

Personal stylist

moda, consultoria e profissão

Paola Zanette



Fotos
Juliana Moscofian

Ilustrações
Anderson Luiz de Souza

Convidadas
Ana Carolina Acom
Camila Bisol Brum Scherer
Lisete Arnizaut de Vargas

Paola Flores Della Pasqua Zanette

**Personal stylist:
moda, consultoria e profissão**

1ª Edição

Porto Alegre
CANTO - Cultura e Arte

2017

PERSONAL STYLIST: **Moda, Consultoria e Profissão**

Autora: Paola Zanette
Fotos: Juliana Moscofian
Ilustrações: Anderson Luiz de Souza

Autora:

Paola Flores Della Pasqua Zanette

Fotografias:

Juliana Moscofian

Assistente de Fotografia:

Daniel Finger

Ilustrações:

Anderson Luiz de Souza

Projeto Editorial:

CANTO - Cultura e Arte

INDEPIN - Miriam Piber Campos

Processo C3 - Wagner Ferraz - Estudos do Corpo

Projeto Gráfico e Layout:

Wagner Ferraz - Processo C3

Jessica Krahl

Diagramação:

Jessica Krahl

Criação e Arte da Capa:

Anderson Luiz de Souza

Foto da Capa:

Juliana Moscofian

Revisão:

Carla Severo Trindade

Coordenação Editorial - Editores

Wagner Ferraz e Diego Esteves

Editora:

Canto - Cultura e Arte

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Z28p	Zanette, Paola Flores Della Pasqua Personal stylist: moda, consultoria e profissão / Paola Flores Della Pasqua Zanette. -- Porto Alegre : Canto-Cultura e Arte, 2017. 192 p. Fotografias: Juliana Moscofian Ilustrações: Anderson Luiz de Souza ISBN 978-85-69802-06-8 1. MODA. 2. ESTILO PESSOAL - VESTUÁRIO. I. Título. CDU 391 CDD 391
------	--

Bibliotecária responsável
Catherine da Silva Cunha
CRB 10/1961

CANTO - Cultura e Arte

A “CANTO – Cultura e Arte” foi criada em 2010, a partir das experiências e demandas do “NECITRA – Núcleo de Estudos e Experimentações com Circo e Transversalidades”, se focando a produção artísticas. Atualmente possui registro editorial possibilitando publicar livros, periódicos e diferentes textos em formato impresso, impresso sob demanda, e-book e também disponibilizar arquivos em formato “pdf” para download gratuito, como produções textuais diversas e pesquisas de seus parceiros, convidados e demais interessados. Os temas publicados variam dentro dos campos das Artes e Educação, destacando as artes da cena (dança, circo, teatro, performance...), artes visuais, fotografia, produção cultural e moda atravessadas por perspectivas poéticas, histórias, filosóficas, políticas, culturais... Os projetos desenvolvidos estão sob a Coordenação Editorial de Wagner Ferraz e Diego Esteves e o projeto editorial desenvolvido pelo Processo C3.



A yellow vertical line starts from the top left of the page and extends downwards. At the bottom of this line, a yellow right-angled triangle is attached, pointing towards the right.

DEDICATÓRIA

Dedico este livro aos que dividem comigo
o amor pela moda e por todos os seus profissionais.
Aos que me ensinaram, acrescentaram,
e aos que viraram amor e amigos.

AGRADECIMENTOS

Agradecer é retribuir e recompensar.

Então dedico e presenteio os meus pais com esse livro.

À Marcia e ao Ricardo, que são os maiores responsáveis e idealizadores dos meus projetos, além de também construtores das minhas oportunidades, obrigada pelo amor e por serem meus.

Agradeço à minha Avó, por ser minha fada madrinha e sempre transformar meus sonhos em realidade, por ser colo e referência de vida, e à minha tia Lilian, que me apresentou a moda e me incentivou sempre.

Obrigada Wagner, Miriam e Lise, pela oportunidade e carinho.

EQUIPE DE DESENVOLVIMENTO E COLABORADORES

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer à "Família Indepin", pelas oportunidades e pela alegria de trabalhar em um lugar tão agradável e cheio de pessoas incríveis. Aos alunos tão queridos, que sempre que vão deixam um pouco deles em mim.

Gostaria de agradecer às minhas amigas, companheiras de trabalho e assistentes de produção: Rafaela da Rocha, Ellen Correa e Vanessa Milbradt.

Também à fotógrafa Juliana Moscofian, que materializou e transformou em arte as minhas ideias, e ao seu assistente, Daniel Finger.

Ao incrível ilustrador, professor e meu eterno mestre, Anderson Luiz de Souza: tuas ilustrações são carinhos para os olhos e para alma.

Aos modelos Kauê Machado Ilha e Isabella Fochesatto, que emprestaram um pouco da sua beleza a este livro, juntamente com sua agência Joy Model Management RS, e seu diretor Cleber Machado: são amigos queridos e grandes profissionais.

À responsável pela beleza, Leticia Korpalski.

Obrigada, Carolina Vieira, pelas palavras, e por não me deixar desistir.

E, finalmente, ao idealizador deste trabalho, ao cheio de carinho e disposição para ensinar, Wagner Ferraz: sem você nada seria possível.

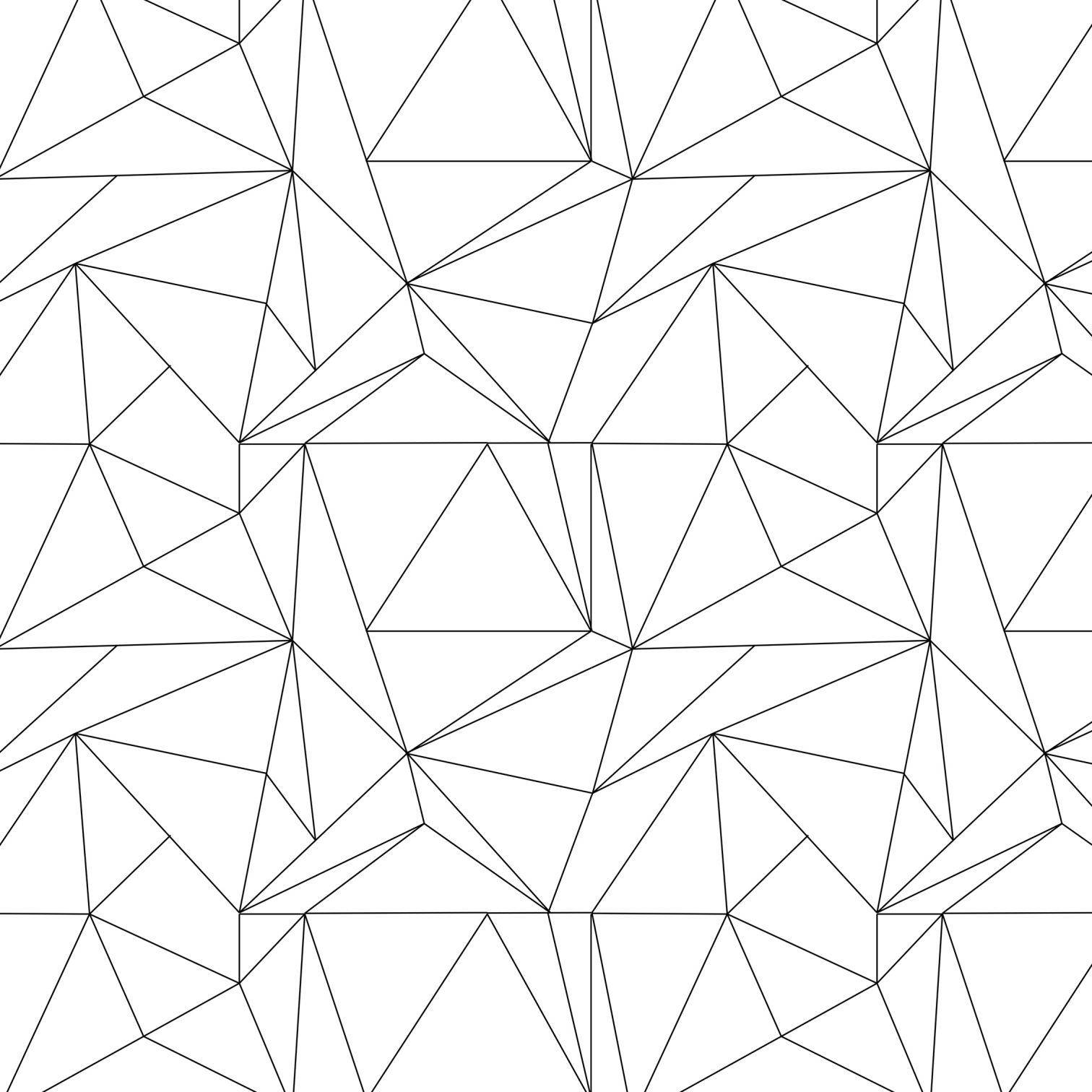
A todos, meu eterno agradecimento.

SUMÁRIO

– PREFÁCIO I	17
Camila Bisol Brum Scherer	
– PREFÁCIO II	21
Lisete Arnizaut de Vargas	
– APRESENTAÇÃO	25
Ana Carolina Acom	
1 - INTRODUÇÃO	29
2 - A IMPORTÂNCIA DA APRESENTAÇÃO PESSOAL	35
3 - O QUE FAZ UM PERSONAL STYLIST?	41
3.1 - Consultoria total de imagem, definição de estilo pessoal e organização do guarda-roupa	45
3.2 - Consultoria para um único look ou ocasião	45
3.3 - Organização de malas	45
3.4 - Dicas de moda e tendência	46
3.5 - Organização de guarda-roupa	46
3.6 - Consultoria para lojas	46
3.7 - Consultoria para vendedores de lojas	46
3.8 - Consultoria para pessoas públicas e famosas	47
3.9 - Personal Shopper	47
4 - AS ETAPAS DO TRABALHO DO PERSONAL STYLIST	51
4.1 - Questões iniciais	53
4.2 – Passo a passo	54
5 - ANÁLISE DO ESTILO PESSOAL – O UNIVERSO FEMININO	59
5.1 - TÉCNICAS/MÉTODOS:	64

5.2 - QUESTIONÁRIO DE ESTILO - DEFININDO O ESTILO PESSOAL -----	66
5.3 – PAINEL IMAGÉTICO -----	68
5.3.1 - Painel de estilo -----	70
5.3.2 - Painel de personalidade -----	71
5.3.3 - Painel de estilo de vida e gostos pessoais -----	72
5.3.4 - Painel de acessórios e estilo -----	73
5.3.5 - Painel de estilo com roupas, imagens e acessórios -----	74
5.4 – ENTREVISTA -----	75
5.5 - TIPOS DE ESTILO -----	76
5.5.1 - Estilo Esportivo (ou natural) -----	78
5.5.2 - Estilo Tradicional -----	82
5.5.3 - Estilo elegante -----	86
5.5.4 - Romântico -----	90
5.5.5 - Estilo Sexy -----	94
5.5.6 - Moderno (criativo) -----	98
5.5.7 - Estilo Dramático -----	102
5.6 - TIPO FÍSICO -----	106
5.6.1 - Ampulheta ou "X" -----	110
5.6.2 - Triângulo ou "A" -----	112
5.6.3 - Triângulo invertido ou "Y" -----	114
5.6.4 - Oval ou "O" -----	116
5.6.5 - Retângulo ou "H" -----	119
5.6.6 - Dicas para as pessoas de estaturas "muito altas" ou estaturas "baixas" ---	121
6 – CORES -----	125
6.1 - A IMPORTÂNCIA DAS CORES -----	127
6.2 - O QUE SÃO CORES QUENTES E CORES FRIAS? -----	132
6.3 - PARA ENTENDERMOS MELHOR AS CORES E SEUS SIGNIFICADOS -----	136
7 - CONSULTORIA DE ESTILO MASCULINO -----	143
7.1 - TIPOS DE ESTILO -----	145
7.1.1 - Estilo Esportivo -----	146
7.1.2 - Estilo Elegante -----	148

7.1.3 - Estilo Tradicional -----	150
7.1.4 - Estilo Romântico -----	152
7.1.5 - Estilo Sexy -----	155
7.1.6 - Estilo Criativo -----	156
7.1.7 - Estilo Dramático -----	158
7.2 - TIPO FÍSICO MASCULINO -----	161
7.2.1 - Homens baixos -----	162
7.2.2 - Homens altos -----	163
7.2.3 - Homens acima do peso -----	164
7.3 - DICAS PARA TERNOS E CAMISAS -----	165
8 - GUARDA-ROUPA INTELIGENTE FEMININO E MASCULINO -----	169
8.1 – PASSO A PASSO -----	171
8.2 – DICAS -----	172
8.3 - O QUE É UM GUARDA-ROUPA INTELIGENTE? -----	173
8.3.1 - Feminino -----	173
8.3.2 - Masculino -----	174
9 - GLOSSÁRIO -----	177
10 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	185



PREFÁCIO I

Camila Bisol Brum Scherer*

A produção de moda é uma atividade que envolve o fazer humano, inerente do *homo faber*, por meio de uma combinação de objetos capazes de criar narrativas que expressem nossa identidade. Enquanto produto, essas narrativas desempenham um papel fundamental na forma como nos comunicamos com o meio e com os outros, uma vez que se tornam mensagens inerentes da linguagem visual.

Ainda que difundido com naturalidade no campo da moda, o conceito de estilo tem sua origem em estudos filosóficos que buscam prioritariamente compreender questões relacionadas com a constituição do próprio homem e seu universo interior. É no campo da literatura, no entanto, que se destaca a célebre frase do Conde de Buffon “Le style, c’est l’homme même” - o estilo é o próprio homem, nesta obra também citada.

Muitos dos estudos sobre o comportamento do consumidor destacam que um dos principais desafios da sociedade contemporânea é compreender se somos aquilo que consumimos ou definimos o que consumimos com base naquilo que somos. Ao tratar sobre o assunto, Francesco Morace cunha a expressão *consumo autoral* para designar uma realidade na qual o consumo é compreendido como uma forma de expressão individual, de *self*.

Portanto, quando associado à moda, o conceito de estilo ganha aspecto de singularidade ao tratar sobre a forma como nos expressamos por

meio da composição de looks da indumentária pessoal. Falar sobre estilo pessoal é, nesse caso, fazer uso da moda e da indumentária para expressar nosso território de existência. Mas, a moda também associa estilo a um aspecto plural quando propõe conceitos visuais para traduzir valores que são compartilhados socialmente. Nesses casos, a linguagem visual torna-se um discurso, muitas vezes político, fundamentado principalmente no conceito de *life style*, ou seja, no estilo de vida que traduz grupos sociais, expressando os ideais coletivos através da roupa.

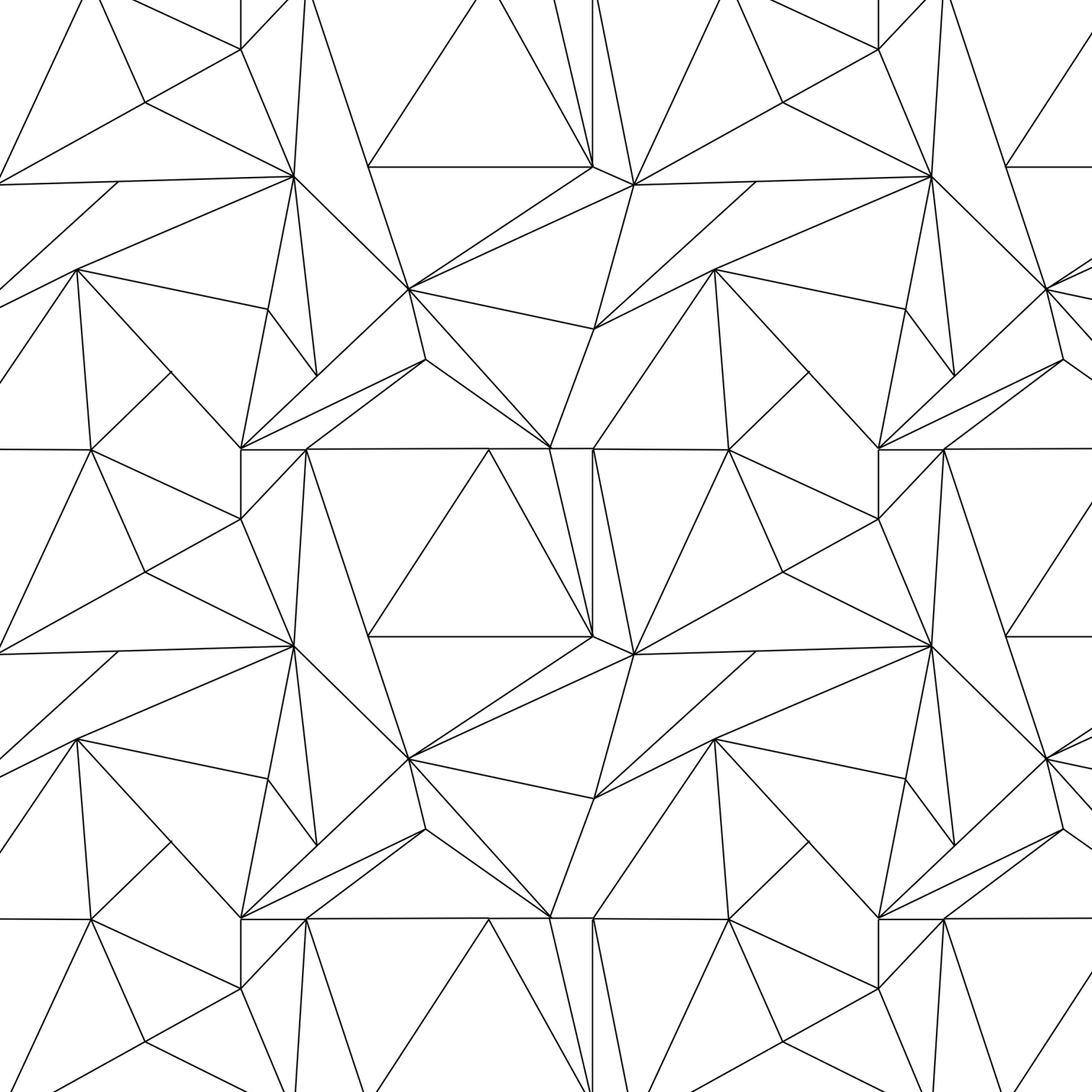
Em um mundo onde o contemporâneo tem apresentado a sobreposição da linguagem visual à linguagem escrita, a sobreposição do estilo pessoal às amarras dos modismos, a produção de moda ganha relevância e reconhecimento, por ser a atividade que profissionaliza essa prática.

Paola Zanete, ao teorizar sobre o produtor de moda - personal stylist, aborda de forma prática muitos dos conceitos supracitados, colaborando para a sistematização de uma atividade profissional, até bem pouco tempo, relacionada ao bom gosto de quem a desempenhava. Com vasta curva de experiência, a autora faz uso de uma linguagem acessível o que torna a obra atraente para diversos leitores, desde estudantes, profissionais de mercado até entusiastas sobre o tema.

A obra se destaca por abordar conteúdo processual sobre diferentes tipos de produção de moda para aqueles que desejam atuar como consultores. A autora também indica os principais aspectos de vestuário e moda para caracterização dos grupos sociais que comumente identificamos ou dos quais fazemos parte, facilitando a construção de diferentes narrativas visuais.

No entanto, um dos aspectos mais interessantes do livro está justamente na forma como esses conteúdos são aplicados ao gênero masculino, abordando também esse importante segmento da cadeia produtiva. Leve, divertido e astuto, o livro promete entreter os leitores do começo ao fim, estimulando o desejo de colocar em prática cada um dos temas abordados, pois como pronunciou o próprio Conde de Buffon “O estilo é apenas a ordem e o movimento que se instaura nos seus pensamentos”.

* **Camila Bisol Brum Scherer:** Mestre em Design pela Universidade do Vale do Sinos - UNISINOS, Camila Bisol Brum Scherer é graduada em Moda e Estilo pela Universidade de Caxias do Sul - UCS e possui MBA Executivo em Marketing e Complementação em Comunicação pela Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM/Sul. Revisora técnica de obras de Design de Moda da Editora Bookman, Camila é sócia-fundadora da empresa de consultoria Immodo – Inteligência e Estratégia em Design de Moda, com portfólio de projetos nas áreas de desenvolvimento de coleção, elaboração de planos de marketing e business plans, bem como projetos na área de comunicação para pequenos negócios. Nos últimos 12 anos, desenvolveu experiência docente na graduação e pós-graduação de cursos de Design e Moda, atuando como coordenadora acadêmica do Bacharelado em Moda da Universidade FEEVALE, no período de 2006 à 2008. Atualmente, é professora da graduação de Design de Moda e do MBA em Moda da ESPM-Sul, nos quais ministra as disciplinas de Moda e Identidade; Moda, Arte e Tecnologia; Tendências de Moda e projeto Final de Pós-Graduação, sendo orientadora dos planos de marketing dos egressos do MBA em Moda. Também foi professora convidada da pós-graduação de Moda, Mídia e Inovação do SENAC, onde ministrou o módulo de Moda e Inovação. Possui premiação e artigos publicados em revistas e eventos científicos de Moda e Design, tendo participado do conselho consultivo do e-periódico Moda Palavra, em diversas ocasiões. Sua formação profissional inclui ainda experiência na indústria calçadista, de moda masculina e na produção de desfiles de moda.



PREFÁCIO II

Lisete Arnizaut de Vargas*

Com muita satisfação recebemos mais uma vez o convite dos colegas do INDEPin, em especial nosso querido Wagner Ferraz, agora para prefaciá-lo o livro **Personal Stylist: moda, consultoria e profissão** de Paola Zanette.

A autora nos presenteia com esta obra atual e muito adequada ao momento que atravessamos. Paola, que coordena cursos de Personal Stylist, sentiu necessidade de esclarecer dúvidas sobre maneiras de vestir corretamente ditadas pelo campo da moda e também de sanar os questionamentos decorrentes do profissional que busca trabalhar na área de consultor de imagem pessoal, ou como muitos preferem chamar de consultor de estilo, ou até mesmo consultor de moda.

Como ela mesma explica, o *“Personal stylist”* dedica-se ao trabalho de consultoria de estilo, sendo sua principal função indicar o tipo de roupa considerada mais adequada para uma pessoa, respeitando os seus gostos e suas preferências, conciliando o tipo físico com o estilo, possibilitando conforto, auto confiança, adequação e assim potencializando seus modos de ser e agir em consonância com sua identidade.

Por muitos anos pesquisando a moda e seus ciclos, e mais ainda moda e arte compartilho com a autora a necessidade de mudarmos paradigmas e clichês que a cercam ao longo do tempo. Cada vez mais nos dedicamos

ao estudo crítico da moda e na forma com que esta vem se apresentando, levando-nos a um maior empenho de esforços para a otimização de todos os tipos de recursos usados na cadeia produtiva da moda e ao consumo consciente dos bens por ela produzidos.

O excesso de produção, na maioria das vezes de produtos baratos e de baixa qualidade, o consumo desenfreado, os desejos contemporâneos, a rapidez dos ciclos, a degradação do meio ambiente na produção de matéria prima, as difíceis condições de trabalho, o descarte de produtos e conseqüentemente a excessiva produção de lixo e poluição, levaram a cadeia da moda a um ponto que consideramos esgotado.

