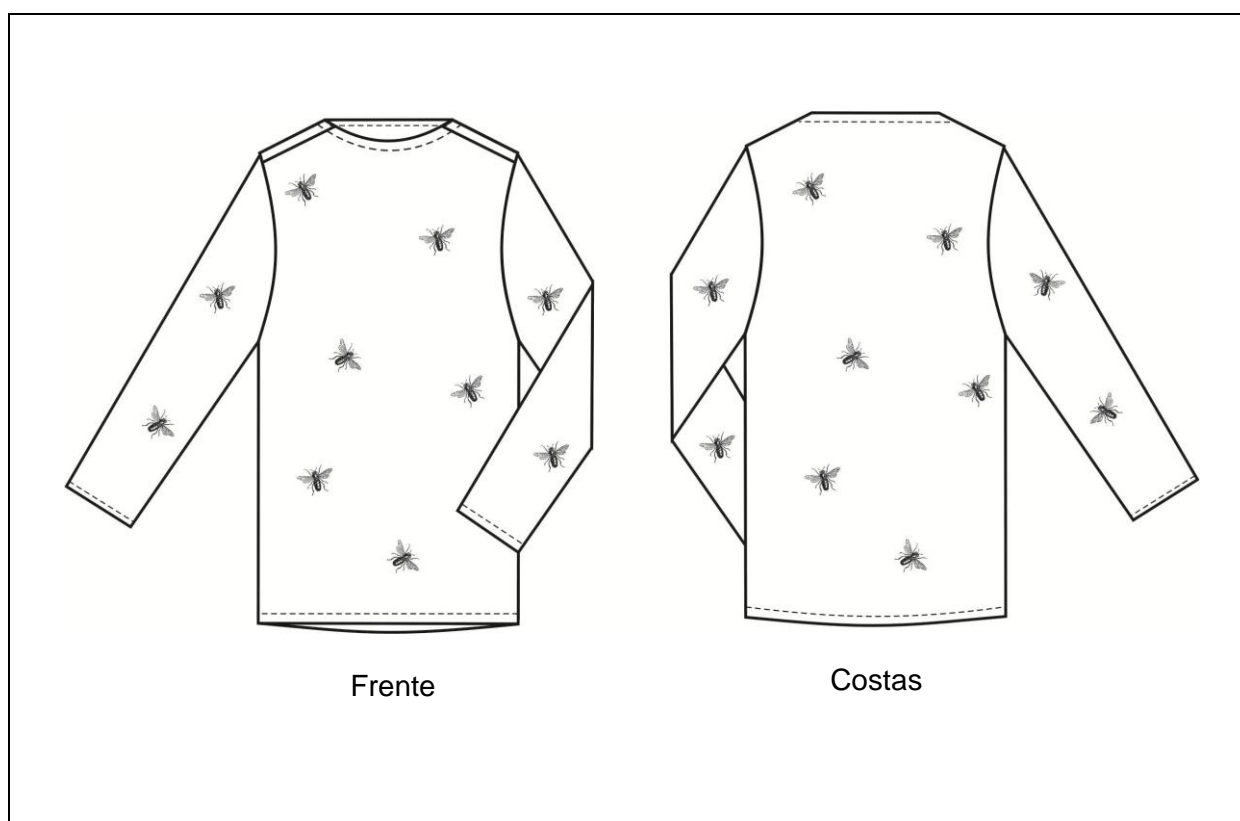
O custo da linha e do fio foi calculado partindo que o rolo possui 1000 m de produto.

ATELIÊ



FICHA TECNICA DO PROTOTIPO

Referencia: P019	Designer: Juliane Lopes	Data criado: 14/10/2017
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer técnico: Juliane Lopes	Data modelado: 25/10/2017
Segmento: Tops masculinos	Modelista: Juliane Lopes	Data pilotado: 26/10/2017
Graduação: P - M - G - GG	Pilotista: Juliane Lopes	Data modificado: *
Tamanho do prototipo: P	Tecido principal: Moletom	Data aprovado: 26/10/2017
Estação ou coleção: Insecta	Cores: C001	Custo estimado:



Descrição: Moletom modelagem tradicional, sem punho, acabamento em pespontos nas terminações gola, manga e barra, bordado em insetos de pedraria.

Observações: Costuras internas/ fechamentos - em overlock, terminações punho, barra e gola - pesponto em máquina reta(aproximadamente 3 pontos por cm) .

ATELIÊ

Juliane Lopes

LISTAGEM DE INSUMOS

Referência: P016	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops masculinos	Tecido principal: Moletom	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C001	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Descrição	Fornecedor	Uso	Composição	Largura/ tamanho	Quantidade
T006 - Moletom.	Vicunha	Peça inteira.	50% poliéster 50% algodão	1,50m	1,40m
A003 - Fio	Coat	Costuras internas e externas	100% poliéster	1000m	150m
A005 - Linha	Coat	Costuras internas	100% poliéster	1000m	120m
A007 - Pedrarias mistas	JB aviam.	Vista frontal e mangas.	Plástico tingido	Variado	400 gr.
E001 - etiqueta fantasia	Art graf	Abaixo do colarinho, parte interna traseira	Cetim estampado em transfer	6x1,5 cm	1 unid.
E002 - etiqueta composição	Art graf	Lateral interna	Cetim estampado em transfer	12x 3,7 cm	1 unid.

Código	Descrição	Cor
T006	Moletom	C001
A003	Fio	C001
A005	Linha	C001
A007	Pedrarias mistas	C001
E001	Etiqueta fantasia	C006
E002	Etiqueta de composição	C006

Observações:

ATELIÊ



SEQUÊNCIA OPERACIONAL

Referência: P019	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops masculino.	Tecido principal: Moletom	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C001	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Tipo de Operação	Máquina	Tempo (min.)
Modelagem	Sistema manual	30
Corte	Manual	15
Junção ombros	Overlock	3
Pregar mangas	Overlock	8
Fechar laterais	Overlock	5
Costurar etiqueta	Reta	2
Pespontos	Reta	5
Bordado	Manual	360
Limpeza	Manual	5
Tempo total da peça:		433 minutos

Descrição:


Observação: O tempo calculado dá-se na média partindo do tempo gasto pela designer, este pode variar de pessoa para pessoa, sendo necessária adaptação da tabela, implicando na redução do lucro ou alteração do valor final da peça.

ATELIÊ



PLANILHA PRELIMINAR DE CUSTOS DIRETOS

Referência: P019	Designer: Juliane Lopes	Tam. do protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops	Tecido principal: Moletom	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C001	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Desenho: 	Insumo:	Consumo:	Preço (m ou unidade):	Custo:
	Moletom	1,40 m	R\$ 35,90	R\$ 50,26
	Linha	120 m	R\$ 3,20	R\$ 0,38
	Fio	150 m	R\$ 2,80	R\$ 0,42
	Pedrarias mistas	400 gr.	R\$ 10,00	R\$ 40,00
	Etiqueta fantasia	1 unid.	R\$ 0,70	R\$ 0,70
	Etiqueta composição	1 unid.	R\$ 0,90	R\$ 0,90
	Embalagem	1 unid.	R\$ 2,10	R\$ 2,10
Total de insumos:				R\$ 94,76

Amostra de tecido:	Mão de obra:	Tempo:	Valor	Custo
	Modelagem	30 min.	R\$ 3.873,97	R\$ 11,00
	Corte	15 min.	R\$ 1776,73	R\$ 2,52
	Costura	23 min.	R\$ 1608,97	R\$ 3,50

	Bordadeira	360 min.	R\$ 2323,83	R\$ 79,22
	Acabamentos	5 min.	R\$ 1098,95	R\$ 0,52
Total de mão de obra:				R\$ 96,76
Custo direto total:				R\$191,52

Obs.: A média salarial foi baseada em uma empresa de SP de pequeno porte - pelo site Sine, com profissionais qualificados (Master) calculado numa base de 44 horas semanais trabalhadas, 176 horas mensais trabalhadas.