A proposta deste livro vem ao encontro desta nova consciência do uso responsável dos produtos de moda, sejam roupas, calçados ou acessórios. A organização e combinação destes itens, aliados a uma orientação profissional eficiente na construção de um guarda-roupa inteligente, certamente estará colaborando com a sustentabilidade global.

O colapso que vive nosso planeta em todas as áreas, a crise de uma sociedade em constante mudança, a valorização da subjetividade na coletividade, a busca pela igualdade de direitos e deveres, a queda de paradigmas, a flexibilidade das fronteiras (ou a quase inexistência delas), o viver pelo melhor é o que emerge na sociedade atual. Velhos modelos já não satisfazem. Uma nova concepção de vida e relações está refletindo esta mudança por meio de novas escolhas, ações e aparições que podem ser individuais, em pequenos grupos, ou em comunidades.

Em nosso entendimento moda é modo. É o vestir, o apresentar-se ao mundo na escolha de cada um. Podemos ter diferentes caras e modos de aparecer e estes estão diretamente ligados a quem somos, ao grupo que pertencemos e ao *locus* que habitamos. Também podemos usar este invólucro roupa para parecer, representar ou integrar diferentes categorias, mas nem sempre é fácil encontrar um estilo. Diversos fatores, de diferentes ordens podem confundir esta forma de "apresentar-se", levando-nos a buscar uma ajuda profissional, e neste livro a autora nos orienta claramente através de suas experiências e vasta pesquisa.

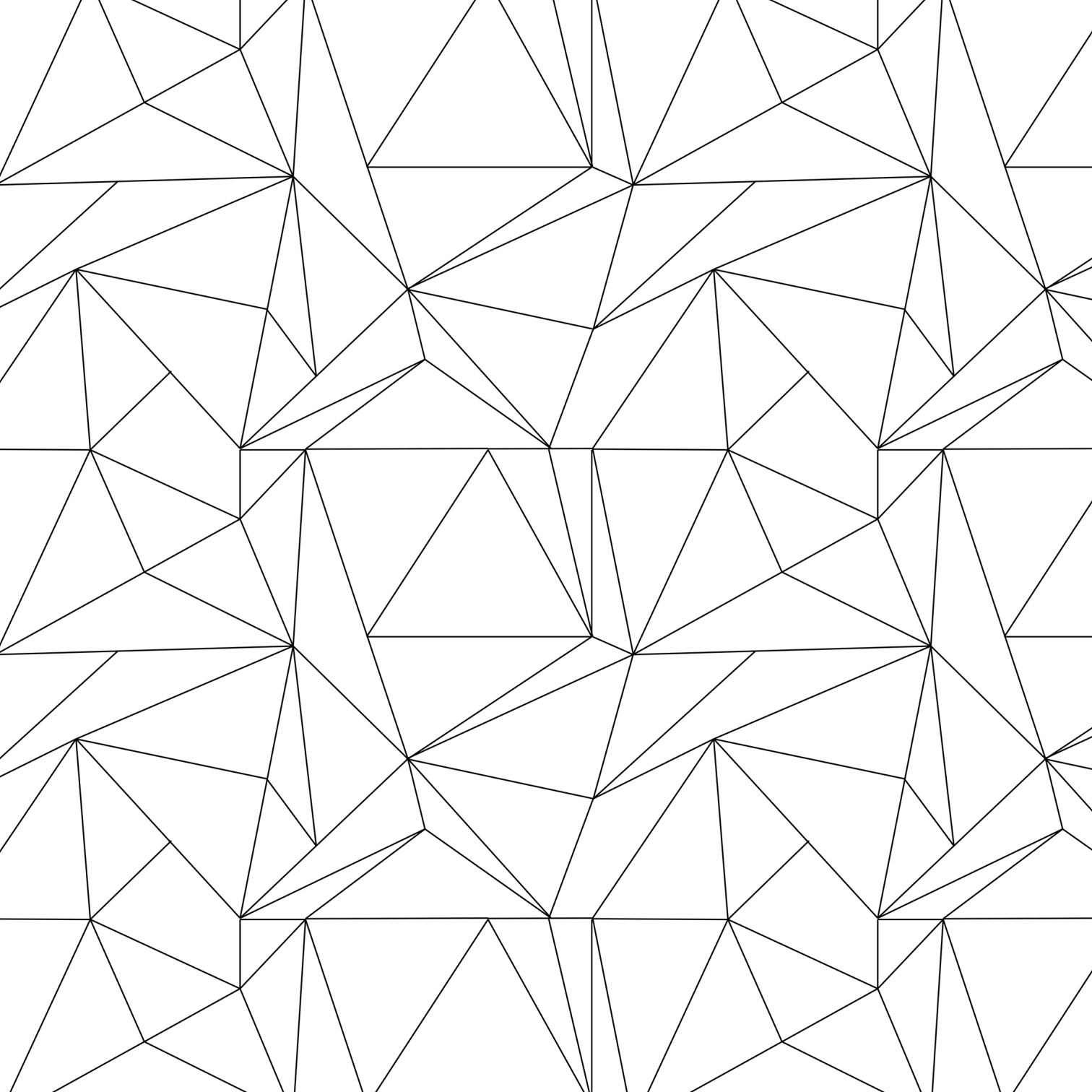
O corpo quer e busca refletir nossa personalidade. Optamos por escolhas que tenham identificação com os valores que cultivamos. As

mudanças de paradigma na sociedade nos fazem pensar sobre a dialética do valor entre a economia e a psicologia, entre o sucesso material e a felicidade, sobre a dialética que transforma os comportamentos de consumo. Em meio a esta crise surgem os conceitos de respeito, amizade e fraternidade, as novas tendências propõem a progressiva mudança de uma percepção singular e biográfica da experiência de consumo a uma emoção coletiva e a um fazer compartilhado.

Acompanhando as macrotendências de consumo consciente, valorização do estilo pessoal, adequação aos códigos de vestir nos diversos contextos temos nesta obra a reunião de pesquisas e propostas para diferentes maneiras de apresentar-se seguramente em todos os momentos, respeitando as características de nosso cliente.

As belíssimas ilustrações de Anderson Luiz de Souza enriquecem a narrativa e nos ajudam a viajar pelas páginas deste livro. Esperamos que o leitor sintam-se envolvido pelo tema e atendido em suas dúvidas. Acreditamos que com o sucesso desta obra e com a necessidade de mais leituras relacionadas à moda, consumo consciente e diversos corpos e estilos, Paola certamente nos brindará com a continuidade e com a divulgação de suas pesquisas em novos livros e parcerias como esta que apresentamos.

*** Lisete Arnizaut de Vargas:** Doutora em Filosofia e Ciências da Educação; Especialista em Moda, Mídia e Inovação; Artista de Dança; Graduada em Educação Física e Design de Moda; É pesquisadora em Dança, consultora ad hoc do CNPq, membro do grupo de pesquisa Arte, Corpo e Educação (GRACE), autora de vários artigos, livros e trabalhos nas áreas de dança, dança-educação, dança-terapia e figurinos de dança; Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.



APRESENTAÇÃO

Ana Carolina Acom*

“Por milhares de anos os seres humanos têm se comunicado na linguagem das roupas. Muito antes de eu ter me aproximado o suficiente para falar com você na rua, em uma reunião ou em uma festa, você comunica seu sexo, idade, classe social através do que está vestindo... Quando nos conhecermos e conversarmos já teremos falado um com o outro em uma língua mais antiga e universal.” (Alison Lurie em “A linguagem das roupas”)

O estudo da moda, muitas vezes, ainda está arraigado à noção de futilidade ou banalidade. Algumas pessoas parecem ignorar que de fato todas as manhãs abrem o guarda-roupa e fazem uma escolha, e este gesto está carregado de significações, ainda que seja um “não dou a mínima para moda”. Os aspectos são múltiplos: a implicação industrial e a cadeia de trabalho que envolveu aquela simples camisa branca, ou você é um índio e confeccionou seu próprio cocar, ou ainda, você só utiliza roupas de terceira mão e ignora toda a historicidade que aquelas peças carregam. As pessoas podem não querer se importar com “roupa”, mas não podem negar que ela diz algo sobre o que você é.

A busca por um *Personal Stylist* está longe de se relacionar com consumismo fútil ou “escravos da moda”, ao contrário, contratar este serviço denota uma total liberdade e autonomia na busca pelo auto-conhecimento.

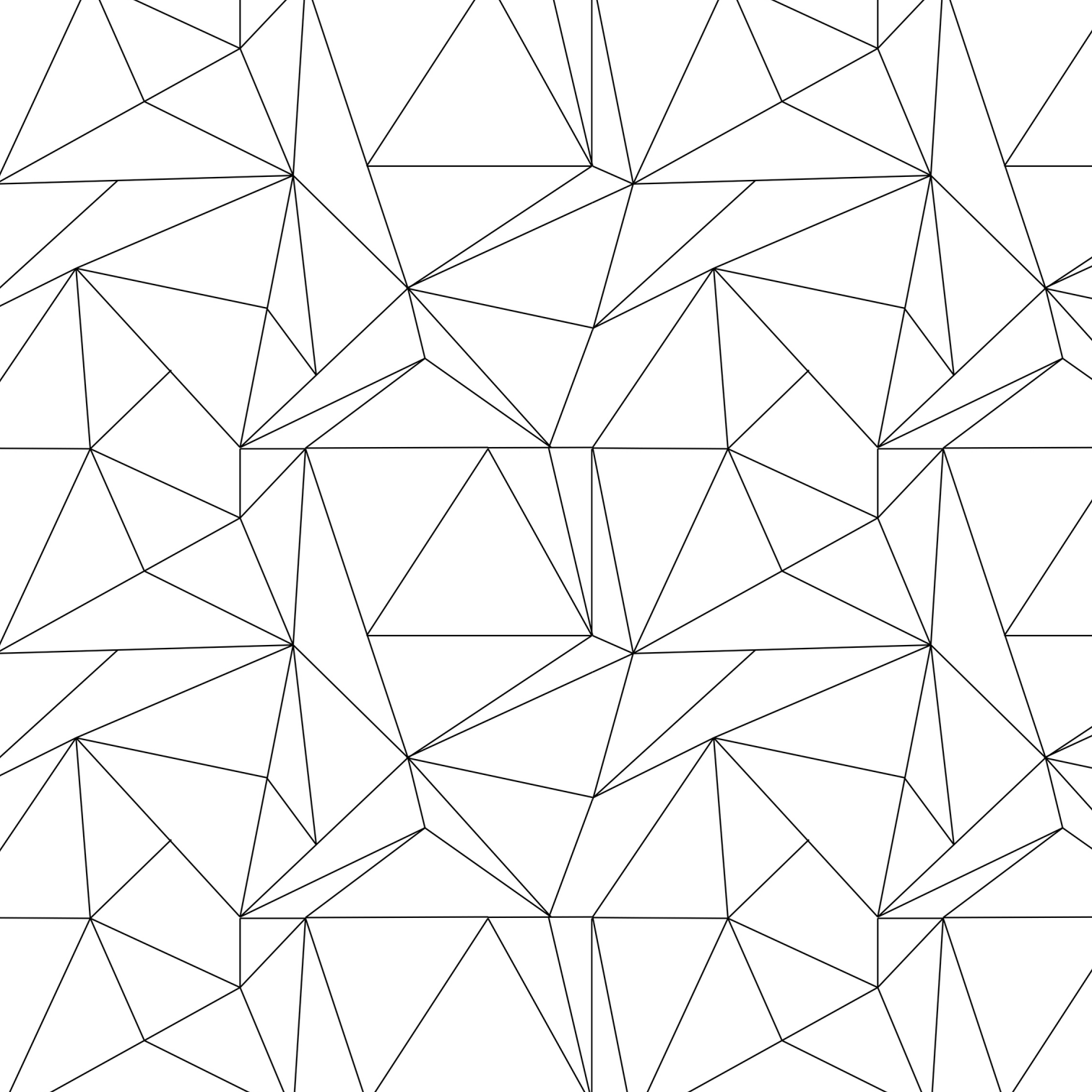
Muito próximo do trabalho de um analista, o consultor pessoal de estilo faz com que o cliente entenda a si mesmo, seus próprios gostos, o que lhe traz segurança e que imagem ele deseja transmitir. E mais uma vez, a imagem pessoal de si mesmo não é futilidade, é realidade, ninguém é invisível e não pode controlar que seu interlocutor reflita sobre sua imagem; ainda que o desejo seja "não ligo a mínima para o que pensam" ou "desejo simplesmente chocar o outro".

"Em Roma vista-se como os Romanos" - não adianta o sujeito dizer que não liga para moda, querer estar invisível e ir a um casamento elegante, sujo e de chinelos, com certeza chamará mais a atenção que a própria noiva. Não há nada de errado em querer ser absolutamente discreto ou em assumir a postura "quero de fato 'causar', chocar a sociedade". A importância de estarmos cientes de nossa identidade é o que nos fortalece perante as consequências de nossas escolhas. O que nem sempre é fácil, o Imperador, no conto de fadas de Hans Christian Andersen, "A Roupas Nova do Imperador" é a primeira *fashion victim* que temos notícias, passou um enorme vexame desnudo, com medo de que pensassem que não era inteligente. O trabalho do *Personal Stylist* é certificar-se de que o cliente saiba lidar com a velha e metafísica questão: Quem sou eu? Questão essa difícil de encararmos todos os dias, e que traz junto todos os aspectos existencialistas de nossa individualidade, a saber, os riscos de lidarmos com tanta liberdade de escolhas à nossa volta.

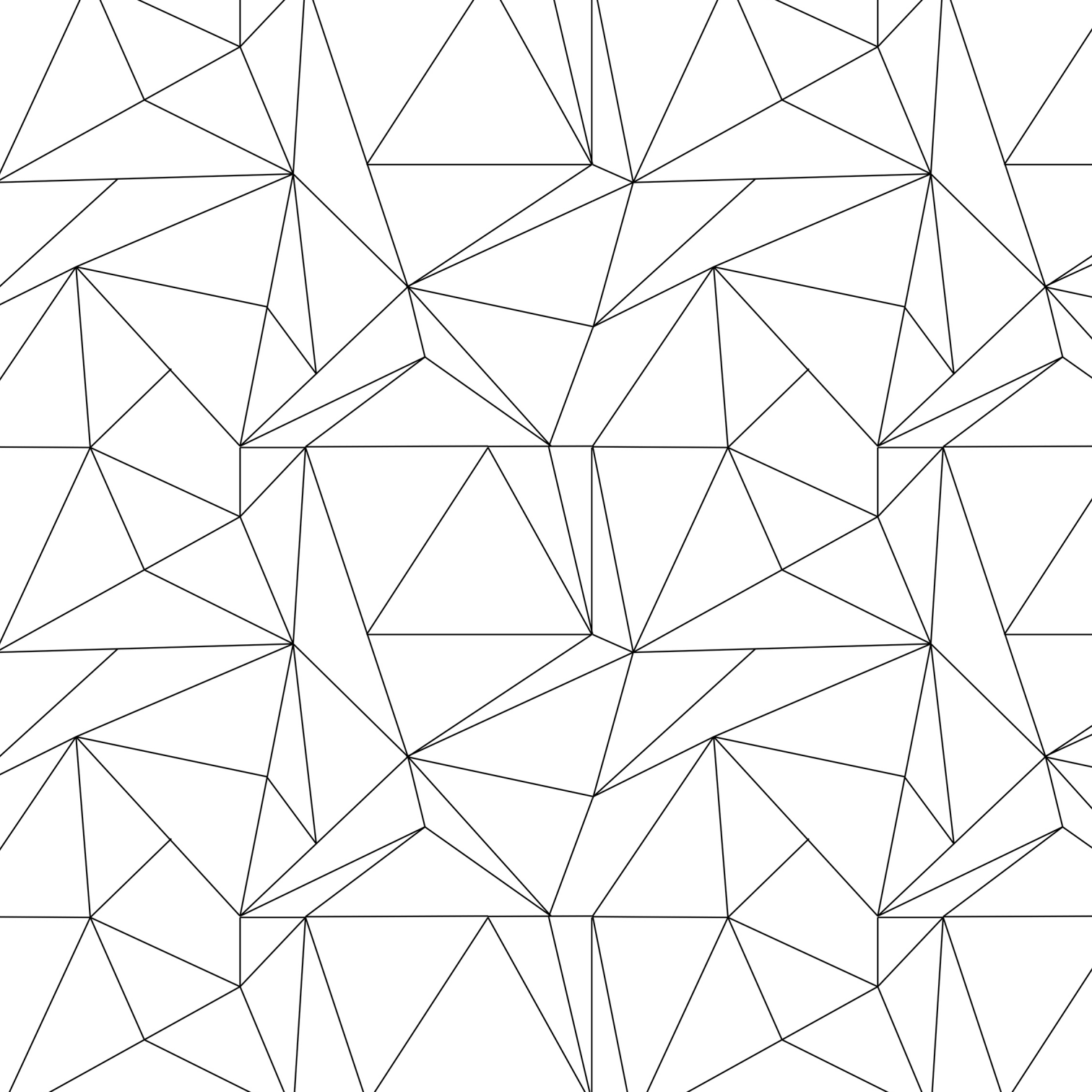
Este livro, traz de forma completa e dinâmica os princípios essenciais que cercam o cotidiano de um consultor pessoal de moda ou estilo. Abrangendo as diversas situações a que ele pode ser convocado, e assim, o texto dá conta de apresentar soluções para os mais diferentes estilos.

A autora Paola Zanette possui um incontestável *know-how* na profissão e conseguiu fluir essa experiência em dicas práticas na escrita deste livro. O que sabemos, não é nada fácil passar da prática à teoria ou da teoria à prática de moda em suas muitas facetas. Essa menina, que já foi minha aluna, professora e parceira em trabalhos de produção de moda, possui talento e sensibilidade únicos, que a fazem lidar com pessoas e roupas de forma apaixonada, séria e bastante criativa. O que mais precisamos de uma escritora, professora e "ativista-atuante" da moda?

***Ana Carolina Acom:** Mestre em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), na linha de pesquisa "Filosofias da Diferença e Educação", graduada em Filosofia pela mesma Universidade e Especialista em Moda, Criatividade e Inovação pelo SENAC/RS. Mantém o site modamanifesto.com desde 2005. Atualmente é professora no Centro Universitário Dinâmica das Cataratas (UDC) em Foz do Iguaçu, nos cursos de Design de Moda e de Comunicação. Pesquisa a moda e o cinema através da estética, semiótica e filosofia da arte.



1 - INTRODUÇÃO



1 - INTRODUÇÃO

A ideia deste caderno/livro surgiu com a sugestão do Professor e Coordenador de Cursos da área de Moda, Artes e Cultura do INDEPIn – Instituto de Desenvolvimento Educacional e Profissional integrado - POA/RS – Wagner Ferraz, que propôs a criação de um material didático para consulta em aula durante o Curso de Personal Stylist, ministrado por mim e que foi realizado até a 8ª Edição.

O curso de Personal Stylist surgiu a partir da necessidade de esclarecer dúvidas quanto à forma de se vestir corretamente no dia a dia, descritas pelo campo da moda, e também para sanar os questionamentos decorrentes de um profissional que busca trabalhar na área de consultor de imagem pessoal (ou, como muitos preferem chamar, de consultor de estilo, ou até mesmo consultor de moda).

De forma instrutiva, através de discussões e apresentando essa área de atuação, o curso é trazido aos alunos com o intuito de prepará-los para entender as necessidades do cliente, tornando-os aptos a atender qualquer necessidade profissional na área de atuação do personal stylist. O curso destaca três partes pontuais, sendo que todas elas constam neste caderno/livro, divididas em três módulos, e acrescidas ainda de outras:

MÓDULO 01 – O trabalho do Personal Stylist

- O que faz o Personal Stylist
- A importância da apresentação pessoal
- Como descobrir o estilo do cliente?

MÓDULO 02 – Análise do estilo pessoal

- Os sete estilos
- Tipo físico
- As cores

MÓDULO 03 – Personal Stylist para homens e Conceitos básicos de Visagismo

- Conceitos de visagismo
- Conceitos femininos
- Conceitos masculinos

O Personal Stylist se dedica ao trabalho de consultoria de estilo, sendo que sua principal função é a de indicar o tipo de roupa considerada mais adequada para uma pessoa – seja realizando isso para um cliente ou outra pessoa ou fazendo isso para si mesmo, realizando uma autoanálise do próprio estilo -, respeitando os seus gostos e suas preferências, conciliando o tipo físico da pessoa com o estilo que se reconhece nela, auxiliando nos casos em que se identifique um estilo inapropriado para as suas necessidades diárias. O trabalho do Personal Stylist visa possibilitar que o cliente se sinta confortável e confiante em suas roupas, potencializando seus modos de ser e agir em consonância com sua identidade.

Minha aproximação com o trabalho de Personal Stylist se deu a partir de minha formação em Moda pela Universidade Feevale, em Novo Hamburgo/RS. Além disso, complementei minha formação com vários cursos sobre Produção de Moda e Consultoria de Imagem Pessoal. Desde o início da minha trajetória acadêmica me apaixonei por essa área e pela possibilidade de vestir cada pessoa de forma singular. Sempre foi um desafio estimulante entender e respeitar o estilo pessoal de cada pessoa: é o que torna meu trabalho ainda mais inspirador e gratificante.

Paralelamente a essa busca e a trabalhos desenvolvidos na área, também atuei como assistente de camarim nas turnês do Cirque du Soleil, no Brasil e na Argentina, nos espetáculos Quidam e Varekai, e também como Assistente de Produção em alguns eventos de moda no Sul do país, como Donna Fashion, no Iguatemi Porto Alegre e Florianópolis, aprimorando meus conhecimentos e fazendo crescer ainda mais meu amor pela Moda.