O custo da linha e do fio foi calculado partindo que o rolo possui 1000 m de produto.

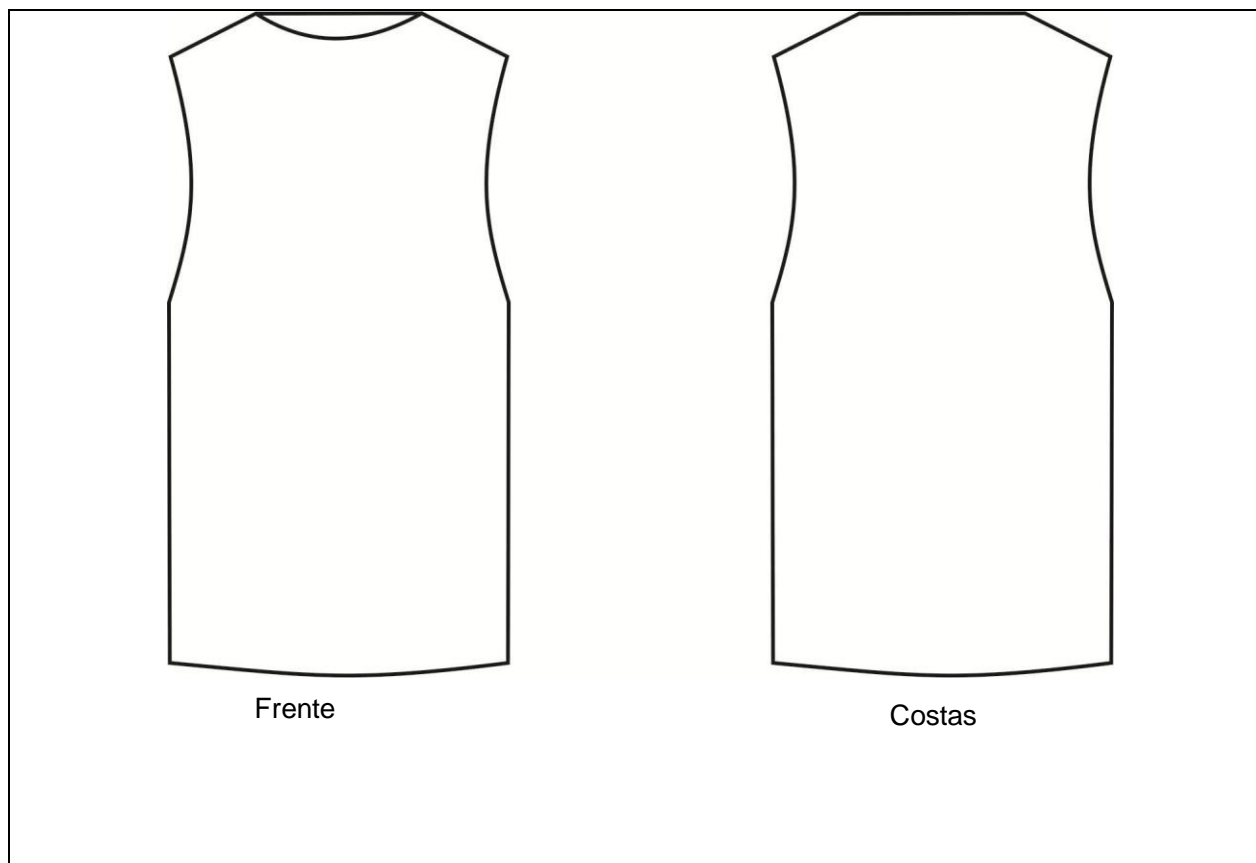
ATELIÊ



FICHA TECNICA DO PROTOTIPO

Referencia: P019c	Designer: Juliane Lopes	Data criado: 14/10/2017
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer técnico: Juliane L.	Data modelado: 25/10/2017
Segmento: Tops masculinos	Modelista: Juliane Lopes	Data pilotado: 26/10/2017
Graduação: P - M - G - GG	Pilotista: Juliane Lopes	Data modificado: *
Tamanho do protótipo: P	Tecido principal: Malha de lã.	Data aprovado: 26/10/2017
Estação ou coleção: Insecta	Cores: C005	Custo estimado:

--



Descrição: Regata manga machão, modelagem tradicional.