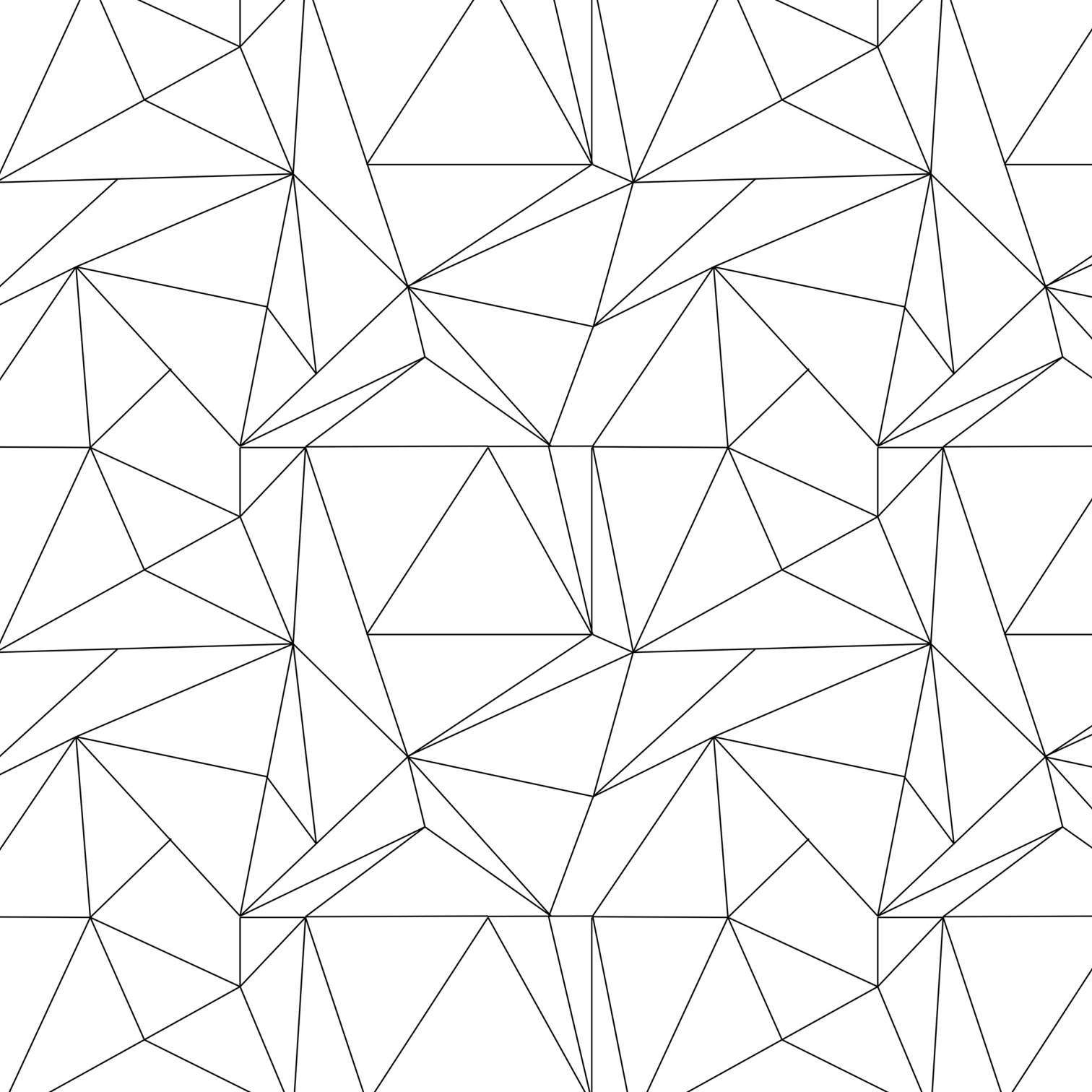
Na busca por expandir o mercado de trabalho, além de atuar como uma profissional na área, parti para dividir meu conhecimento por meio da realização de cursos. E foi nesse momento que acabei sendo presenteada com a oportunidade de trabalhar como professora no INDEPIn, nos cursos de moda coordenados por Wagner Ferraz, sob a coordenação pedagógica de Miriam Piper Campos e Lisiane Amom. Nessa experiência, me apaixonei pelo ensino no campo da moda, não apenas em cursos de Personal Stylist, mas também em outros que passei ainda a ministrar.

“Com que roupa eu vou?”

Noel Rosa

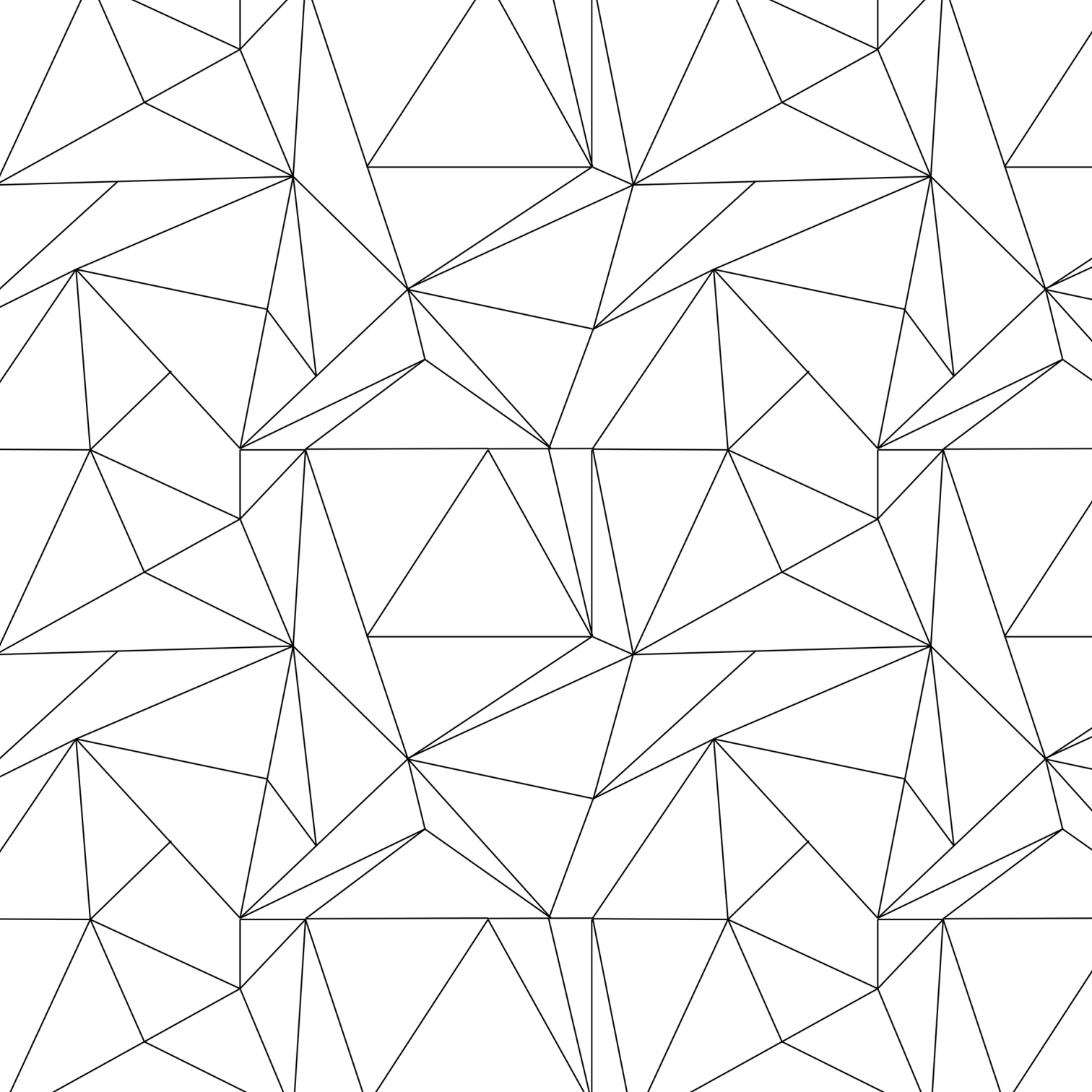
Desejo a todos uma boa leitura.

Paola Zanette



2 - A IMPORTÂNCIA DA APRESENTAÇÃO PESSOAL

○ UNIVERSO FEMININO



2 - A IMPORTÂNCIA DA APRESENTAÇÃO PESSOAL - O UNIVERSO FEMININO

“O mistério é o mundo visível, não o invisível”.

Oscar Wilde

“Uma imagem fala mais que mil palavras”. Ao escutar ou ler esta frase, é possível entender um pouco do que acontece quando vemos uma pessoa pela primeira vez. Uma imagem é transmitida nos primeiros dez segundos a um receptor (pessoa que está vendo algo ou alguém pela primeira vez). Nesse curto período de tempo, o que se vê pela primeira vez é suficiente para que o receptor tire suas impressões a respeito daquilo que vê. No caso, aqui, trata-se daquilo que ele vê em uma outra pessoa, das impressões que ele tem, a respeito deste outro, a partir de sua aparência pessoal, destacando a forma como alguém está vestido, maquiado, etc.

A imagem pessoal segue as mesmas regras das outras imagens. Quando olhamos para uma pessoa, antes de vê-la como pessoa específica – que tem nome, profissão e uma história –, estamos reagindo emocionalmente às linhas, aos formatos, às luzes e às cores que a compõem. Pessoas com alta inteligência visual e sensibilidade farão uma leitura mais apurada do que as outras, mas essa primeira impressão determina genericamente a identidade da pessoa, como e quem ela é. Somos capazes de opinar sobre as pessoas sem sequer trocar uma palavra com elas, ou só olhando para uma fotografia. (HALLAWELL, 2009, p. 77).

A Personal Stylist Titta Aguiar, em seu livro *Personal Stylist* guia para consultores de Imagem, afirma que alguns estudos demonstram que 55%

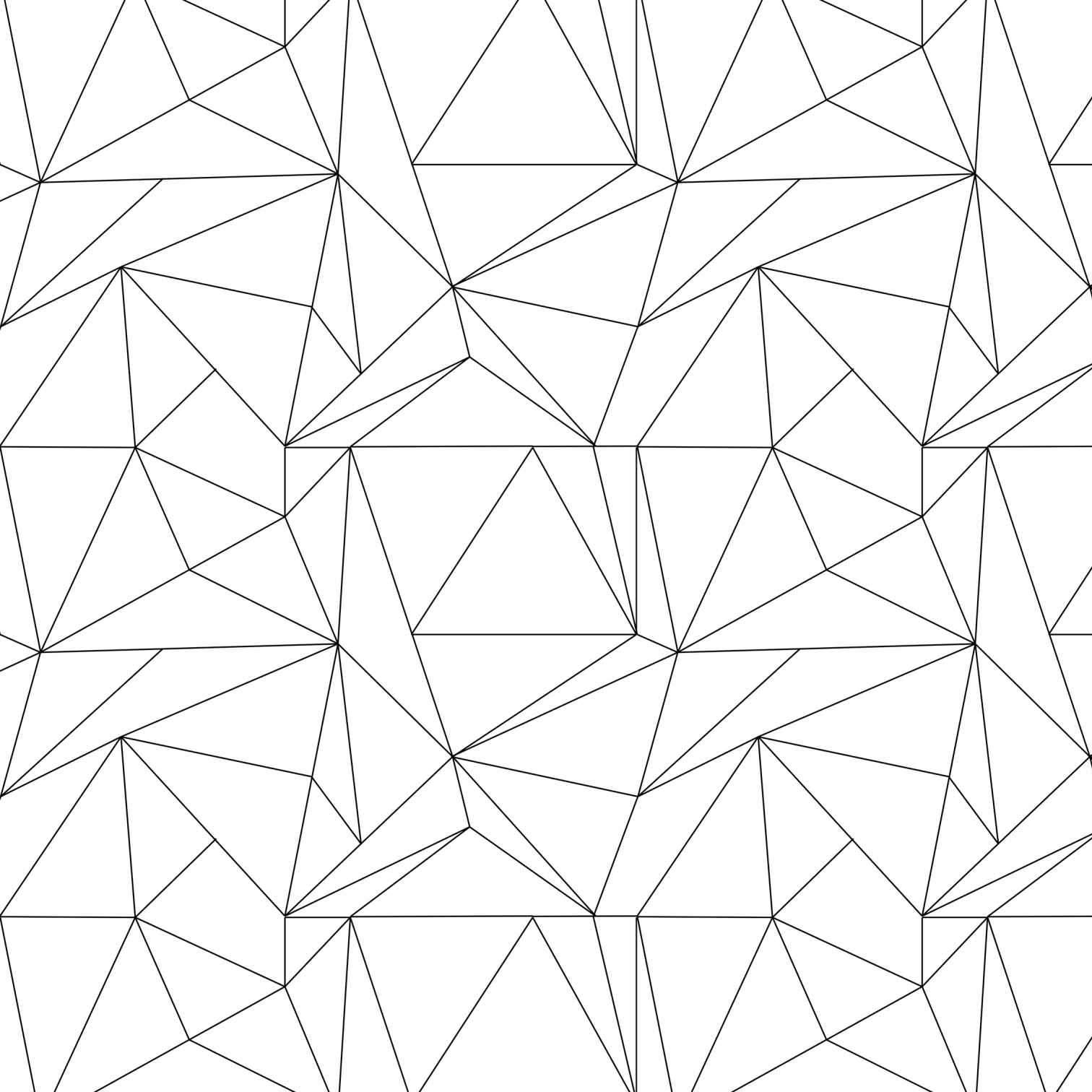
da primeira impressão que as pessoas têm de você é baseada em sua aparência e ações. Esse primeiro momento pode ser definido como de comunicação visual, em que o receptor da imagem julga pela aparência e a forma de vestir desta pessoa que está vendo pela primeira vez.

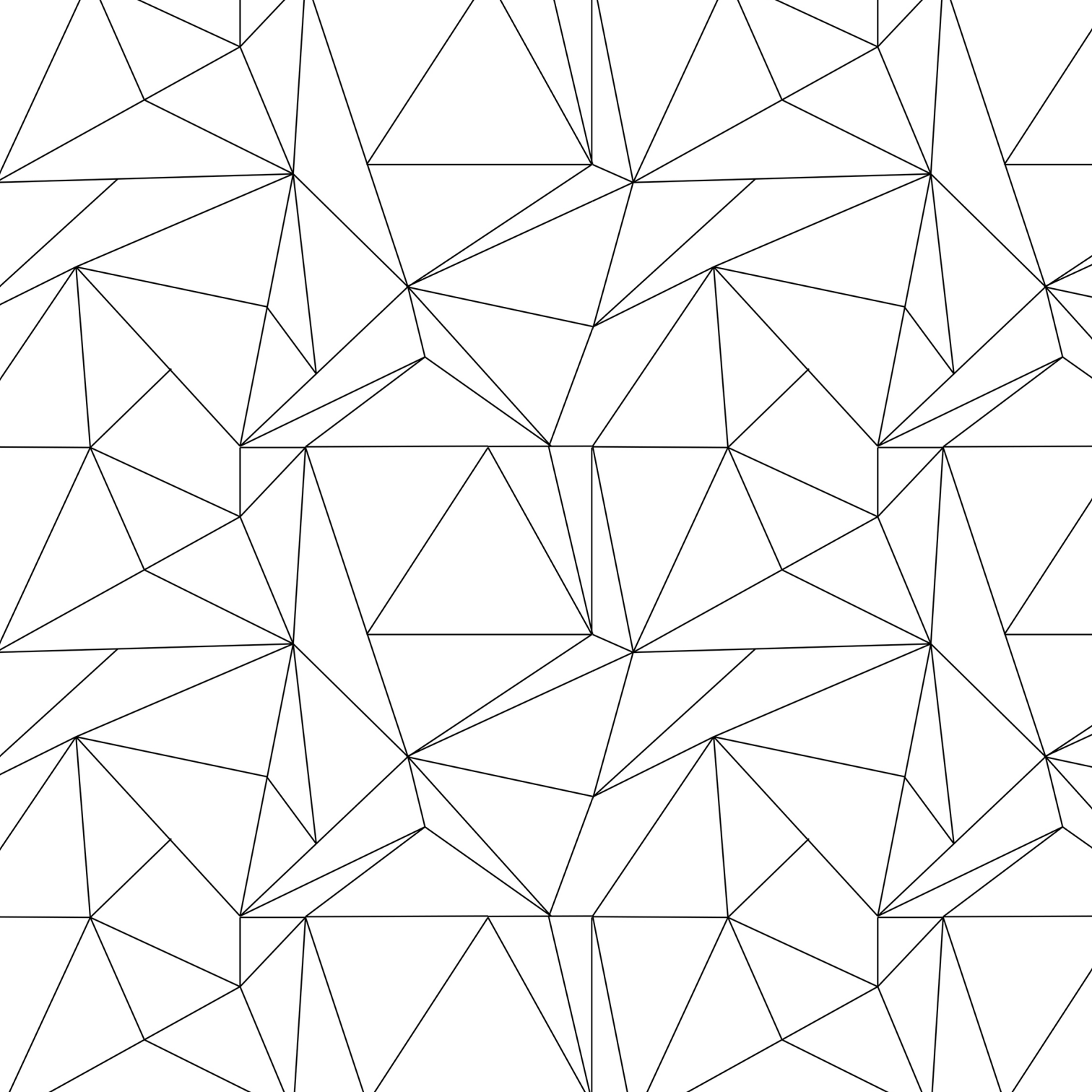
Reagimos emocionalmente às linhas e aos formatos geométricos que percebemos no rosto, nas feições, no corte de cabelo, nas sobrancelhas, na barba, costela ou bigode, nos acessórios, nos gestos, no porte e nas vestimentas. Essa primeira impressão é tão forte que é praticamente impossível apagá-la com palavras ou atitudes. São os elementos mais importantes na definição da identidade de uma pessoa para os outros e para si, quando ela se olha no espelho. (HALLAWELL, 2009, p. 72).

Desta forma, podemos concluir que, realmente, a nossa primeira impressão é a que fica, pelo menos até um segundo momento, quando a pessoa já começa a captar informações a respeito do nosso jeito de ser e de agir, o que pode auxiliar a mudar essa "primeira impressão".

O trabalho do Personal Stylist¹, então, é fazer com que essa primeira impressão seja sempre positiva. Sua função é a de adequar o estilo da pessoa a certas ocasiões, auxiliando na construção de um guarda-roupa correspondente à imagem que o cliente quer projetar, buscando convencer o receptor através primeira impressão, com uma boa imagem inicial.

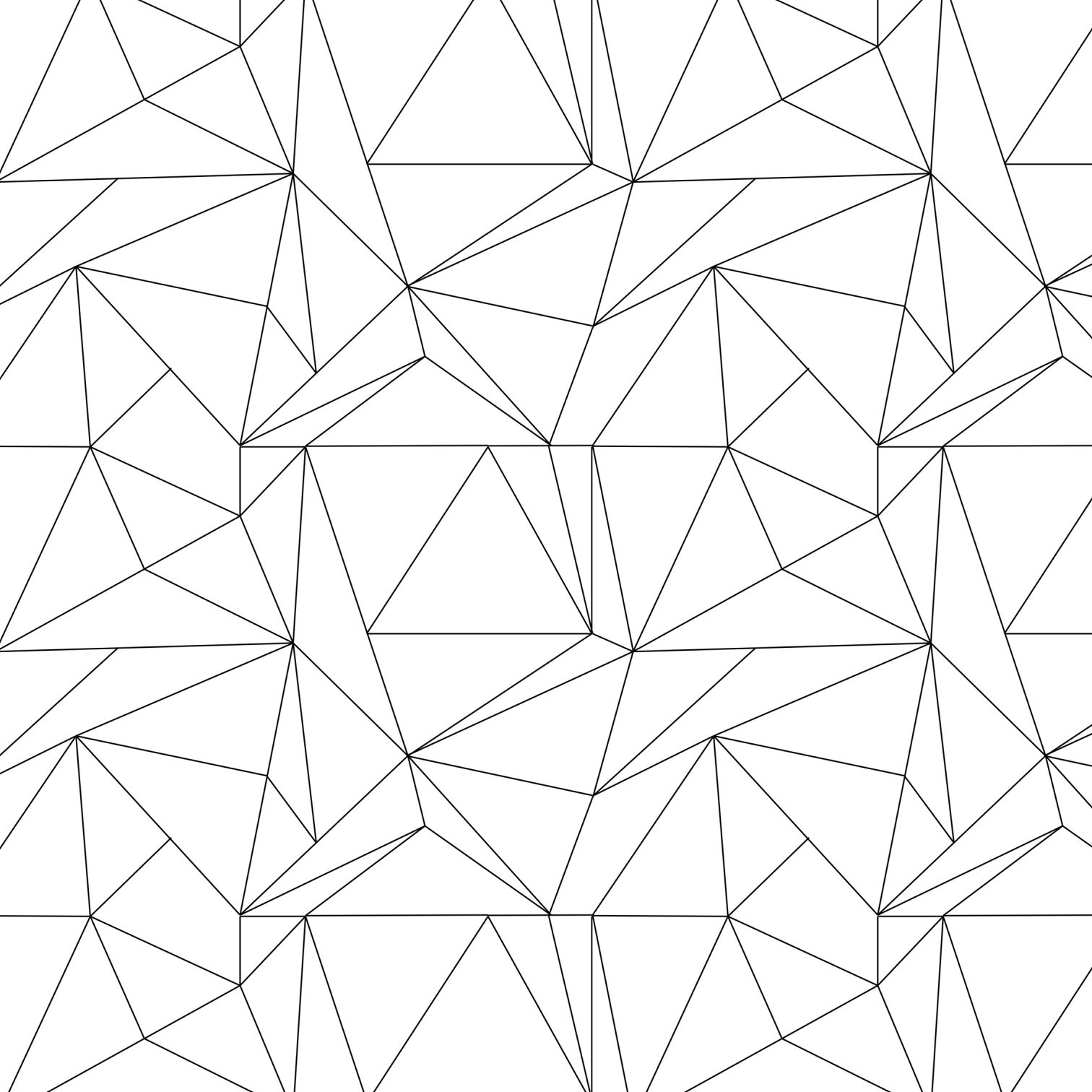
¹ Neste livro, além da expressão "Personal Stylist" com sua abreviação "P.S.", será usada também a expressão "Consultor de Imagem" ou apenas "Consultor", como sinônimo da primeira.





3 - O QUE FAZ UM PERSONAL STYLIST?

**QUAIS FUNÇÕES ESSE
PROFISSIONAL PODE EXERCER?**



3 - O QUE FAZ UM PERSONAL STYLIST? QUAIS FUNÇÕES ESSE PROFISSIONAL PODE EXERCER?

Também conhecido como Consultor de Imagem Pessoal, o Personal Stylist tem como função primordial desenvolver uma consultoria de moda personalizada para o cliente, criando um “guarda-roupa” ou uma forma de vestir ideal para várias ocasiões. De maneira prática e simples, seu trabalho é auxiliar o cliente no momento de escolher o visual para diferentes situações.

Analisando várias características pessoais, como o tipo físico, estilo de vida e estilo pessoal, esse profissional irá desenvolver um “código de vestir” para o cliente, organizando um novo guarda-roupa, para o qual ele irá sugerir combinações e montar looks para facilitar o momento de encontrar “o que vestir”, de uma forma correta e adequada a seu estilo de vida.

Atualmente, com a liberdade de vestir, está cada vez mais fácil escolher uma roupa e estar na moda, mas não necessariamente aquilo que está na moda é o correto para você ou o seu tipo de corpo. Neste caso, se você quer passar uma boa imagem na empresa em que trabalha, por exemplo, sem correr o risco de ser uma “vítima da moda”², torna-se de grande importância recorrer ao trabalho do Personal Stylist, que poderá instruir quanto à busca de soluções, adequando seu modo de vestir a seu dia a dia no trabalho.

O Personal Stylist de sucesso é responsável por conduzir o cliente a

a boas escolhas, à compreensão e aceitação do seu corpo, incentivando o autoconhecimento, o que poderá auxiliar muito na hora de acertar um look³. Dessa forma, fica mais fácil saber o que se deve deixar mais evidente e visível no visual e o que se deve procurar disfarçar, alinhando, assim, o visual de uma forma positiva e contribuindo para o sucesso e bem-estar de seu cliente. "O consultor de imagem pessoal consiste em ajudar a definir um estilo, em todos os aspectos: cabelo, maquiagem, design de sobrancelhas, roupas e acessórios" (HALLAWELL, 2009, p. 221).

O auxílio do Consultor de Imagem pode contribuir para chegar a resultados, como:

- Projetar uma imagem positiva e bem resolvida para as pessoas;
- Desenvolver a habilidade de fazer compras conscientes, sem o risco de comprar coisas desnecessárias e cair no "consumismo compulsivo";
- Não correr o risco de estar com um visual desapropriado para a ocasião;
- Aprende a aceitar e valorizar seu corpo através do modo de se vestir.

Dentre as possibilidades de trabalho do Personal Stylist, temos diferentes linhas que podem ser seguidas, desde a realização de atendimentos mais elaborados, envolvendo consultorias completas e focando na transformação do visual, até consultorias mais superficiais em que um ou dois encontros são suficientes para definir a roupa para uma ocasião especial.

Para exemplificar melhor, agora vou apresentar toda a gama de trabalho do Personal Stylist e as oportunidades que temos nesse ramo:

²Pessoas que se vestem utilizando modismos: apesar de estarem na moda, pecam por não se vestir de acordo com seu tipo físico ou até mesmo com o próprio estilo de vida.

³Visual, conjunto, composição ou configuração em acessórios e roupas.

3.1 - Consultoria total de imagem, definição de estilo pessoal e organização do guarda-roupa:

Neste primeiro caso, o trabalho é mais minucioso. É preciso fazer uma avaliação do estilo do cliente (incluindo o estilo de vida), com as ferramentas que veremos nos próximos capítulos. Também se avalia o tipo físico e as cores que ficam melhores com o tom de pele da pessoa. Após este primeiro momento, apresenta-se ao cliente o seu estilo e tipo físico e desenvolve-se algumas sugestões para o mesmo, apresentando exemplos e imagens que ilustrem o que é aconselhável usar e a forma como ele deve usar algumas peças de roupa para valorizar ou até mesmo tirar a atenção de algumas características físicas. Após feito isso, parte-se para o segundo momento, em que, junto com o cliente, organiza-se seu guarda-roupa de uma forma nova e prática, apresentando as peças (roupas) do seu guarda-roupa "antigo" que podem ser aproveitadas e as peças que devem ser desconsideradas, assim como a coordenação dos looks. Algumas vezes, se necessário, faz-se uma consultoria de compras, indicando aquilo em que seria interessante, para o cliente, investir. Em alguns casos, vai-se a fundo e sugere-se até mesmo novos cortes de cabelo, tintura e maquiagem. Para esse tipo de atendimento, são necessários de três a oito encontros.

3.2 - Consultoria para um único look ou ocasião:

Neste caso podemos auxiliar o cliente na compra ou na escolha de algum look, articulando com as peças que ele já tem em seu guarda-roupa. Essa consultoria pode variar de assistência de estilo para formaturas, eventos especiais, festas, casamentos, eventos profissionais ou qualquer tipo de ocasião à necessidade de um look mais elaborado em que o cliente se sente inseguro para decidir sozinho. Para esses casos, utiliza-se de um a dois encontros.

3.3 - Organização de malas:

Para arrumação de malas de viagem, organiza-se um pequeno roteiro, junto com o cliente. Analisamos qual é a finalidade desta viagem (férias, trabalho, lua de mel...) e desenvolve-se uma mala prática, com looks pré-prontos, para facilitar e poupar tempo do cliente. Para esta consultoria,

um encontro é suficiente.

3.4 - Dicas de moda e tendência:

Algumas pessoas, hoje, têm dificuldade para se adaptar à moda, embora também tenham muito interesse em descobrir como usar determinadas roupas mais "transadas", que estão populares em uma estação do ano. Neste caso, pode-se levar o cliente a shoppings ou, dependendo de sua disponibilidade de tempo, apresenta-se a ele uma pequena pesquisa de tendências, para exemplificar o que está na moda e o modo como usar as diferentes peças. Essa consulta pode ser realizada em apenas um encontro.

3.5 - Organização de guarda-roupa:

Trabalha-se com a organização e a disposição, com praticidade, com o intuito de facilitar a visualização e o aproveitamento das peças no guarda-roupa do cliente. Analisa-se as peças que podem ser utilizadas, a forma como elas podem ser combinadas e, dependendo do projeto do cliente, pode-se até mesmo orientá-lo no sentido de se desfazer de algumas roupas que sejam consideradas impróprias ou fora de moda. É claro, porém, que tudo deve ser realizado com a autorização do cliente. Nessa situação, pode-se realizar de um a dois encontros.

3.6 - Consultoria para lojas:

Neste caso o consultor fica à disposição diariamente, em uma loja, ou em dias de eventos específicos, como datas promocionais. O Personal auxilia o cliente na hora da compra, facilitando, para empresa, quanto à compra casada. Ex.: Quando o cliente gosta de uma determinada calça, o consultor lhe apresenta algumas blusas, para que possa usá-las com a calça desejada e/ou com outras peças. É o que forma a compra casada, que agrega valor à loja, ao comerciante, ao mesmo tempo em que auxilia o cliente...

3.7 - Consultoria para vendedores de lojas:

O Personal Stylist apresenta para vendedores de lojas várias formas de vender e ofertar o produto ao cliente, ensinando-lhes a respeito de possíveis

combinações, as ocasiões em que uma determinada peça de roupa pode ser utilizada, de que forma ela fica melhor e para qual tipo de corpo ela é mais adequada, o que faz com que a peça a ser vendida tenha mais valor para o consumidor. Nesta situação, os encontros com a(o) consultora(o) podem ser somente a cada início de nova coleção.

3.8 - Consultoria para pessoas públicas e famosas:

Atualmente, muitas celebridades têm trabalhado com seu Personal Stylist, o que acaba tirando um pouco do peso do "o que vestir?", facilitando a vida do cliente e diminuindo o medo de errar. Nos casos de pessoas que estão se destacando publicamente, o trabalho pode ser mais aprofundado. Pode-se desenvolver, junto com esse cliente, looks que tenham potencial para se tornar características fortes ou que até, muitas vezes, possam se tornar a marca registrada da celebridade. Neste caso, o acompanhamento pode tanto ser contínuo como somente para desenvolvimento de produções específicas, destinadas a eventos importantes, e ocasiões especiais, como shows, estreias, pronunciamentos, etc.

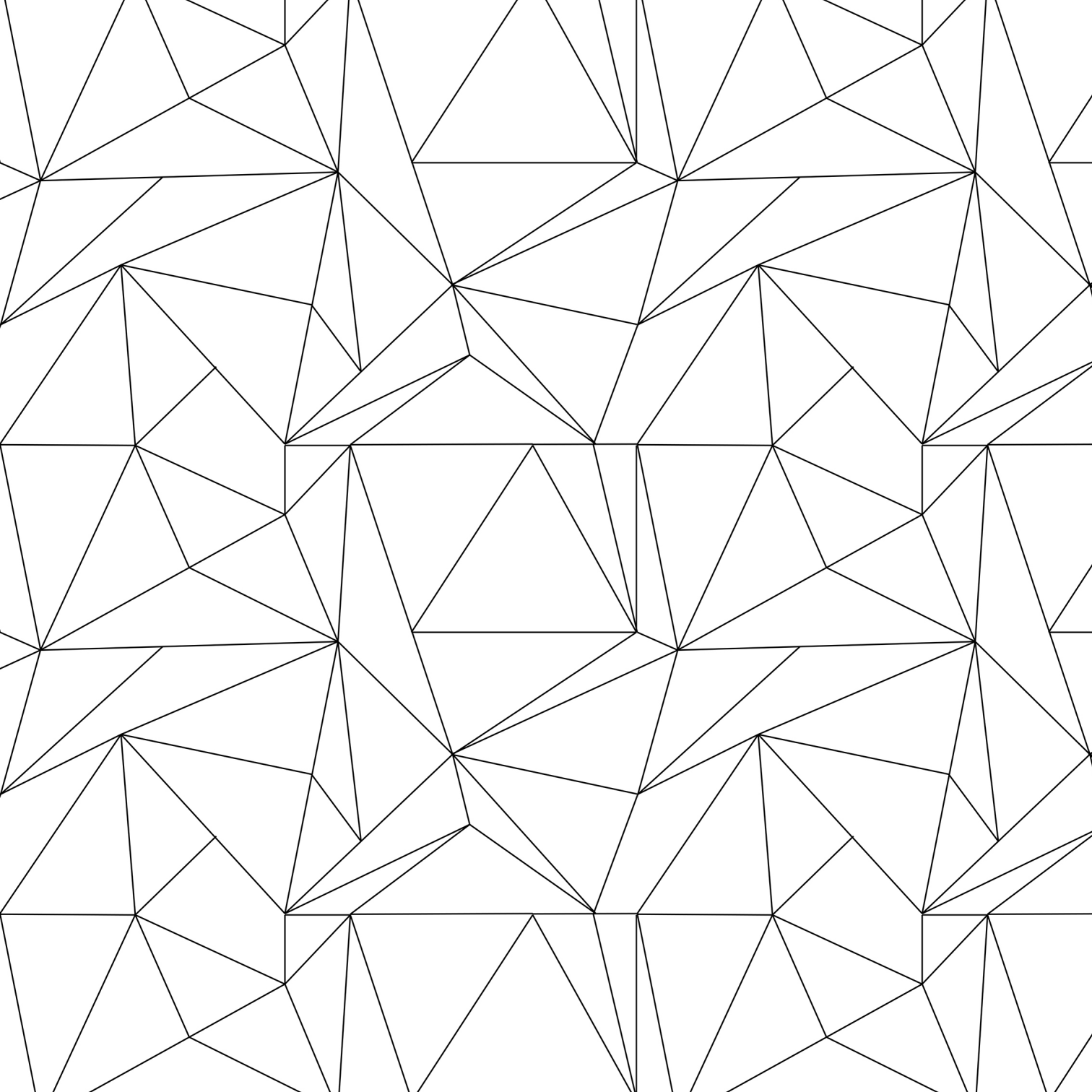
3.9 - Personal Shopper:

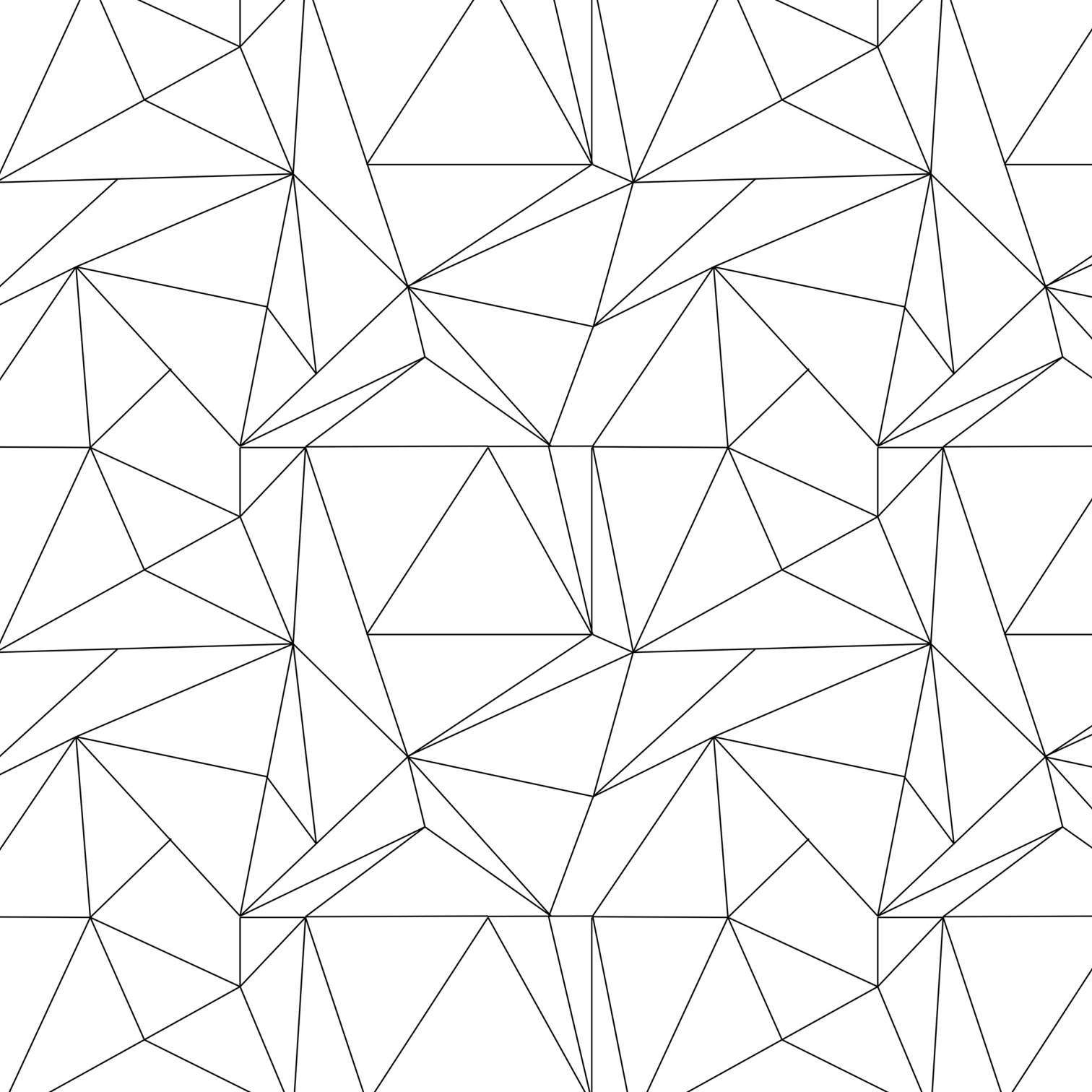
O profissional, neste caso, tem a missão de ajudar o cliente a fazer compras, auxiliando quanto ao que é considerado necessário e usável em seu guarda-roupa. É preciso estar "antelado" em relação às tendências e compreender as necessidades desse cliente, utilizando as informações do tipo físico e do estilo de vida para transformar essa compra em uma compra consciente.

A transformação deve promover o encontro entre a imagem interior e a imagem exterior, que resulta na pessoa exclamando "Isso sou eu!" ao se ver no espelho. Mudanças que trazem aparentes melhorias estéticas não são uma garantia de elevação da autoestima. (HALLAWELL, 2009, p. 77).

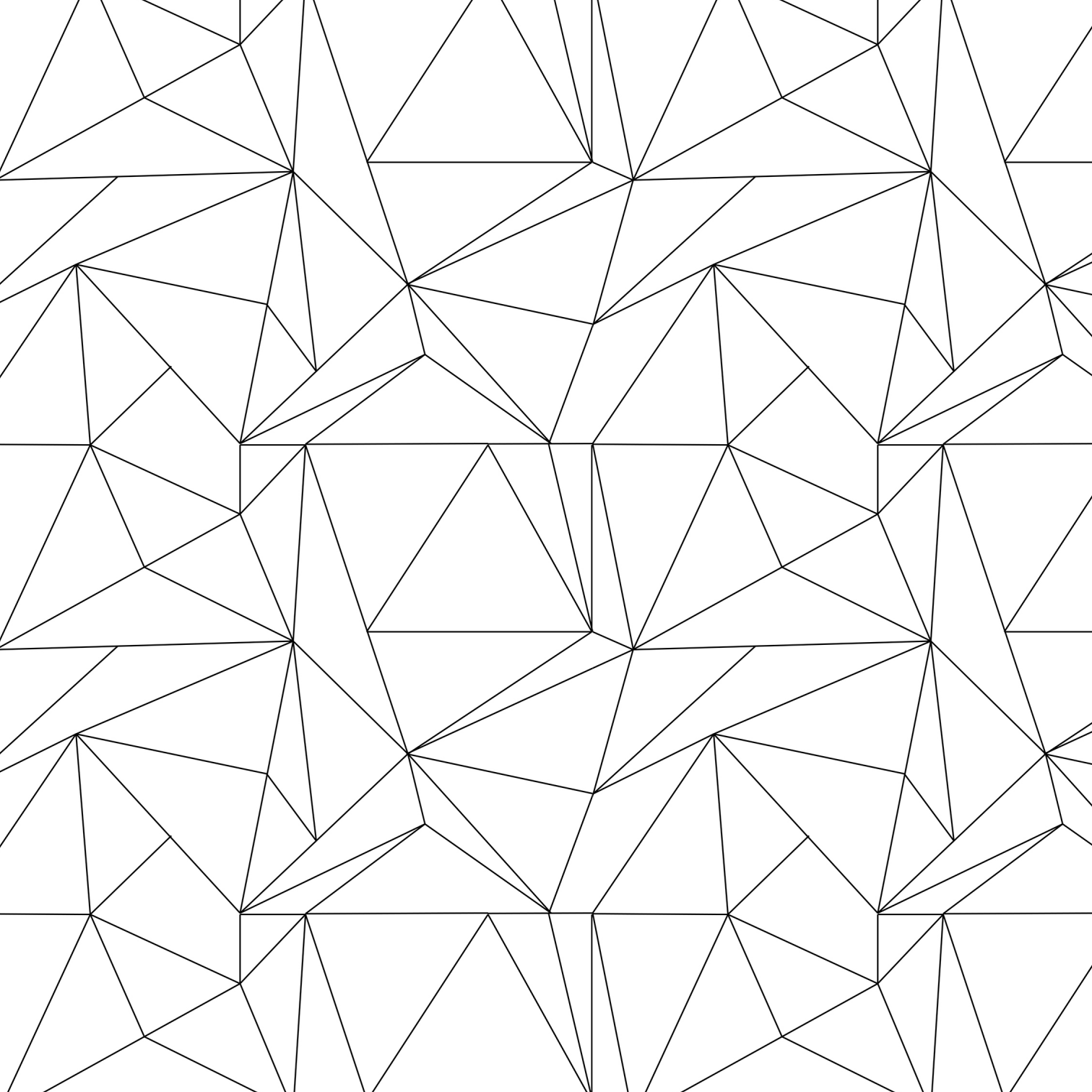
Para cada um desses formatos de consultoria o primordial é entender o que está sendo pretendido com o atendimento, esclarecendo o cliente a respeito do modo como você irá trabalhar e de quais serão as suas

atividades dentro deste processo (o que veremos a seguir). Desta forma, o cliente estará ciente do tipo de consultoria que está sendo prestada e de quais são as suas reais obrigações para com ele, evitando os riscos de uma decepção com o trabalho proposto, o que também protege o profissional de futuras reclamações.





4 - AS ETAPAS DO TRABALHO DO PERSONAL STYLIST



4 - AS ETAPAS DO TRABALHO DO PERSONAL STYLIST

4.1 - Questões iniciais

Para facilitar a compreensão do que vem a ser o trabalho do P. S., serão apresentados alguns passos metodológicos, explicando cada etapa do desenvolvimento do trabalho deste profissional. Levando em consideração que se trata de um trabalho minucioso e de muita atenção, deve-se ter em conta que algumas dicas são de suma importância, pois irão contribuir muito na hora de analisar o cliente.

Nosso trabalho inicia no momento em que o cliente entra em contato solicitando os serviços. Este será considerado "o primeiro momento com o cliente". Neste primeiro momento, que muitas vezes acontece por telefone, você deve tentar entender os motivos pelos quais o cliente decidiu procurar você, dando uma explicação prévia de como é o seu trabalho e de todos os tipos de consultoria que você domina. Desta forma o cliente poderá escolher a que irá suprir melhor as suas necessidades.

A partir da confirmação do cliente, você inicia o segundo passo do trabalho, em que acontecerá o encontro com ele, havendo então uma segunda conversa sobre suas necessidades para procurar uma consultoria. Você apresentará ao interessado uma proposta de trabalho com base nas escolhas realizadas no primeiro contato. A partir do passo a passo deste processo (que veremos a seguir), você irá tirar todas as dúvidas do cliente e

estará apto a iniciar a consultoria.

Para simular nosso trabalho, ilustrando o modo como ele funciona, usaremos um exemplo de "consultoria completa", pois com ela temos a possibilidade de passar por todas as etapas necessárias tanto para este tipo de atendimento como para os demais. Abaixo o nosso passo a passo:

4.2 – Passo a passo

1º Passo:

Após ter apresentado as questões iniciais, vamos para o momento em que é necessário descobrir o estilo pessoal do cliente. Na busca por essa resposta pode-se utilizar questionários, painéis imagéticos ou mesmo exemplificar com casos de pessoas que estejam por perto, caso o encontro seja em algum lugar público. Com esse questionário busca-se mapear o que a pessoa faz, com o que ela trabalha e que gênero de vida ela leva, para assim definir seu estilo. É importante lembrar que, na maioria dos casos, as pessoas têm mais de um estilo, pois podem trabalhar em funções e/ou assumir cargos de grande responsabilidade e seriedade, o que exige o uso de trajes mais tradicionais e/ou elegantes. Porém, nos finais de semana, ou nos momentos de lazer, utilizam roupas mais casuais e esportivas, e tudo isso deve ser levado em conta. Neste primeiro momento, também devemos descobrir o tipo de corpo do cliente, o que ele gosta no seu corpo e o que ele deseja disfarçar.

2º Passo:

Após ter definido o estilo pessoal do cliente, apresenta-se a ele dicas de como se vestir e como se utilizar desse estilo de forma adequada. Se for possível, seria interessante que este segundo passo acontecesse em um segundo encontro, pois então haverá tempo para fazer anotações sobre o tipo de corpo da pessoa, aquilo que ela pode usar de forma mais adequada, o que se pode fazer para tirar a atenção do que ela não gosta em seu corpo, etc. É importante não esquecer de tratar das cores que ficam bem com o seu tom de pele, bem como da forma como se pode fazer melhor uso

dessas cores, ou até de como fazer uso de cores que sejam da preferência do cliente, ainda que não sejam tão indicadas.

3º Passo:

Realizado o segundo passo, partimos para a parte mais prática do trabalho, quando se procura ir à casa do cliente e fazer o que pode ser chamado de “raio x” de seu guarda-roupa. Coloca-se “tudo abaixo”, ou seja, tira-se todas as roupas do armário e analisa-se peça por peça, definindo o que pode ser aproveitado e o que não combina, ou até mesmo o que não deve mais ser usado. Assim, pode-se catalogar o que o cliente tem em casa, e isso inclui qualquer material de estilo, como: acessórios, bolsas, calçados, roupas e até mesmo lingerie, pois, se a roupa de baixo estiver incoerente com o corpo do cliente, isso pode alterar e tornar um fracasso o look completo. Depois de tudo catalogado e separado aquilo que será aproveitado, organiza-se o guarda-roupa do cliente de forma prática e inteligente, que facilite na construção dos looks diários sem grandes dúvidas.

4º Passo:

Com a organização do guarda-roupa é possível saber o que o cliente possui e o que seria interessante para ele adquirir (comprar), com o intuito de complementar seu guarda-roupa. Então se faz uma lista de itens interessantes em que ele pode investir e se acompanha o cliente nas compras, visando auxiliar no foco e garantir no sentido de que não vá se equivocar. É também uma boa oportunidade de ensinar o cliente a fazer compras conscientes, principalmente se forem peças para trabalho.