Observações: Peça confeccionada em tricô, ponto simples + 2 laçada, agulha 4,5.

ATELIÊ

Juliane Lopes

LISTAGEM DE INSUMOS

Referência: P019c	Designer: Juliane Lopes	Tam. protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Graduação			
Segmento: Tops masculinos	Tecido principal: Malha de lã	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C005	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Descrição	Fornecedor	Uso	Composição	Largura/ tamanho	Quantidade
A004 - Linha lã	Circulo	Peça inteira.	100% Acrílico	100 gr	300gr
E001 - etiqueta fantasia	Art graf	Abaixo do colarinho, parte interna traseira	Cetim estampado em transfer	6x1,5 cm	1 unid.
E002 - etiqueta composição	Art graf	Lateral interna	Cetim estampado em transfer	12x 3,7 cm	1 unid.

Código	Descrição	Cor
A004	Linha lã	C005
E001	Etiqueta fantasia	C006
E002	Etiqueta de composição	C006

Observações:

ATELIÊ



SEQUENCIAS OPERACIONAIS

Referência: P019c

Marca: Ateliê Juliane Lopes

Designer: Juliane Lopes

Designer tec.: Juliane Lopes

Tam. protótipo: P

Graduação


Segmento: Tops masculino.	Tecido principal: Malha de lã.	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C005	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Tipo de Operação	Máquina	Tempo (min.)
Modelagem	Sistema manual	30
Tricotagem	Manual	800
Junção ombros	Manual	13
Fechar laterais	Manual	20
Costurar etiqueta	Manual	5
Limpeza	Manual	5
Tempo total da peça:		1216 minutos

Descrição:

Observação: O tempo calculado dá-se na média partindo do tempo gasto pela designer, este pode variar de pessoa para pessoa, sendo necessária adaptação da tabela, implicando na redução do lucro ou alteração do valor final da peça.

Referência: P019	Designer: Juliane Lopes	Tam. do protótipo: P			
Marca: Ateliê Juliane Lopes	Designer tec.: Juliane Lopes	Gradação			
Segmento: Tops	Tecido principal: Malha de lã	P	M	G	GG
Estação/ coleção: Insecta	Cor: C005	Distrib. de tam.			
Data criado: 14/10/2017	Data aprovado: 26/10/2017	1			

Desenho: 	Insumo:	Consumo:	Preço (m ou unidade):	Custo:
	Linha lã	300 gr	R\$ 14,90	R\$ 44,70
	Etiqueta fantasia	1 unid.	R\$ 0,70	R\$ 0,70
	Etiqueta composição	1 unid.	R\$ 0,90	R\$ 0,90
	Embalagem	1unid.	R\$ 2,10	R\$ 2,10
Total de insumos:				R\$ 48,40

Amostra de tecido:	Mão de obra:	Tempo:	Valor	Custo
	Modelagem	30 min.	R\$ 3.873,28	R\$ 11,00
	Artesão tecelão	1080 min.	R\$ 2323,83	R\$ 237,66
	Acabamentos	5 min.	R\$ 1.098,97	R\$ 0,52
Total de mão de obra:				R\$ 210,88
Custo direto total:				R\$ 259,28

Obs.: A média salarial foi baseada em uma empresa de SP de pequeno porte - pelo site Sine, com profissionais qualificados (Master) calculado numa base de 44 horas semanais trabalhadas, 176 horas mensais trabalhadas.

O custo da linha e do fio foi calculado partindo que o rolo possui 1000 m de produto.