5º Passo:

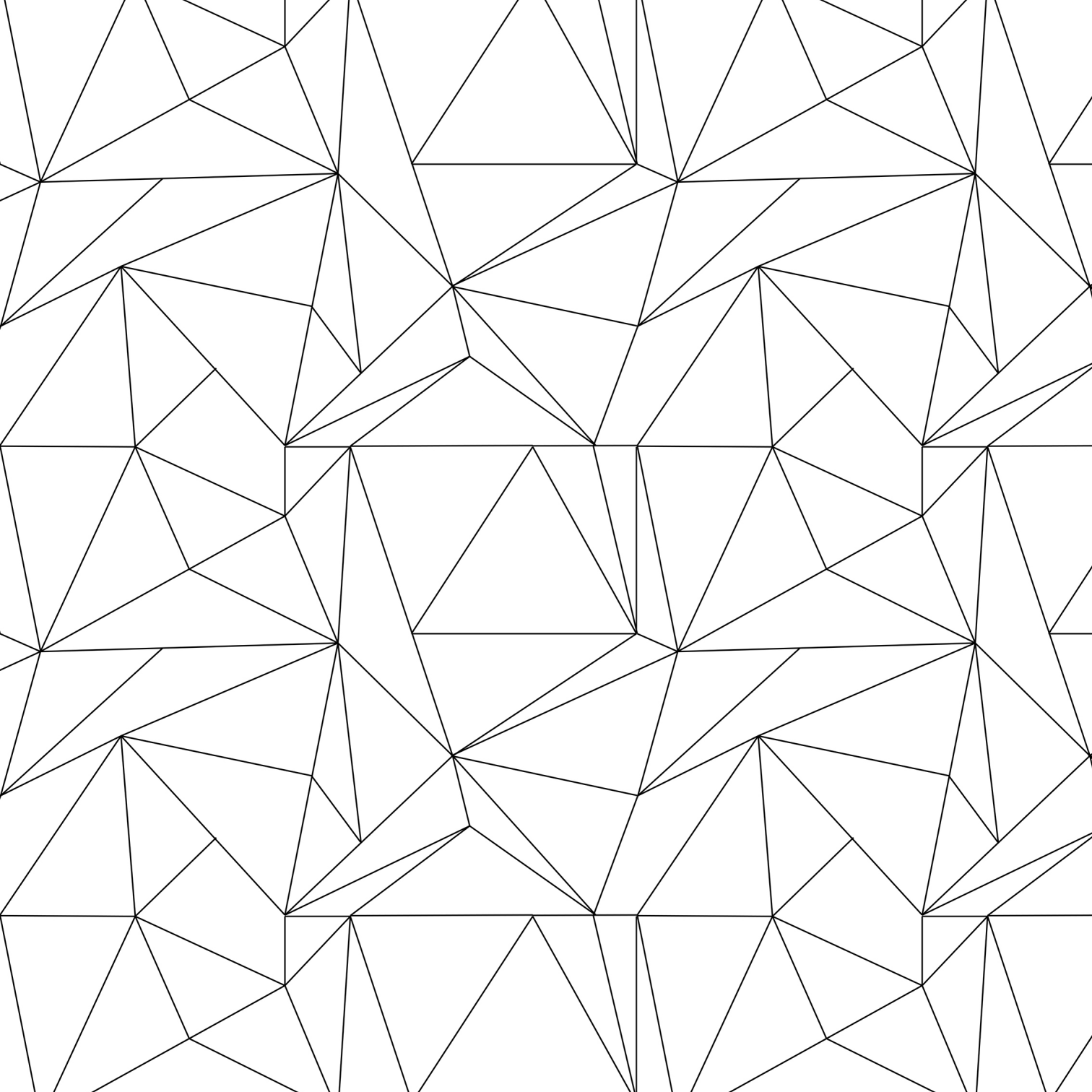
Após a organização do guarda-roupa, o quinto e último momento da consultoria é aquele em que se efetua um pequeno *lookbook*, no qual se apresenta combinações com as peças que o cliente tem em casa e as que ele comprou, para que isso se torne inspiração na hora de vestir. Esse *lookbook* pode ser impresso ou digital, tudo depende do formato de consultoria que você está prestando para o cliente.

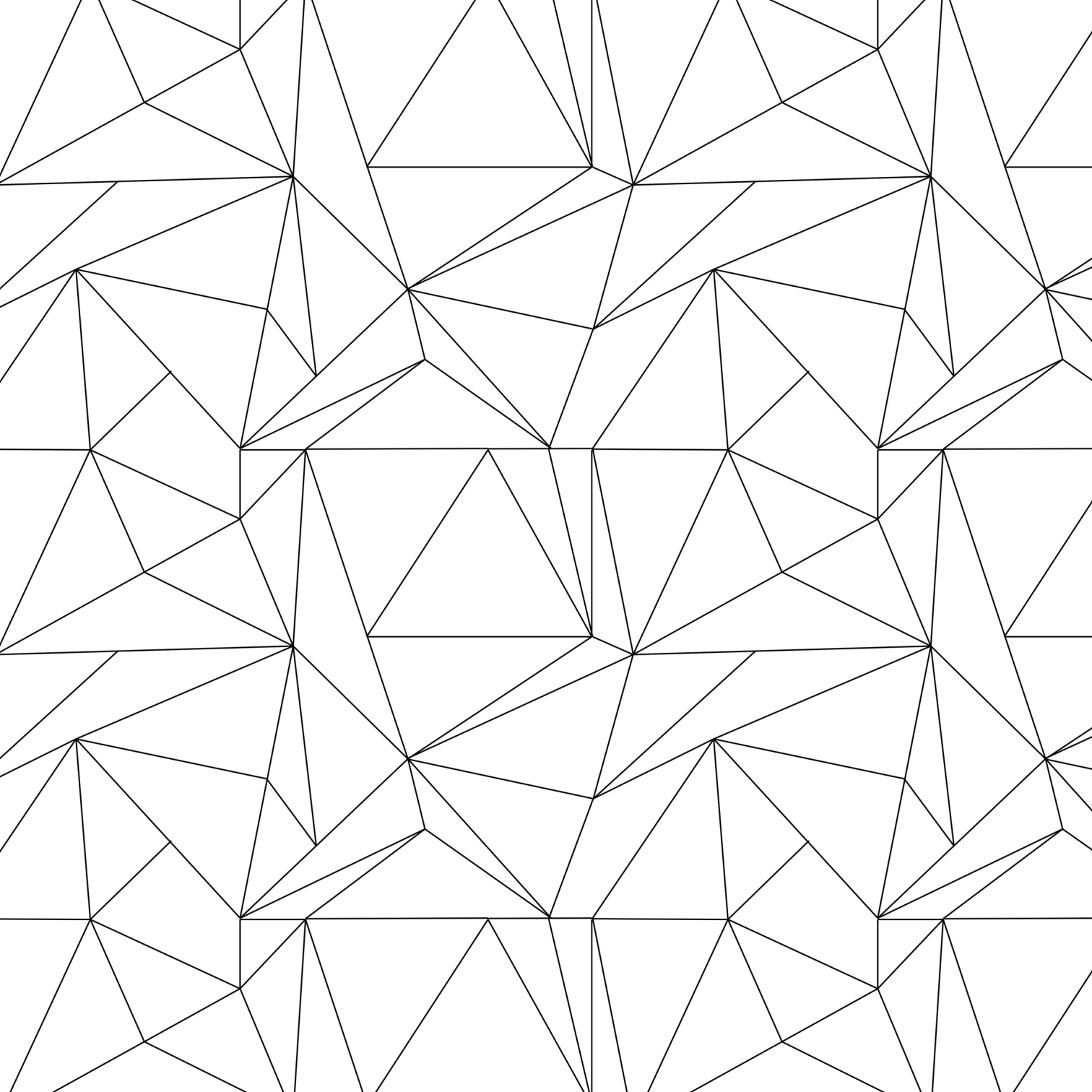
Após esse processo o cliente não deve mais ter dúvidas, o que irá

tornar o momento de vestir muito mais fácil.

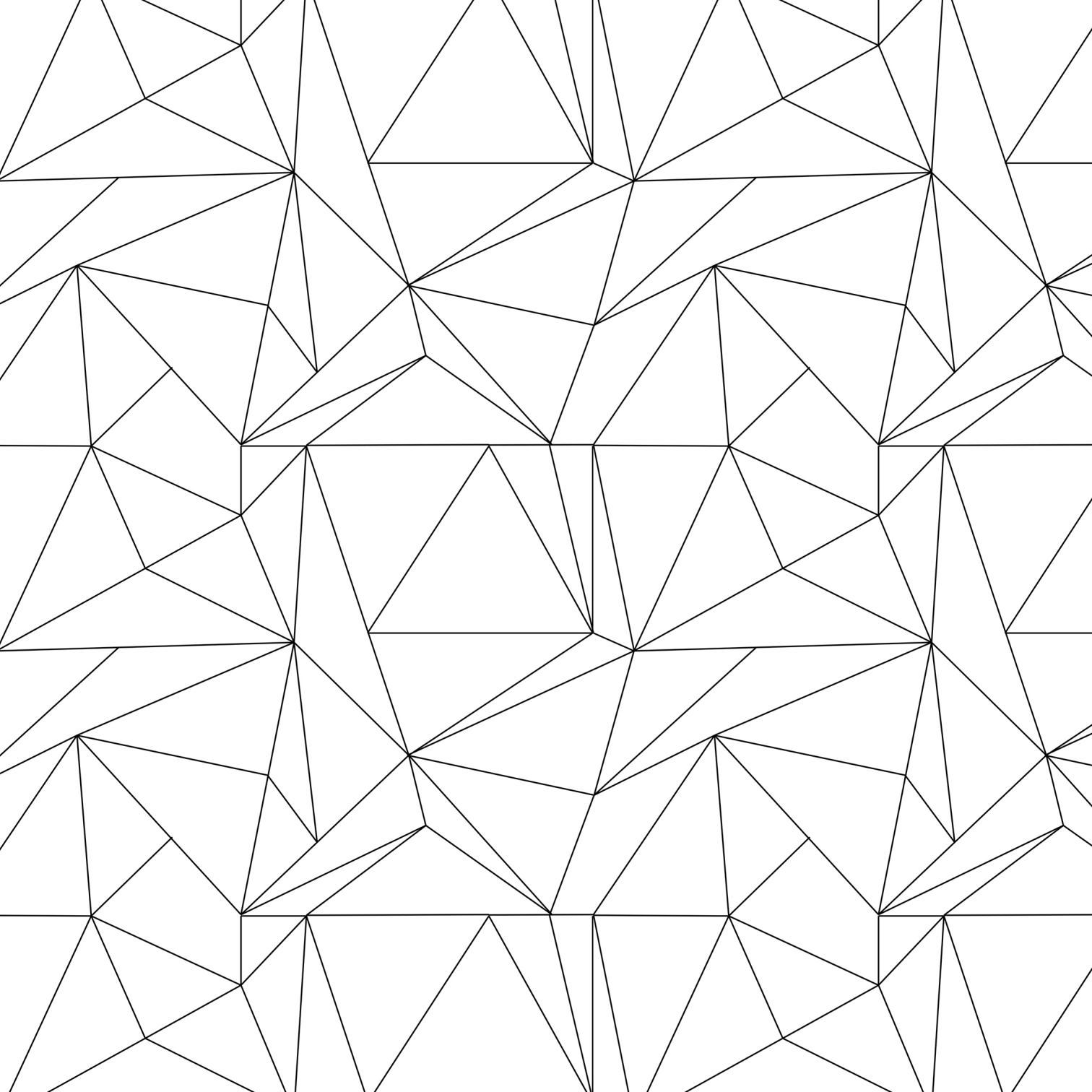
Obs.:

Após esse processo, certamente, o cliente não terá mais dúvidas sobre como se vestir, o que irá tornar o seu dia a dia mais fácil no que se refere ao visual.





5 - ANÁLISE DO ESTILO PESSOAL



5 - ANÁLISE DO ESTILO PESSOAL

É através do estilo pessoal que se pode perceber os gostos e preferências de uma pessoa, que se tornam evidentes pela forma como ela se veste. Entendido como uma extensão da personalidade, o estilo pessoal pode ser descoberto pelo *Personal Stylist*, que deve respeitá-lo como traço individual de cada um. Esse profissional tem o papel de trabalhar com a busca do estilo do cliente, auxiliando-o a aproveitá-lo com elementos que favoreçam sua imagem, possibilitando que se sinta à vontade, mais confortável e confiante com suas escolhas para roupas e acessórios, expressando autenticidade e sua singularidade.

Todo mundo tem seu estilo pessoal, decorrente de sua história de vida, suas atividades diárias, preferências, condições de vida e características gerais, como: profissão, idade, local onde mora, local de trabalho, biotipo, hobby... Desta forma, podemos dizer que o estilo da pessoa é relacionado à sua vida e às mudanças que cada um vive, pois tudo isso reflete nas escolhas feitas na hora de se vestir.

Em relação à imagem pessoal, explica porque uma mudança de imagem afeta a pessoa no nível emocional e psicológico e pode provocar alterações no seu comportamento. (...) Todo profissional de beleza, sabe que a imagem pessoal tem um forte efeito emocional sobre a pessoa. Ele sabe que se criar uma imagem certa pode elevar a

autoestima do cliente ou ajudar a lidar com uma decepção amorosa, mas também sabe que, se errar, pode provocar uma crise de choro. Uma imagem inadequada pode inclusive resultar em depressão. (HALLAWELL, 2009, p. 70).

Devemos sempre ter cuidado ao tratar do assunto “estilo pessoal”, pois, além de ser algo muito particular, faz parte da identidade de cada um, faz parte do modo como cada pessoa se vê, faz parte da intimidade de cada pessoa e ao mesmo tempo é o que apresenta um indivíduo para os outros, pelo menos num primeiro momento. É o que chega ao público. Por isso se faz importante aprender a adaptar o estilo de se vestir ao modo de vida, e isso é muito delicado. O profissional Personal Stylist deve ter muito cuidado no trato com seu cliente, na maneira como deve explicar, indicar, aconselhar e exemplificar⁴ as possibilidades de se vestir adequadamente.

Qualquer mudança na imagem de uma pessoa vai alterar seu senso de identidade e a maneira como os outros a veem. Isso é claramente perceptível quando a mudança é radical, como uma transformação. Por isso é preciso ter muito cuidado e responsabilidade quando as mudanças são permanentes.. (HALLAWELL, 2009, p. 77).

Algumas pessoas, atualmente, são consideradas “vítimas da moda”. Essa expressão é utilizada para se referir as pessoas que usam o que é tendência, que ficam dependentes de roupas de grife e esquecem de se preocupar no sentido de se essas roupas realmente combinam com seu estilo, pois o importante para elas é apenas a marca/grife que estão usando. Podemos dizer que isto é inadequado. É lógico que essas marcas/grifes trabalham com roupas de qualidade, mas o adequado, o que é importante, é se preocupar em manter uma sintonia entre o estilo da pessoa em questão e a proporção de seu corpo em relação às roupas, não usando nada somente porque está na moda, ou porque é “de marca”. O que interessa é o modo como se usa uma determinada roupa, e não a grife a que ela pertence.

Para descobrir e aprimorar o estilo pessoal do cliente, utiliza-se algumas técnicas. Cada profissional escolhe, com o tempo, a técnica a que

se adapta melhor, podendo optar por usar questionários, somente entrevistas ou até mesmo painéis imagéticos. Aqui trataremos de três técnicas diferentes, que podem, tranquilamente, ser usadas juntas ou de modo independente uma da outra. No início da carreira de Personal Stylist, aconselho que os profissionais se utilizem dessas três técnicas sempre, até escolherem aquela que preferem, pois assim aprenderão a fundo cada uma delas.

⁴Como nos casos em que não se esteja adequado ao momento, como, por exemplo, usando roupas muito sexy em ocasiões mais sóbrias, ou vice-versa, e também nos casos em que se faz uma produção muito sóbria para uma situação mais casual, como um passeio no parque.

5.1 - TÉCNICAS/MÉTODOS:

- Questionários de estilo:

Trata-se de um conjunto de perguntas sobre estilo de vida, profissão, hobbies e preferências, adotado como metodologia para descobrir o estilo pessoal do cliente. As perguntas podem ser feitas informalmente, através de uma conversa, em forma de questionário de somatória de resultados⁵ ou ainda configurar um questionário padronizado (com perguntas definidas), podendo este ser enviado por e-mail para o cliente.

- Painel Imagético:

São apresentados painéis com os estilos, através de algumas imagens, e a partir disso o cliente opta pelos painéis com os quais mais se identifica.

- Entrevistas:

De uma maneira bem mais informal, através de conversa, o profissional pergunta sobre as características do cliente, de um modo mais leve, como se fossem duas pessoas se conhecendo pela primeira vez.

Vejamos agora, detalhadamente, as técnicas apresentadas anteriormente.

Inicia-se com uma entrevista que deve ser feita no primeiro encontro,

através de conversa informal. É muito interessante também anotar tudo que você conseguir absorver do cliente, mas cuidado: o cliente pode não se sentir à vontade com suas anotações, e então você deve ser singelo e educado, explicando o que está escrevendo em seu caderno.

Dica interessante: faz-se necessário ter um caderno ou bloco de anotações em que você possa escrever tudo o que estiver percebendo sobre o cliente, sobre suas características e sobre possibilidades de estilo que poderão ser sugeridas a ele durante a consultoria. Esse caderno serve como ferramenta de trabalho, e é interessante que seja individual, que você tenha um caderno para cada cliente, para que não haja cruzamento de informações com outros clientes que você estiver atendendo. No fim da consultoria, se achar interessante, você pode presentear o cliente com este caderno, mas, importante: cuidado com as anotações feitas, pois ele pode não entender alguma observação e se sentir ofendido – então, muito cuidado. Pode-se optar por não presentear o cliente com o respectivo caderno, guardando-o para futuros projetos de consultoria, utilizando-o como objeto de pesquisa.

Você deve ganhar a confiança do cliente, tendo cuidado para não realizar análises com foco psicológico, pois não é disso que se trata, além de que algumas pessoas não se sentem à vontade quando percebem que estão sendo analisadas. Com as características do cliente anotadas, somadas a suas anotações pessoais, será mais fácil encontrar o estilo pessoal que mais se adapte a cada cliente.

A forma de abordagem ao cliente, como já foi dito antes, depende muito do modo de trabalho de cada profissional. Agora trarei os exemplos mais aprofundados de como preparar o material para cada tipo de entrevista.

⁵Este tipo de questionário não será desenvolvido neste livro.

5.2 - QUESTIONÁRIO DE ESTILO - DEFININDO O ESTILO PESSOAL

Neste questionário são apresentadas perguntas de suma importância para a compreensão do estilo pessoal. É importante lembrar que é imprescindível que haja um encontro ao vivo com o cliente, pois somente analisando pessoalmente a forma como este se veste no cotidiano podemos julgar o certo e/ou errado. Em alguns casos, não podemos confiar na autoanálise do cliente, pois essa pode ser "enganosa". É comum o cliente não ser capaz de vislumbrar o que nós, profissionais especializados no assunto, conseguimos ver. Dessa forma, tomo como exemplo o caso em que um cliente define seu estilo como esportivo quando pode muito bem não pertencer a este estilo.

- As perguntas são:

- Qual é a sua profissão? Por que escolheu esta profissão? Como é seu ambiente de trabalho? Você trabalha em escritório/rua/em vários lugares ao mesmo tempo? Que roupas você usa para o trabalho?
- Você tem o hábito de praticar esportes? Quais? Costuma ter roupas especiais para a prática desses esportes?
- Como é o seu temperamento?

- Você tem algum hobby? Tem alguma atividade que goste de fazer com alguma frequência?
- Você costuma sair com amigos/ou à noite? Como é sua vida social? Que tipo de lugares você costuma frequentar?
- Como costuma ser o seu final de semana? Que tipo de viagem você faz com frequência? Você se veste de forma diferente durante o final de semana?
- Quais suas cores preferidas? E por que você gosta dessas cores? Que cor você acha que mais lhe valoriza? Qual a cor que menos lhe valoriza?
- Onde você costuma comprar roupas e por que as compra neste local?
- Qual é a sua roupa preferida? Que tipo de roupa nunca usaria? Por quê?
- Você gosta de acessórios? Quais?
- Qual é a sua idade? Você tem alguma objeção a algum tipo de roupa por causa da sua idade?
- De qual parte de seu corpo você mais gosta e de qual menos gosta?
- Como você quer ser visto pelas outras pessoas?
- Você tem um objetivo específico para estar procurando um profissional?

5.3 – PAINEL IMAGÉTICO

Para auxiliar na entrevista é aconselhável a utilização de imagens. Isso pode ser feito por meio de um painel imagético elaborado pelo Personal Stylist, contendo a representação de cada estilo. No caso, temos sete estilos, que serão apresentados posteriormente. Então teremos que desenvolver sete painéis, um para cada estilo. Estes painéis podem ser de imagens de looks completos, com modelos ou pessoas comuns vestindo e representando o estilo a ser apresentado no painel.

Também pode ser interessante fazer painéis complementares contendo estilos de vida, de acordo com os sete estilos já citados, ou também painéis só de acessórios, ou até mesmo com imagens de editoriais de revistas de moda, pois desta forma fica bem exemplificado como são cada estilo e sua respectiva personalidade.

O material pode ser feito com recorte de revistas ou no computador - aí vai do método de trabalho de cada profissional.

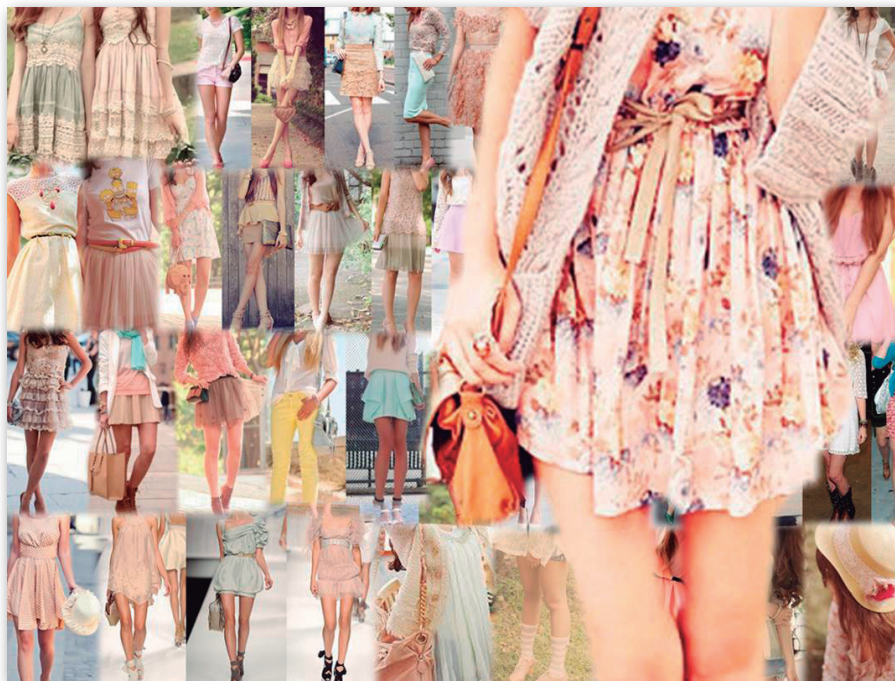
Desta forma, segue abaixo 01 painel principal e 04 painéis complementares, como exemplo:

- Painel de estilo - este é o painel principal, que deve ser elaborado e utilizado sempre como ferramenta de trabalho;

- Painel de personalidade - painel complementar em que são apresentadas as individualidades (opcional);
- Painel de estilo de vida e gosto pessoal - painel complementar, mais completo e complexo, onde são apresentados os hobbies e demais costumes (opcional);
- Painel de acessórios e estilo - painel complementar (opcional);
- Painel de Estilo com roupas, imagens e acessórios - painel complementar (opcional).

Dica: É importante ressaltar que cada personal stylist deve produzir seus próprios painéis, o que dá unidade e exclusividade ao trabalho, agregando valor a ele.

5.3.1 - Painel de estilo



Composição de imagens realizada pela autora especificamente para este livro.

5.3.2 - Pannel de personalidade



Composição de imagens realizada pela autora especificamente para este livro.

5.3.3 - Painel de estilo de vida e gostos pessoais



Composição de imagens realizada pela autora especificamente para este livro.

5.3.4 - Painel de acessórios



Composição de imagens realizada pela autora especificamente para este livro.

5.3.5 - Painel de estilo com roupas, imagens e acessórios



Composição de imagens realizada pela autora especificamente para este livro.

5.4 – ENTREVISTA

O terceiro método de abordagem é o que acontece por meio de entrevistas, em que, ao longo de uma conversa informal, o profissional vai captando palavras sobre o estilo de vida do cliente e procurando perceber se a pessoa é mais reservada ou extrovertida, definindo, assim, o perfil do cliente. Este método necessita de um pouco mais de prática, uma vez que, que como já falamos antes, as primeiras aparências enganam. Podemos tranquilamente nos equivocar a respeito do cliente, daí a importância de uma conversa aprofundada, direcionada no sentido de captar o máximo possível de informações para que possamos montar com sucesso este perfil.

A entrevista se assemelha ao questionário, mas as perguntas do questionário não aparecem aí de forma explícita, e sim colocadas de uma forma mais singela. No caso da entrevista, o cliente não tem acesso às questões, apenas o Personal Stylist vai conduzindo a conversa no sentido de buscar informações sobre a identidade da outra pessoa. Pode-se também utilizar os painéis para auxiliar na conversa.

5.5 - TIPOS DE ESTILO

Como já foi dito antes, para que possamos descobrir o estilo do cliente é necessário que se faça uma análise para identificar sua personalidade, seu tipo de vida. No caso de se buscar descobrir qual roupa fica mais adequada para o cliente, o questionamento tem suas perguntas específicas, que versam em torno das cores que favorecem esse cliente, do tipo de corpo deste e do estilo que já terá sido definido pelo Personal Stylist a partir dos métodos explicados anteriormente.

Estilizar, portanto, pode ser interpretado como um ato de afirmação, uma maneira de singularizar um indivíduo, uma obra ou uma época, laborando a sua forma de apresentação, a sua aparência. O estilo expressa então, irredutivelmente, essa obra arte/vida que é a escultura de si, resolvendo plasticamente a potência da vitalidade de um indivíduo. A noção de estilo (inglês, *style*; francês, *style*; alemão, *stil*) tem origem no século XVIII, e é sintetizada no lema francês, *le style c'est l'homme même* (tradução: o estilo é o homem), sendo considerada a aparição, numa forma expressiva, das características próprias do sujeito que se expressa. (CIDREIRA, 2005, p. 118)

Seguindo as pistas apresentadas pela autora anteriormente, podemos buscar conhecer as características do cliente, respondendo às seguintes perguntas:

- **Tipo de vida:** O que o cliente faz, em geral (trabalho/lazer)? E de que roupas ele vai precisar para essas atividades?
- **Estilo de roupa:** Qual é o estilo do cliente?
- **Personalidade:** Como o cliente quer ser projetado para o mundo? E como o cliente quer ser reconhecido pelas pessoas com quem convive?
- **Cores:** Quais as cores que realçam mais as melhores características da pessoa? Quais as cores que não favorecem o cliente?
- **Corpo:** Qual o tipo de corpo do cliente? Quais as partes do corpo que mais favorecem a pessoa e que devem estar em evidência? Quais as que menos favorecem?

Para entendermos melhor os estilos, a partir de agora explicarei um pouco as características próprias a cada um deles. Existem sete estilos de vestir, que são:

- Esportivo ou natural
- Elegante
- Tradicional
- Romântico
- Sexy
- Criativo
- Dramático

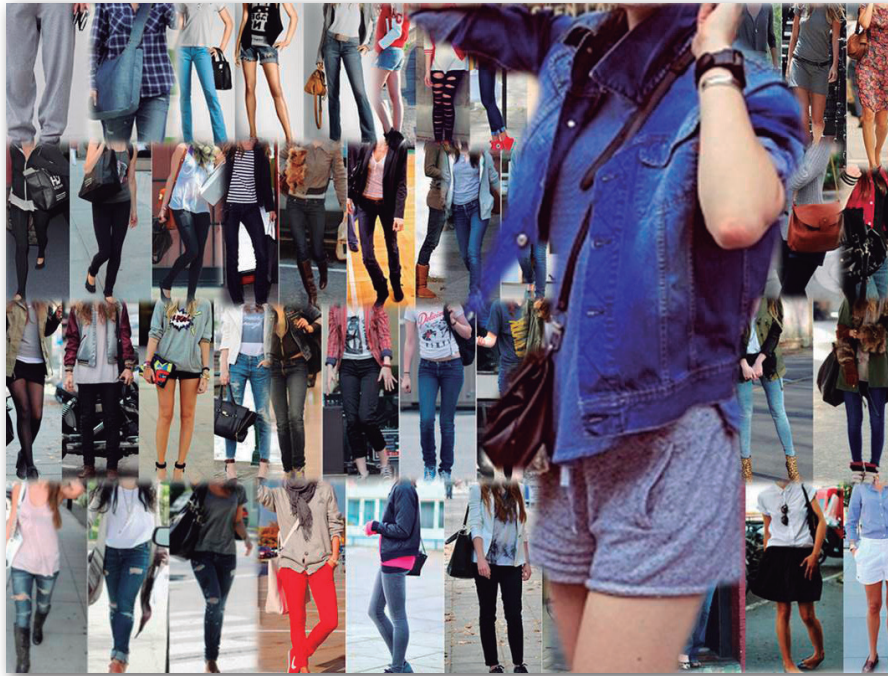
Os estilos mais comuns são o tradicional e o esportivo ou natural, que, além de serem estilos mais “básicos”, no sentido de serem atemporais e práticos, são mesmo os estilos mais frequentes.

Por derivação, o termo estilo acabou, com o passar do tempo, a significar a maneira particular como cada um exprime seus pensamentos, suas emoções, seus sentimentos, aquilo que caracteriza uma forma de expressão, formado por um conjunto de traços identitários que resultam numa unicidade, numa assinatura; ou ainda, qualidade de alguém ou alguma coisa que apresenta características estéticas originais. Dai advém a ideia do estilo enquanto esforço de criar uma marca pessoal, estética ou temporal. CIDREIRA, Renata Pitombo. (CIDREIRA, 2005, p. 118)



ESTILO ESPORTIVO (OU NATURAL)

5.5.1 - Estilo Esportivo (ou natural):



É o estilo mais ligado à praticidade e ao conforto. É alegre e informal. Dá sempre preferência a combinações mais simples e fáceis de serem produzidas, adotado por pessoas que não consomem muito tempo com vaidades.

Importante: A moda fitness faz parte do estilo esportivo, mas este não se resume só a ela. Veja algumas características:

Palavra-chave: praticidade.

Características pessoais:

- Espontânea, direta, comunicativa, descontraída, prática, econômica;
- Casual, básica, informal;
- Ativa, energética, saudável, alegre, engraçada, juvenil, amigável, despreocupada.

Conceitos:

Preza pelo conforto, utilidade, não tem paciência para se arrumar.

Peças preferidas:

Sapatinhos baixos, tecidos naturais fáceis de manter, gosta de estampas e tem uma bolsa que combina com todas suas roupas ou uma bolsa transversal, por ser prática, usando sempre as mesmas bijuterias e relógios.

Preferências:

- Roupas confortáveis, despojadas e alegres;
- Roupas funcionais;
- Domina o casual look (roupas mais casuais);
- Sobreposições;
- Gosta da maioria das cores, e não tem dificuldade com combinações;
- Tecidos de fácil cuidado, mas também funcionais, como tecidos tecnológicos;
- Acessórios simples e em pouca quantidade, mas o relógio é uma peça essencial;
- Bolsas grandes e práticas;
- Cabelo com corte prático;
- Nenhuma maquiagem, ou apenas o mínimo;
- Usa tênis e sapatilhas e, no caso do sapato de salto, na maioria das vezes é baixo ou plataforma.

Guarda-roupa:

- Jaquetas, camisetas (de todas as cores);

- Cardigãs;
- Calça, camisa, saia jeans;
- Roupas estilo pólo;
- Vestidos práticos, tipo chemisiers;
- Saias mais básicas, no modelo reto;
- Suéter e pulôver;
- Botas de salto grosso e baixo;
- Acessórios da cor natural do couro;
- Mochila.

Dicas:

- Suas limitações são as profissões mais conservadoras e ocasiões formais.
- Tenha um vestido preto, básico, de corte não muito elaborado, para que possa servir como coringa para sair à noite ou em eventos mais formais
- Use echarpes ou lenços coloridos, pois, além de incrementar o visual, dão um ar mais moderno, sem destoar do estilo.



ESTILO TRADICIONAL

5.5.2 - Estilo Tradicional



O estilo tradicional segue o padrão atemporal. São pessoas que têm um estilo de vida mais formal, preocupadas em passar uma imagem de seriedade e segurança, com forte tendência a ocupar cargos de chefia no trabalho. São atentas a roupas de qualidade e dificilmente são compradoras impulsivas, pois sabem exatamente aquilo de que precisam.

Palavra-chave: discrição e sofisticação.

Características pessoais:

- Conservadora;

- Formal;
- Eficiente e organizada;
- Sensata;
- Confiável;
- Inspira respeito.

Conceitos:

Estar tudo no lugar. Consumir produtos que exibam a logomarca, pela qualidade oferecida.

Peças preferidas:

Tecidos de bom caimento e cortes retos, arquitetônicos, marcando levemente as curvas, peças com fechamento em zíper, botão e cintos, usam roupas monocromáticas em branco, preto, bege e gelo, bolsas com repartição e divisórias, sapatos bicolores e altos ou de verniz, relógio neutro nas formas e nas cores, misturam joias verdadeiras e semi, geralmente bem singelas.

Preferências:

- Cores mais neutras e, no caso de estampas, sempre discretas. Composição de no máximo três cores por look;
- Tecidos mais finos, como seda e jérsei;
- Roupas que não marquem muito o corpo, com o padrão sempre mais estruturado;
- Bijuterias e joias misturadas, mas muito discretas, mas em geral um colar de pérolas faz parte de suas composições;
- Maquiagem e cabelo sempre com cores e cortes discretos.

Guarda-roupa:

- Costumes;
- Saias e calças com corte mais reto e estruturado;
- Twin-set clássico (cardigã e blusa);
- Blazer no estilo alfaiataria;
- Blusas de seda ou tecidos similares, que formam uma

composição mais leve com os conjuntos blazers e saias/ blazers e calças;

- Bolsas em um tamanho médio, onde caiba o necessário;
- Colar e brincos de pérolas.

Dicas:

- Os terninhos mais práticos são aqueles de tecidos como viscose ou crepe, pois não amassam e são fáceis de manter sem marcas o dia inteiro. Os ternos de linho, ao contrário, amassam muito.
- Um detalhe que pode deixar o estilo tradicional um pouco mais leve é um lenço colorido, pois quebra a formalidade.

⁶ O guarda-roupa inteligente será apresentado posteriormente.



ESTILO ELEGANTE

5.5.3 - Estilo elegante:



O estilo mantém sempre uma aparência atemporal e impecável, pois transmite a imagem de uma pessoa refinada. É uma pessoa segura e de fortes opiniões, possuindo as mesmas características do estilo tradicional, que são diferenciadas da seguinte maneira: o estilo elegante é sujeito a seguir tendências e é mais glamouroso, enquanto o tradicional segue o padrão atemporal.

Palavra-chave: seriedade.

Características pessoais:

- Segura;
- Distinção;
- Elevada posição social;
- Sofisticada, imponente, formal, reservada;
- Exigente;
- Respeitada;
- Chique;
- Impecável;
- Bem-sucedida.

Conceitos:

Estar sempre bem vestida, de forma adequada às ocasiões e aos lugares que frequenta.

Peças preferidas:

Peças de alfaiataria, de bom caimento, e que tenham personalidade forte e distinta.

Preferências:

- Roupas bem alinhadas, com poucos detalhes, compondo um visual mais clean;
- Roupas que combinam perfeitamente com as peças que possui no armário, transformando o guarda-roupa, no que chamamos de guarda-roupa inteligente ;
- Roupas de boa qualidade;
- Não segue modismos;
- Estilo atemporal;
- Roupas de bom caimento no corpo;
- Tecidos sofisticados, de boa qualidade, como linho, gabardine, cashmere;
- Cores monocromáticas e discretas, ou cores fortes, mas usadas com classe;

Guarda-roupa:

- Conjuntos como tailleur e costume;
- Mantôs;
- Grifes sofisticadas;
- Joias.

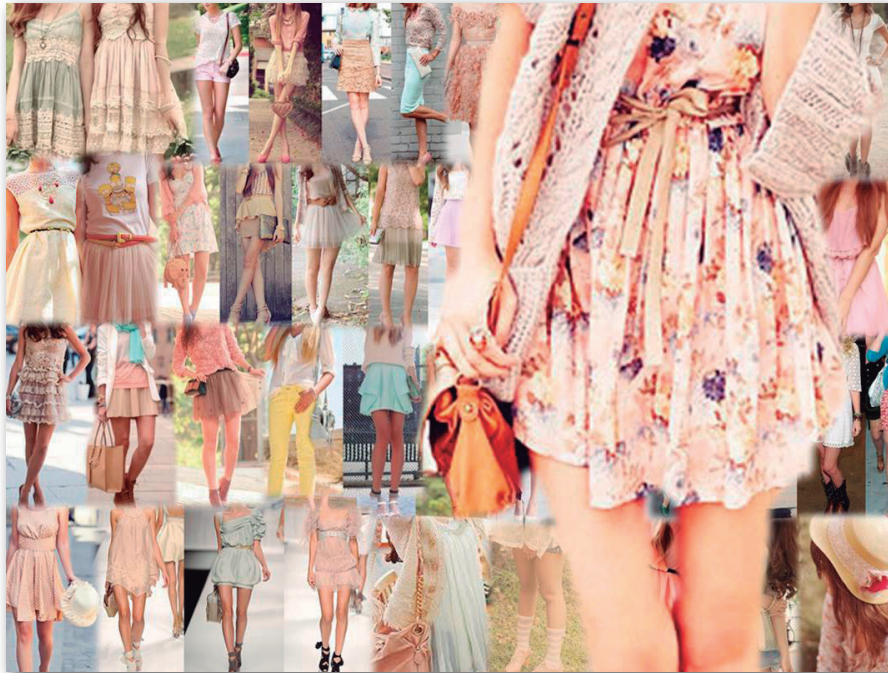
Dica:

- Suas limitações são as ocasiões mais informais, quando pode passar até mesmo um ar de indiferença, no caso de uma produção muito formal.



ESTILO ROMÂNTICO

5.5.4 - Estilo romântico:



São mulheres muito delicadas e femininas, sendo que muitas vezes passam até um ar meio lúdico e infantil, por culpa de toda delicadeza que transmitem. É um estilo que traz muita graça e feminilidade à forma de vestir, mas é preciso ter cautela para não se passar uma aparência de caricatura infantil, com ar de princesa.

Palavra-chave: feminilidade, fragilidade.

Características pessoais:

- Gosta de cuidar de pessoas;

- Confia nas pessoas;
- Educada;
- Gentil e romântica;
- Sensível;
- Encantadora;
- Acessível e amiga;
- Extremamente feminina;
- Juvenil.

Conceitos:

Ser sutil, se enfeitar, expor doçura e delicadeza.

Peças preferidas:

Em tons pastéis, transparências e formas desestruturadas (pois só insinuam, não mostram), peças em tricô, estampas pequenas e delicadas com flores, sapatos baixos (como sapatilhas), saias e vestidos. Detalhes em laços, fitas, babados e flores.

Preferências:

- Roupas delicadas;
- Detalhes como rendas, laços, fitas;
- Estampas florais, texturas delicadas e pequenas;
- Vestidos soltinhos, nada de insinuar o corpo;
- Bordados delicados;
- Cores sutis, leves, sem contraste de cores fortes;
- Roupas e sapatos de linhas arredondadas, roupas estilo princesa;
- Flores em estampas e acessórios;
- Sapatilhas e sapatos de bico arredondado;
- Bolsas delicadas;
- Cabelos cacheados, curtos ou longos;
- Bijuterias delicadas, com pérolas e flores pequenas.

Guarda-roupa:

- Guarda roupa um pouco vintage;
- Sapatos delicados;
- Bolsas pequenas e médias, sempre delicadas;
- Vestidos fluidos, com bastante tecido, mas com caimento leve;
- Estampas delicadas;
- Saias leves;
- Roupas de crochê e materiais artesanais.

Dica:

- No inverno, abusar de cetim e veludo;
- Incluir tons mais escuros nas composições do dia a dia, já que com estes, aliados aos tons mais claros, o cliente permanece fiel ao seu estilo, mas passando um ar mais maduro e menos frágil.



ESTILO SEXY

5.5.5 - Estilo Sexy:



Com um ar sedutor, o estilo sexy está mais atendo ao culto ao corpo do que os outros estilos. Por chamar atenção, seduzir e conquistar, o estilo sexy, ou sensual, é muito adotado por pessoas públicas, que chamam a atenção não apenas em suas profissões, mas até mesmo na vida pessoal como: modelos, cantoras e atrizes. Também é um estilo muito adotado, já que atrai o olhar, para se usar à noite, em baladas e eventos sociais não tão tradicionais. O mais importante nesse estilo é ter bom senso, e cuidar para não cair na vulgaridade.

Palavra-chave: sensualidade

Características pessoais:

- Sedutora;
- Confiante;
- Sensual;
- Gosta de chamar a atenção;
- Provocativa;
- Corajosa;
- Glamourosa;
- Carismática.

Conceitos:

Culto ao corpo, mostrar a pele, se bronzear, cuidar do corpo.

Peças preferidas:

Decotes insinuantes, roupas que destaquem a cintura e as formas do corpo, um ombro só, recortes que mostrem pele, bota de bico fino e salto alto e sapatos extravagantes, brinco e pulseiras com balanço, fendas, decotes, estampas de animais, brilho. Cabelos com cortes que chamam a atenção, com cores fortes: ou muito loiro ou muito preto.

Preferências:

- Tecidos transparentes ou anatômicos ao corpo;
- Cores fortes, como vermelho e preto;
- Rendas e tecidos com brilho;
- Decotes, fendas, linhas reveladoras;
- Estampas de pele animal;
- Cabelos compridos, soltos;
- Maquiagem forte.

Guarda-roupa:

- Calças justas, jeans ou couro;
- Saias, na maioria das vezes curtas ou longas com fendas, deixando

- as pernas sempre à mostra;
- Sapatos de salto bem alto, botas e sandálias;
- Bijuterias grandes que chamem a atenção e em pontos estratégicos, como tornozeleiras;
- No guarda-roupa, tem sempre muitas peças para a noite.

Dica:

- Cuidar para não cair na vulgaridade. Se já estiver usando no look uma peça que deixe parte do corpo muito em evidência – como uma saia curta –, opte por uma peça, para a parte de cima, mais discreta, que não deixe tanto o corpo à mostra, o que dará um equilíbrio ao look. O sexy é evidenciar algumas partes estratégicas do seu corpo, fugindo daquele conceito de sempre decotão e tudo muito curto, o que já não é sexy, mas vulgar.



ESTILO MODERNO (CRIATIVO)

5.5.6 - Estilo moderno (criativo):



Com um ar mais artístico, o estilo moderno, muitas vezes chamado também de criativo, tem espírito de artista, é livre e sem preconceitos quanto a vestir, fazendo uma mistura de roupas, épocas e estampas. É um estilo divertido que busca principalmente valorizar os gostos pessoais, trazendo para a moda do dia a dia um pouco da forma como pensamos e vemos o mundo. O moderno gosta de misturas, de inovar, e não segue regras de vestuário, usa roupas de várias décadas e não se importa com o certo ou o errado.

Palavra-chave: contemporaneidade.

Características pessoais:

- Alegre e animada;
- Autoconfiante;
- Descolada;
- Antenada quanto a tendências e novidades na moda;
- Artística;
- Usa a forma de vestir para se expressar;
- Ousada na forma de vestir;
- Original;
- Criativa.

Conceitos:

Possui um estilo mais diferente, não se preocupa com combinações, não se importa com opiniões, é desenhadada e excêntrica.

Peças preferidas:

Tecidos estruturados que projetam, estampas variadas em tamanhos e estilos, sapatos exagerados e divertidos, as bijuterias tanto podem ser enormes como minúsculas. Gosta de ter um ponto focal na roupa, chamando a atenção para esse detalhe, como, por exemplo, um vestido preto e básico acompanhado de muito colares ou acessórios chamativos, que acabam anulando a peça do vestuário e chamando toda a atenção para os acessórios. Usa roupas descombinadas.

Preferências:

- Todas as cores;
- Todas as estampas e texturas;
- Acessórios variados, feitos a mão, antigos, modernos, étnicos e até mesmo acessórios simples;
- Roupas antigas ou artesanais;
- Roupas de brechó;
- Roupas femininas ou masculinas.

- **Guarda-roupa:**
É um guarda-roupa eclético e sem preconceitos, que aceita todos os estilos e todos os tipos de modelagem.
- **Dica:**
Ser criativa é a essência deste estilo, mas devemos tomar cuidado para, no momento da produção, não transformarmos a pessoa em uma caricatura ou personagem



ESTILO DRAMÁTICO

5.5.7 - Estilo Dramático:



Também conhecido como Estilo Cosmopolita, possui um ar teatral em todas as suas composições. O estilo dramático traz glamour e sofisticação à forma de vestir, mas de uma maneira que faz com que imaginemos que a pessoa está vestida, muitas vezes, com um figurino de teatro. Evoca a imagem de uma pessoa confiante e certa de suas escolhas quanto à forma de vestir, mas também, ao mesmo tempo, de uma pessoa que não é deste tempo, por conta de seu visual, às vezes, exagerado. É um visual inadequado para profissões mais conservadoras e para o próprio dia a dia, mas a pessoa que possui este estilo não se importa com as opiniões dos outros, seu lema é “causar”.

Palavra-chave: impressionar.

Características pessoais:

- Contemporânea;
- Confiante;
- Teatral;
- Segura;
- Gosta de chamar a atenção;
- Marcante;
- Inovadora;
- Desafiadora;
- Exagerada;
- Distante;
- Intimidante;
- Sofisticada;
- Moderna.

Conceitos:

Chamar a atenção onde esteja, não se importando em ser notada ou julgada, destacando-se sempre entre as outras pessoas.

Peças preferidas:

Gosta de roupas diferentes, calças superjustas ou superlargas, com casacos longos ou compridos, vestidos marcantes, algumas vezes de épocas passadas, golas e mangas volumosas, roupas desconstruídas e estruturadas

Preferências:

- Sua cor preferida é o preto;
- Roupas estruturadas e arquitetadas;
- Contrastes de cores;
- Estampas chamativas e abstratas;
- Roupas com silhuetas desconstruídas;
- Tecidos variados;

- Misturas de composições com alfaiataria masculina;
- Roupas com muito volume ou sem volume nenhum.

Guarda-roupa:

- Sapatos marcantes, de formatos variados;
- Acessórios diferenciados, com formatos inusitados;
- Roupas de couro e materiais mais rígidos, que proporcionam uma silhueta mais estruturada;
- Bolsas de tamanhos e formatos variados;

5.6 - TIPO FÍSICO

Atualmente, a insatisfação das mulheres e homens com o seu próprio corpo faz com que muitas pessoas busquem métodos cirúrgicos para “arrumar” o que não está bem. Vivemos uma era em que o culto à beleza e ao corpo está em alta, sendo desejo de todos ficar bem com o seu próprio corpo. Diferente do que muitas pessoas pensam, a moda pode auxiliar, e muito, nesse momento de “esconder o que está ruim, e mostrar o que está bom”. As roupas são fortes aliadas e a forma como as usamos pode fazer a diferença, o que às vezes evita que seja necessário “ir para a faca”, como as pessoas costumam dizer.

Conhecer bem o seu corpo e investir no que o valoriza é o mais importante no momento de se vestir bem. Desta forma, nunca haverá erro quanto a caimento, e aquilo que pode incomodar no corpo começa inclusive a passar despercebido aos olhos dos outros.

A forma correta de usar a moda a seu favor é vestir roupas que casem bem com a sua silhueta. Para isso, a seguir veremos os tipos de silhuetas que existem. Lembramos que cada corpo é diferente, e que podemos encontrar pessoas que, ainda que usem o mesmo manequim, tenham silhuetas completamente diferentes. Por isso devemos analisar o corpo do cliente com bastante atenção e devemos sempre ser sinceros quanto a isto, de uma forma educada e delicada. As mulheres, principalmente, tendem a não se

sentir bem quando expostas a críticas a seu tipo de corpo. Lembre-se, então, sempre, que "não devemos fazer com os outros o que não gostaríamos que fizessem com a gente".

Dica importante: Não gostamos de ser analisados. Por isso, devemos ter cuidado no momento de falar ao cliente sobre seu tipo físico.

Para o resultado ser mais efetivo ainda, junto com o cliente, após definido o tipo seu físico, devemos fazer duas listas: a) a primeira com os pontos fortes: as partes do corpo que devemos valorizar; e b) a segunda com os pontos fracos: as partes do corpo que devemos disfarçar ou esconder.

Desta forma fica mais fácil encontrar a modelagem certa para cada corpo, as peças mais adequadas e a forma de usá-las a nosso favor.

Dica - Lembrando: Cada ser humano é único. O que nos torna belos são as nossas diferenças e individualidades.

Existem cinco tipos de silhuetas. Devemos escolher a que mais se encaixa ao perfil do nosso cliente. Uma forma interessante de fazer essa análise consiste em propor ao cliente que coloque uma roupa mais justa, do tipo uma legging ou bermuda ciclista, com um tecido que fique mais rente ao corpo, mas não marque, e um top ou sutiã, e posicione-o em frente a uma parede de tom claro (ex: branco). Desta forma fica mais fácil descobrir o seu tipo de silhueta.

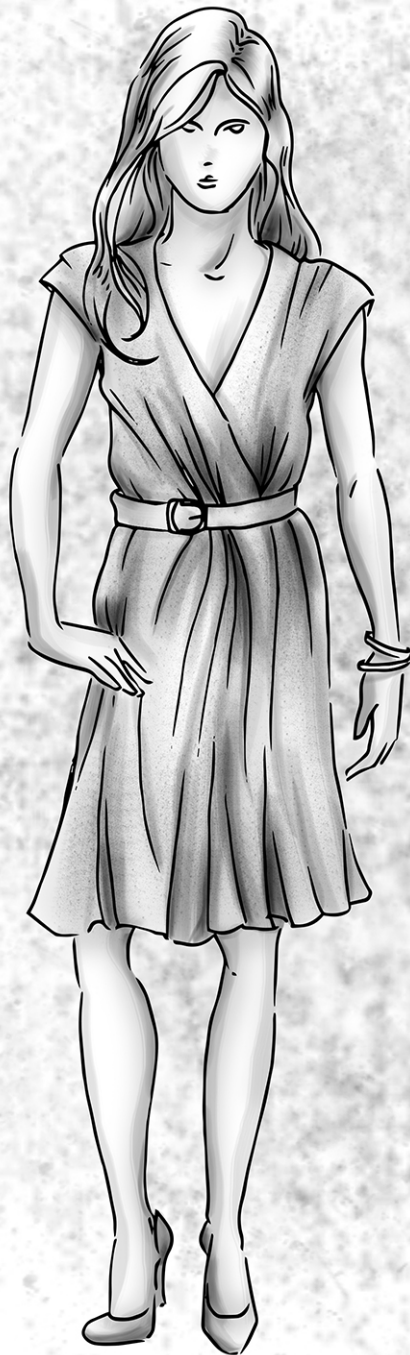


Após descobrir o tipo de silhueta, o truque é equilibrar. Assim o visual sempre será harmonioso.

Seguem os cinco tipos de corpo:

- Ampulheta;
- Triângulo;
- Triângulo invertido;
- Oval;
- Retângulo.

Agora veremos, detalhadamente, o a descrição de cada tipo de corpo e o que devemos fazer para equilibrar o visual: o que devemos usar, e o que devemos evitar.



5.6.1 - Ampulheta ou “X”

Possui ombros e quadris alinhados. É um corpo harmonioso e já existe um equilíbrio, ficando bem com a maioria das composições. Este é o tipo de corpo que deve servir de exemplo para o equilíbrio. Por exemplo, se temos uma silhueta triângulo invertido ou silhueta Y (que veremos a seguir), a busca é no sentido de usar roupas ou acessórios que transformem essa silhueta Y em silhueta X.

Descrição:

- Ombros e quadril proporcionais;
- Cintura definida;
- Costas largas;
- Coxas ou culotes da mesma largura que os ombros.

Objetivos:

- Valorizar a cintura;
- Minimizar o quadril e as costas, ou evitar que se sobressaiam.

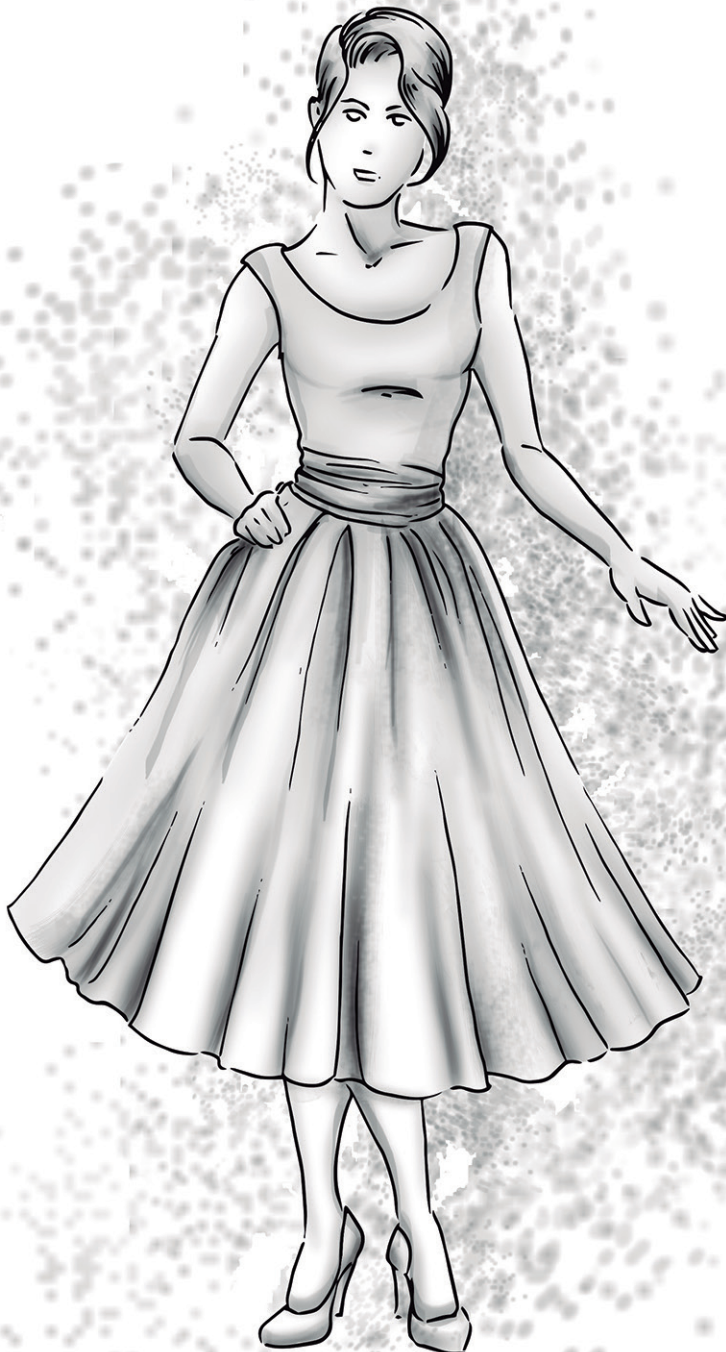
É permitido: (está correto, estou confusa se não fica ofensivo demais)

- Tecidos leves e fluidos;
- Roupas transpassadas;

- Roupas acinturadas, como casacos e vestidos;
- Calças de corte reto e cintura baixa, calças de alfaiataria masculina;
- Calças mais justas;
- Regatas frente única;
- Vestidos envelope transpassados, lânguidos e com a cintura marcada;
- Modelagens que marquem a cintura;
- Linhas verticais;
- Estampas;
- Casacos amarrados por cintos ou passadores, como parkas, trench coat e redingotes.

Evite:

- Saias plissadas ou com linhas horizontais, pois podem aumentar os quadris;
- Vestidos com cortes retos ou corte "império", pois podem esconder as curvas;
- Vestidos com silhueta oval;
- Calças com bolsos laterais, tipo "faca";
- Mangas bufantes;
- Ombreiras;
- Malhas de tricô com volume;
- Estampas localizadas nos ombros e quadris;
- Casacos amplos de corte quadrado.



5.6.2 - Triângulo ou “A”

Típica silhueta brasileira. Neste caso, identificamos um corpo com o quadril mais largo que os ombros.

Descrição:

- Quadril e coxas maiores que os ombros;
- Ombros estreitos e delicados;
- Quadril longo, coxas volumosas ou culotes.

Objetivo:

- Disfarçar o volume da parte de baixo do corpo (quadril e coxa) e aumentar e valorizar a largura dos ombros. Direcionando a atenção para os ombros, o desenho do corpo ficará mais harmonioso.

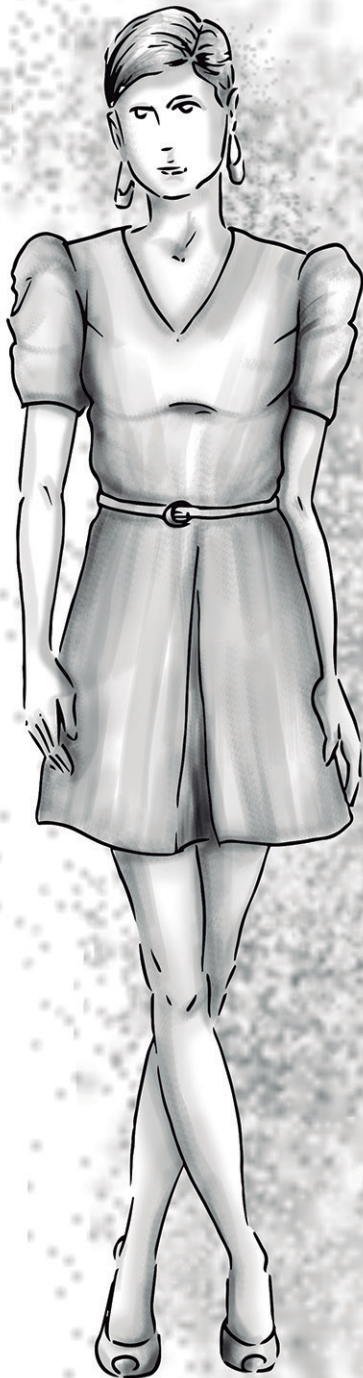
É permitido:

- Valorizar o tronco;
- Peças estruturadas para a parte superior;
- Estampas ou cores fortes para a parte de cima;
- Golas volumosas e cheias de detalhes;
- Decotes em “V”, ou decote

- canoa;
- Ombreiras discretas;
- Colares e brincos que chamam a atenção para a parte superior do corpo;
- Linhas horizontais que saiam do ombro, ou detalhes no ombro;
- Mangas e ombros caídos;
- Mangas volumosas;
- Blusas e túnicas que cubram os quadris;
- Batas, blusas e camisetas coloridas;
- Blazers ou casacos alongados que cubram a região do quadril;
- Camisas e casacos de corte reto ou acinturados, mas com volume ou detalhes nos ombros;
- Tricô sequinho;
- Cintos na altura da cintura;
- Saias e calças de cores escuras e corte reto, ou boca larga;
- Saias e vestidos evasê.

Evite:

- Parte de cima da roupa com cores escuras e a parte de baixo clara;
- Tops ou blusas justas;
- Blusas ou vestidos de alças finas;
- Manga raglã e cava japonesa;
- Casacos e jaquetas na altura do quadril de corte quadrado, ou muito curtos;
- Detalhes na altura dos quadris, como bolsas e cintos largos;
- Drapeados, bordados e babados, ou detalhes na altura do quadril;
- Minissaia;
- Saias e vestidos rodados, tipo godê ou com pregas;
- Saias e calças com listras horizontais;
- Calça de cintura baixa;
- Calças com pregas;
- Calça cigarette ou stretch;
- Calças afuniladas, tipo skinny.



5.6.3 - Triângulo invertido ou "Y"

Típico corpo de atleta de esportes como ginástica olímpica e natação. Possui a parte superior do corpo (ombros e costas) mais larga que a parte inferior.

Descrição:

- Ombros largos;
- Busto proeminente;
- Quadril estreito;
- Pernas finas.

Objetivo:

- Balancear o volume entre os ombros e o quadril, deixando a parte de baixo mais harmônica e equilibrada com os ombros e costas.

É permitido:

- Cores escuras na parte de cima;
- Partes de cima com silhueta trapézio, fazendo volume na região do quadril;
- Colares longos;
- Manga raglã ou cava americana, ou cava no lugar;
- Blusas com alças largas;
- Blusas de linhas simples;

- Blusas modelo cachê-coeur;
- Túnicas;
- Camisas sem detalhes nos ombros;
- Twin-set;
- Blazers acinturados;
- Casacos sem ombreiras;
- Vestidos acinturados por pences;
- Modelos soltos marcados com cintos ou faixas na região da cintura;
- Saia evasê, rodada, ou ampla, minissaia;
- Saias ou calças com volume na parte de baixo, pantalonas ou boca de sino;
- Cintura alta;
- Calças largas e com bolsos laterais (bolso faca);
- Calças de cintura baixa;

Evite:

- Ombreiras;
- Mangas bufantes ou com volume;
- Decotes tomara que caia, cava americana, frente única, enchimentos e detalhes nos ombros;
- Brincos grandes ou colares rente ao pescoço;
- Golas grandes e volumosas;
- Cavas que evidenciem os ombros;
- Linhas horizontais em blusas;
- Blusas de tecido volumoso com detalhes nos ombros;
- Blusas e jaquetas curtas e acinturadas;
- Blusas com os ombros caídos;
- Saias e vestidos que percam o volume na região dos quadris;
- Calças justas, como o modelo skinny.



5.6.4 - Oval ou “O”

Formato de corpo em que a região do abdômen e cintura é mais larga que os quadris e ombros.

Descrição:

- Silhueta com formato arredondado;
- Corpo volumoso com barriga proeminente.

Objetivos:

- Criar uma linha alongada e distribuir a atenção para a região dos ombros, disfarçando o volume da cintura;
- Chamar a atenção para as extremidades, como rosto e pés.

É permitido:

- Cores escuras para a parte de cima;
- Tecidos opacos e sem brilho;
- Roupas do tamanho certo, nem largas nem justas;
- Roupas sem estampas, pois

- emagrecem;
- Lenços e colares;
- Decotes V e U;
- Ombreiras suaves;
- Blusas com laterais escuras;
- Blusas trespassadas, marcando a cintura;
- Batas e túnicas soltas, que não marquem a barriga;
- Blazers e blusas com mangas $\frac{3}{4}$;
- Cardigãs e casacos abaixo do quadril, de corte e caimento retos, não muito justos, para disfarçar o volume da barriga;
- Twin-set;
- Cintos finos, marcando a cintura;
- Vestidos fluidos, marcando a cintura;
- Vestido de cintura baixa ou corte na diagonal;
- Saia reta ou ligeiramente evasê;
- Saias rodadas ou retas;
- Calças e saias com cintura mais baixa;
- Calças de corte reto, com o comprimento tocando o peito do pé;
- Sapatos de salto alto.

Evite:

- Tecidos brilhantes e volumosos;
- Estampas exageradas;
- Listras horizontais;
- Partes de cima curtas ou justas;
- Partes de cima que terminem na cintura;
- Barriga à mostra;
- Gola tipo rolê;
- Écharpes ou gargantilhas muito perto do pescoço;
- Blusas, camisetas volumosas;
- Blusas em modelo tomara que caia ou de alça fininha;
- Blusa por dentro da calça ou saia;
- Camisas ou blusas para dentro das calças ou saias;
- Jaqueta curta de corte quadrado;

- Vestido com recorte abaixo do busto;
- Vestido ou saia afunilada;
- Cintos e faixas que marquem a cintura;
- Pregas, babados, e drapeados;
- Saia rodada ou volumosa;
- Boca de calça afunilada ou larga demais;
- Calças fuseau, stretch ou skinny;
- Calça com pregas.



5.6.5 - Retângulo ou “H”

O desenho do corpo com a silhueta “H” tem cintura não definida, com ombros e quadris da mesma largura, formando um retângulo.

Descrição:

- Cintura não aparente;
- Ombros e quadris do mesmo tamanho;
- Poucas curvas.

Objetivo:

- Criar na silhueta a ilusão de cintura, ampliando o volume dos quadris e ombros.

É permitido:

- Partes de cima de malha;
- O abuso de decotes, se o busto não for grande demais;
- Looks de cores claras;
- Blusas e camisetas levemente acinturadas por pences;
- Tricô;
- Casacos e blazers acinturados;
- Trench coat e parka não muito apertados na cintura;
- Cintos e faixas para realçar a

- cintura, mas não muito apertados;
- Detalhe de pence em camisas e camisetas;
- Túnicas e vestidos com corte "império";
- Vestidos de cintura marcada;
- Vestidos com recortes que afinem a silhueta;
- Vestido de cintura baixa;
- Saias de cintura baixa;
- Saias evasês;
- Calças com pregas;
- Calças skinny, pantalonas ou boca de sino;

Evite:

- Gola alta;
- Blusa de lã pesada;
- Peças amplas;
- Roupas trespassadas e muito acinturadas;
- Partes de cima muito largas ou retas;
- Casacos e jaquetas de corte reto;
- Casacos curtos;
- Jaquetas curtas;
- Cintos de tons claros;
- Vestidos sem corte ou de corte reto.

5.6.6 - Dicas para as pessoas de estaturas “muito altas” ou estaturas “baixas”

A - “BAIXINHAS” - Pessoas de estatura “baixa”

Objetivo:

- Alongar a silhueta.

É permitido:

- Roupas de uma cor só;
- Colares alongados;
- Linhas verticais: cortes, listras e aberturas;
- Vestidos e túnicas não muito largos;
- Jaquetas e blazers curtos, pois vão equilibrar a aparência;
- Shorts;
- Calças longas;
- Calças justas ou retas;
- Sapato de salto;
- Botas de cano curto com meia calça da mesma cor, já que a cor alonga a aparência.

Evite:

- Bermudas;
- Pantalonas;
- Minissaías;
- Calças corsário e leggings;
- Cintura baixa;
- Saias e calças muito volumosas;
- Bainhas sobrando ou dobradas e viradas.

B - "MUITO ALTAS" - Pessoas de estatura "muito alta"**Objetivo:**

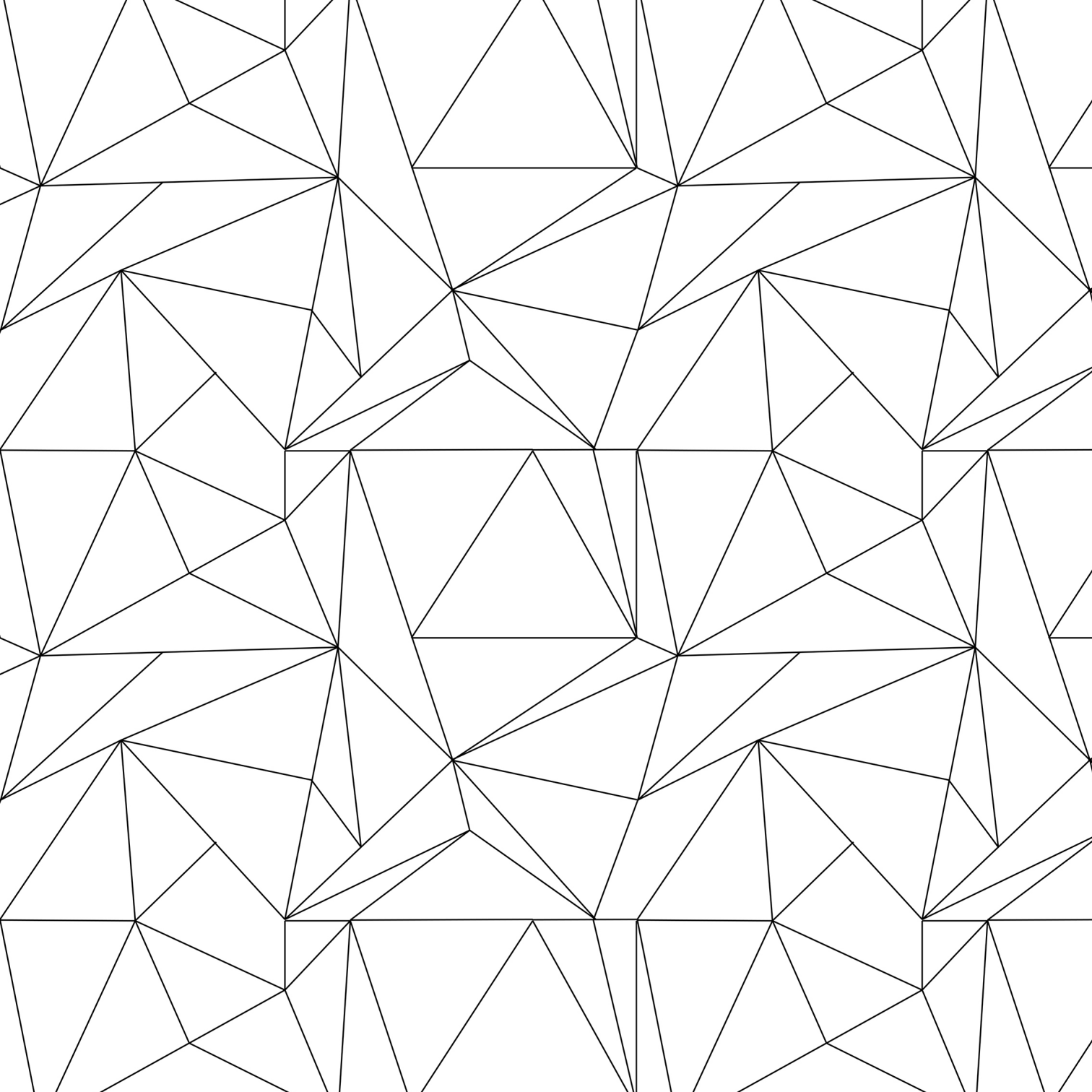
- Não parecer tão alta.

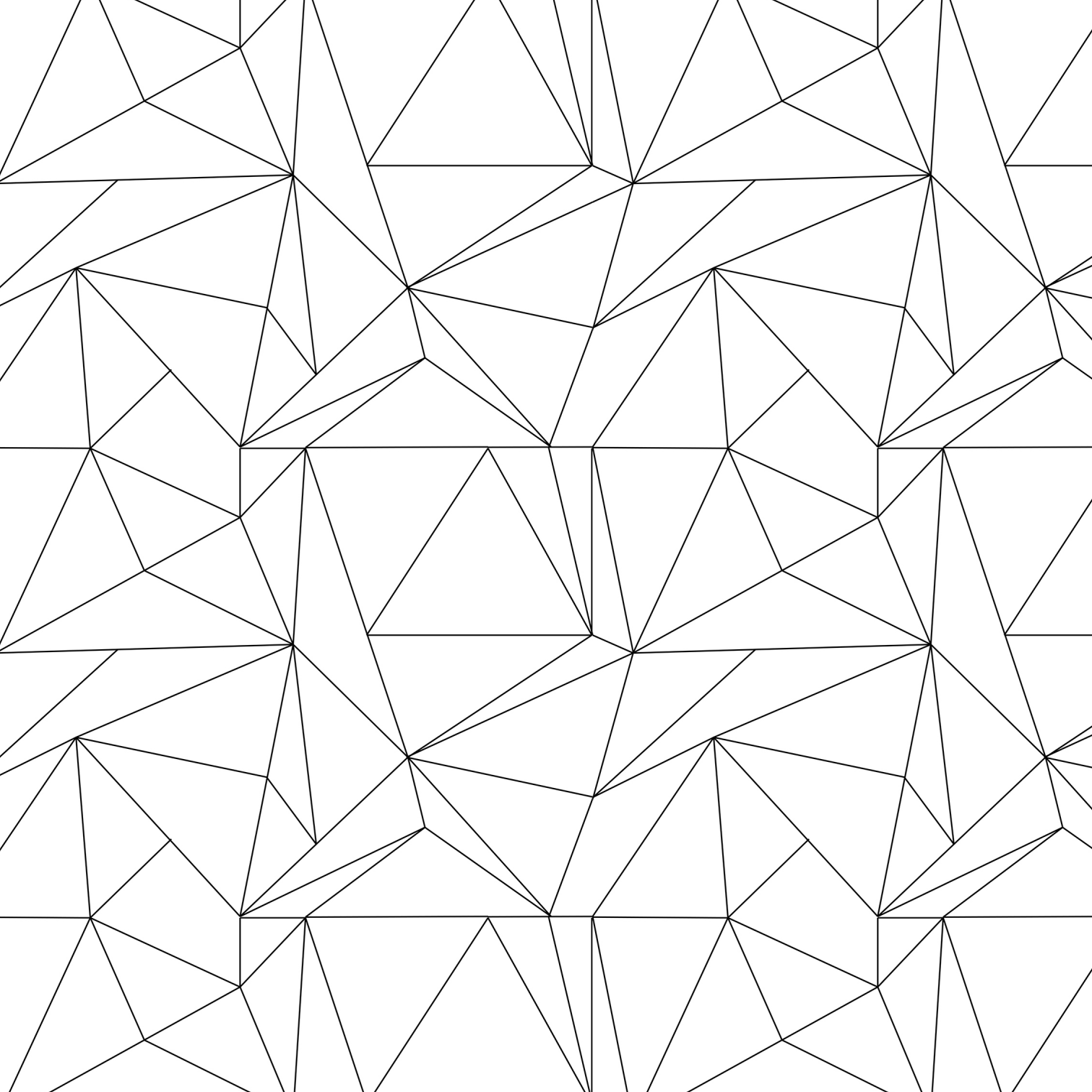
É permitido:

- Casacos e blazers longos;
- Cintos e faixas na cintura;
- Saias longas e acima do joelho;
- Listras horizontais;
- Mistura de estampas;
- Saias retas;
- Jeans ajustado;
- Pantalonas e calças largas;
- Vestidos não muito curtos;
- Vestidos longos;
- Sapatilhas.

Evite:

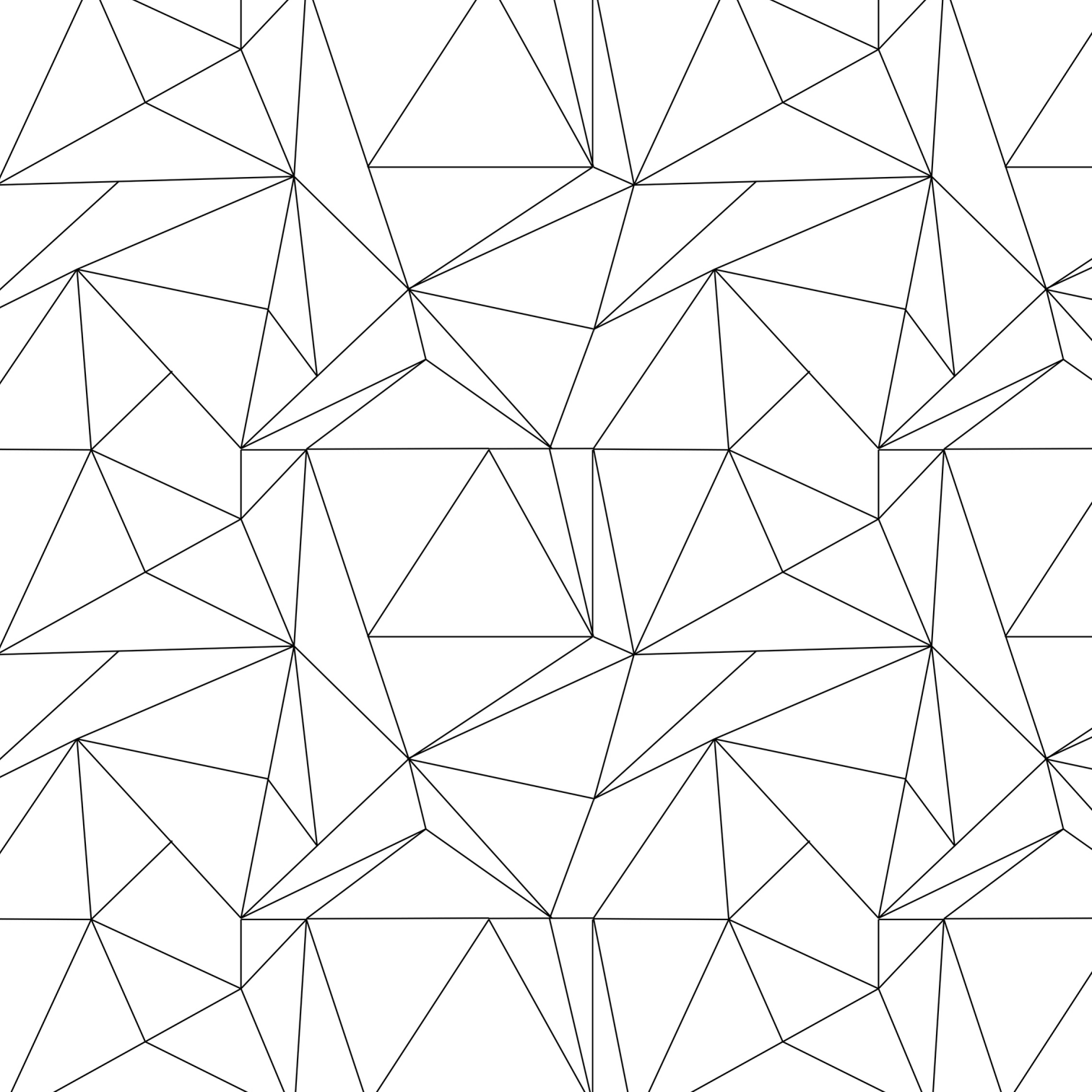
- Shorts;
- Minissaia muito curta;
- Meias escuras e coloridas.





6 - AS CORES

Caso você tenha adquirido este livro na versão impressa em preto e branco, acesse o site www.canto.art.br e visualize a versão digital deste livro, para ter acesso as páginas coloridas deste capítulo.



6 - AS CORES

6.1 - A importância das cores

Como já vimos antes, no capítulo em que falamos sobre a importância da apresentação pessoal, “a primeira impressão é a que fica”. Acrescentamos que, para quem quer se vestir bem, as cores são fortes aliadas na hora de acertar na composição. A cor certa pode deixar a pessoa com cara saudável e harmoniosa com o visual, assim como a cor errada pode fazer com que a pessoa pareça doente e abatida.

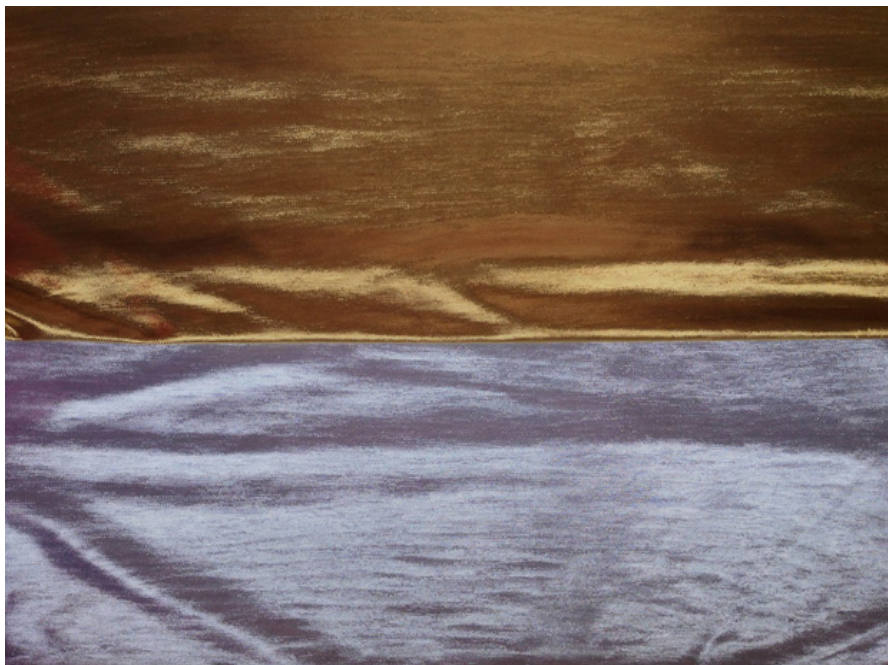
As cores são poderosas determinadoras de estados de espírito, representando muitas vezes os nossos sentimentos. Um exemplo disso é o fato de usarmos o preto para representar o luto, a perda. Neste caso, estamos utilizando a energia que a cor transmite, em nossa cultura, para comunicar aos outros o que estamos sentindo.

A cor é um fator fundamental na escolha de uma roupa, não apenas do ponto de vista estético, mas também como um efeito estimulante e de atração. Existem tons que favorecem a expressão, que alongam a silhueta, que salientam a beleza, que estimulam, que acalmam. Claro que a cor é uma escolha pessoal e intransferível, mas é impossível desconsiderar as vantagens de se escolher o tom certo para cada tipo de pele. (GONÇALVES, 2012).

Uma forma de garantirmos um look de composição harmônica é

utilizar as cores como ferramentas, sempre optando por tonalidades que combinem com a nossa pele. Quem nunca passou pela experiência de usar uma cor e ter sido elogiado por estar bem, ou saudável ou escutou a frase “Essa cor combina muito bem com você!”? Isso significa que você está usando a cor certa, a cor que valoriza seus traços e deixa uma composição harmoniosa.

Existem muitas técnicas para descobrirmos quais as cores que mais combinam com o nosso tom de pele. Uma das mais simples e eficazes é pegar dois pedaços grandes de tecido, um dourado e um prateado, aproximá-los do rosto e analisar qual dos dois deixa sua pele mais viva e luminosa e qual deles a deixa mais apagada. Caso a pessoa fique melhor de dourado, seu subtom de pele é quente. Caso fique melhor com o prateado, o subtom é frio. Se ficar bem com ambos, o seu subtom é neutro.



E agora, o que é subtom? Vamos explicar. Todo mundo possui "dois tons" de pele, sendo que ao primeiro chamamos *tom* e, ao segundo, *subtom*. O tom é a cor que a nossa pele tem: bege, marfim – por exemplo. E o tom da pele pode mudar, como acontece quando pegamos sol. Já o subtom é a cor da pele que jamais mudará, pois esta seria a cor que fica "embaixo" da nossa pele. O subtom é dividido em três tipos: frio (com pigmentação rosá-claro, roxo e tons de azul), quente (amarelo, pêssego e tons de dourado) e o neutro (uma mistura dos tons frios e quentes).

Desta forma, se o subtom é quente, isto significa que a pessoa fica melhor com cores quentes, como amarelo e vermelho. O mesmo acontece no subtom frio: se o cliente possui esse subtom, ele ficará melhor com cores frias. Já no caso do subtom neutro todas as cores ficam bem.

Outra forma de descobrir o subtom é analisando as veias dos braços. Se elas forem esverdeadas, o subtom é quente. Se forem azuladas, o subtom é frio. E o subtom é neutro quando encontramos as duas tonalidades, esverdeadas e azuis.

Subtom Quente:



Veias esverdeadas.
Fundo: Amarelo, dourado ou pêssego.

Subtom Frio:

Veias violetas ou azuis.
Fundo: Vermelho, azul ou rosa

Subtom Neutro:

Veias azul esverdeadas.
Fundo: Indefinido.

Para entender as cores quentes e frias, devemos analisar o círculo das cores:



6.2 - O que são cores quentes e cores frias?

As cores quentes:

- São, em geral, mais luminosas e excitantes, transmitem calor e se associam com o sol e o fogo.

As cores frias:

- São, em geral, menos luminosas e calmantes, transmitem a sensação de frio e se associam com o gelo, a água e o céu.

As cores que ficam melhores nas pessoas de subtom quente:



As cores que ficam melhores nas pessoas de subtom frio:

Após analisar o subtom do cliente fica mais fácil avançar adiante, desenvolvendo uma "Paleta individual". A paleta individual ou cartela individual de cores é uma cartela com amostras de cores que combinam com o cliente, considerando as cores que o beneficiam. Essa paleta pode ser desenvolvida com tecidos ou até mesmo pelo computador. Nela deverão estar presentes as cores indicadas, com a intensidade certa, de acordo com a idade do cliente.

Essa cartela de cores será a mesma sempre, uma vez que, como já falamos, o nosso subtom nunca muda. Assim, a paleta irá orientar o cliente na compra de peças e na composição de futuras combinações, mesmo quando a consultoria acabar.

Uma sugestão que a Personal Stylist Titta Aguiar faz no seu livro é:

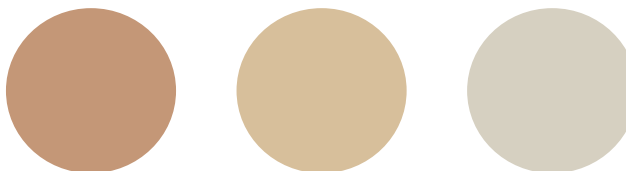
A cor é um fator fundamental na escolha de uma roupa, não apenas do ponto de vista estético, mas também como um efeito estimulante e de atração. Existem tons que favorecem a expressão, que alongam a silhueta, que salientam a beleza, que estimulam, que acalmam. Claro que a cor é uma escolha pessoal e intransferível, mas é impossível desconsiderar as vantagens de se escolher o tom certo para cada tipo de pele. (GONÇALVES, 2012).

Ela também fala sobre o branco e sua dificuldade de combinação com o subtom de algumas pessoas:

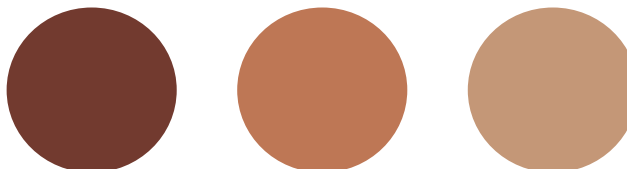
O branco é uma cor muito difícil de ser usada. O tom do branco que combina com a pessoa será o mesmo tom dos dentes dela. Se usar um branco mais claro que os dentes, não vai ficar bem. Poucas pessoas ficam bem com branco puro. (AGUIAR, Ano 2006, p. 104)

Diferente do que costumamos pensar, mesmo as cores neutras podem não combinar com algumas pessoas.

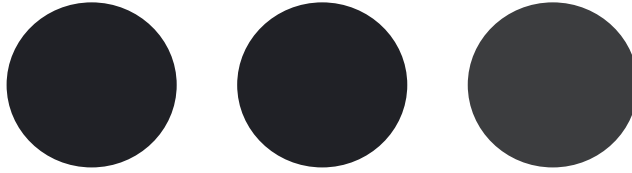
Bege:



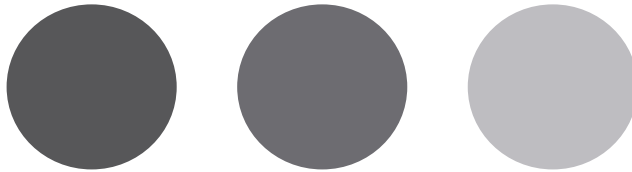
Marrom:



Preto:



Cinza:



Branco:



Cores Neutras

Você sabe por que dizem que o branco engorda e o preto emagrece? Diferente do que pensamos, é bem mais simples do que parece. O que acontece com o branco é que, por ser uma cor clara, ele acaba fazendo sombra nas partes onde o tecido está mais folgado ou amassado e por isso termina aumentando as proporções da silhueta. Já o preto, por ser uma cor escura, faz com que essas sombras não apareçam, planificando a imagem e passando a impressão de que emagrece.

Como já falamos antes, as cores trazem consigo significados e mensagens. Se pudermos usá-las a nosso favor, isso pode nos auxiliar a complementar ainda mais, com confiança, a nossa caracterização diária. Uma vez que estejamos bem vestidos em situações como uma reunião de negócios, primeira entrevista de trabalho ou até mesmo um jantar romântico, as cores podem fazer com que essa imagem fique ainda mais fiel ao que desejamos passar para as pessoas que nos acompanham e são as receptoras daquilo que queremos comunicar.

6.3 - Para entendermos melhor as cores e seus significados

Branco:

- Cor refrescante;
- É a mistura de todas as cores;
- Transmite pureza, esperança, inocência, confiança, frescor, limpeza, paz, simplicidade, calma e harmonia;
- Pode ser usada para quase todos os tons de pele, mas cuidando com a intensidade do branco;
- Cor de status e ótima para combinações tanto de inverno quando de verão, por ser uma cor neutra;
- Personalidade: artística, inocente, tranquila, simples, distante.

Preto:

- Retém calor e energia;
- Transmite poder, mistério, sobriedade, simplicidade, luxo, elegância;

- É uma das cores mais versáteis e básicas, por ser facilmente combinada com todas as outras cores;
- Pode ser usada para todos os tons de pele;
- Combina com qualquer ocasião, por ser uma cor neutra e transmitir elegância e sofisticação. Também pode ser interessante para primeiros encontros, devido ao mistério e ao erotismo que em geral associamos a ela;
- Personalidade: chique, dramática, formal, elegante, andrógina, moderna, sofisticada, misteriosa.

Cinza:

- Transmite elegância, sofisticação, humildade, respeito, eficiência, incerteza, medo e sutileza;
- Cor da neutralidade;
- Ligada à sabedoria, é a roupa dos líderes, filósofos, artistas e intelectuais;
- Personalidade: calma, confiável, modesta, conservadora e séria;
- Ideal para ser usada em atividades criativas, de negócios e reuniões.

Marrom:

- Cor clássica e discreta;
- Sugere elegância e versatilidade;
- Cor que pode ser usada em várias tonalidades para pessoas com pele clara. As morenas e negras devem optar por tons mais claros;
- Cor da informalidade, humildade e neutralidade, não transmite muita emoção;
- Personalidade: sólida, segura, calma, confiável, educada, estável, perseverante, segura, resistente a mudanças, rústica, natural;
- Excelente para ser usada em momentos de tranquilidade.

Vermelho:

- Cor provocante, relacionada à paixão. Por chamar a atenção, é sinônimo de atitude;
- É associada ao poder, simbolizando paixão alegria, energia,

- luminosidade e entusiasmo;
- Personalidade: enérgica, poderosa, sedutora, corajosa, dominadora, líder, firme, dramática, ativa, extrovertida, apaixonante, impulsiva;
- Ideal para ser usada em datas românticas e situações de descanso, depois de muito trabalho, por gerar energia. Também é perfeita para falar em público;
- Para as morenas, mulatas e negras, todos os tons. Para as loiras e ruivas, optar por tonalidades mais escuras.

Laranja:

- Cor do equilíbrio, da generosidade, energética e audaciosa;
- Personalidade: equilibrada, generosa, calorosa, alegre, aconchegante, prática, extrovertida, enérgica, criativa, equilibrada, espontânea, entusiasmada e lúdica;
- Ideal para ser usada em festas e em eventos, por transmitir proximidade com as pessoas que nos cercam;
- Pessoas com a pele muito clara devem ter cuidado com essa cor.

Amarelo:

- Cor da energia, estimulante, quente, associada ao sol. Tem forte apelo visual;
- Cor que transmite ansiedade e otimismo;
- Cor da iluminação, associada a riquezas e ao dinheiro;
- Personalidade: disciplinada, comunicativa, receptiva, acessível, alegre, otimista, criativa, extrovertida, ocupada, ativa e positiva;
- Amarelos mais fortes, dourados e acinzentados ficam bem em quase todos os tipos de pele.

Verde:

- Cor da natureza;
- Cor relaxante, do descanso, indicada para aliviar o estresse;
- É a cor da tranquilidade e da serenidade;
- É ótima para atividades criativas e de imaginação, é a cor da

- comunicação, rejuvenesce;
- Personalidade: pacífica, esperançosa, receptiva, estável, equilibrada, prestativa, responsável, amiga, tranquila, simpática, ativa e intelectual, cor da boa sorte;
- Pode ser usada por todos os tipos de pele e cabelo, dependendo da tonalidade da cor.

Azul:

- Representa o mar, céu e a espiritualidade;
- Cor da fantasia, refrescante e jovem, da lógica e da mente;
- Transmite elevado status social, civilidade, estabilidade, dignidade, é a cor dos reis (Azul Royal) e está associada à paz interior;
- Personalidade: respeitosa, confiável, fiel, serena, sincera, pensativa, livre, saudável, pura comunicativa, calma, pacífica, pacienciosa, inventiva, honesta, conservadora, atenciosa, serena;
- Cor que fica bem para a maioria das pessoas, principalmente pessoas de cabelos escuros, como marrom, castanho e preto.

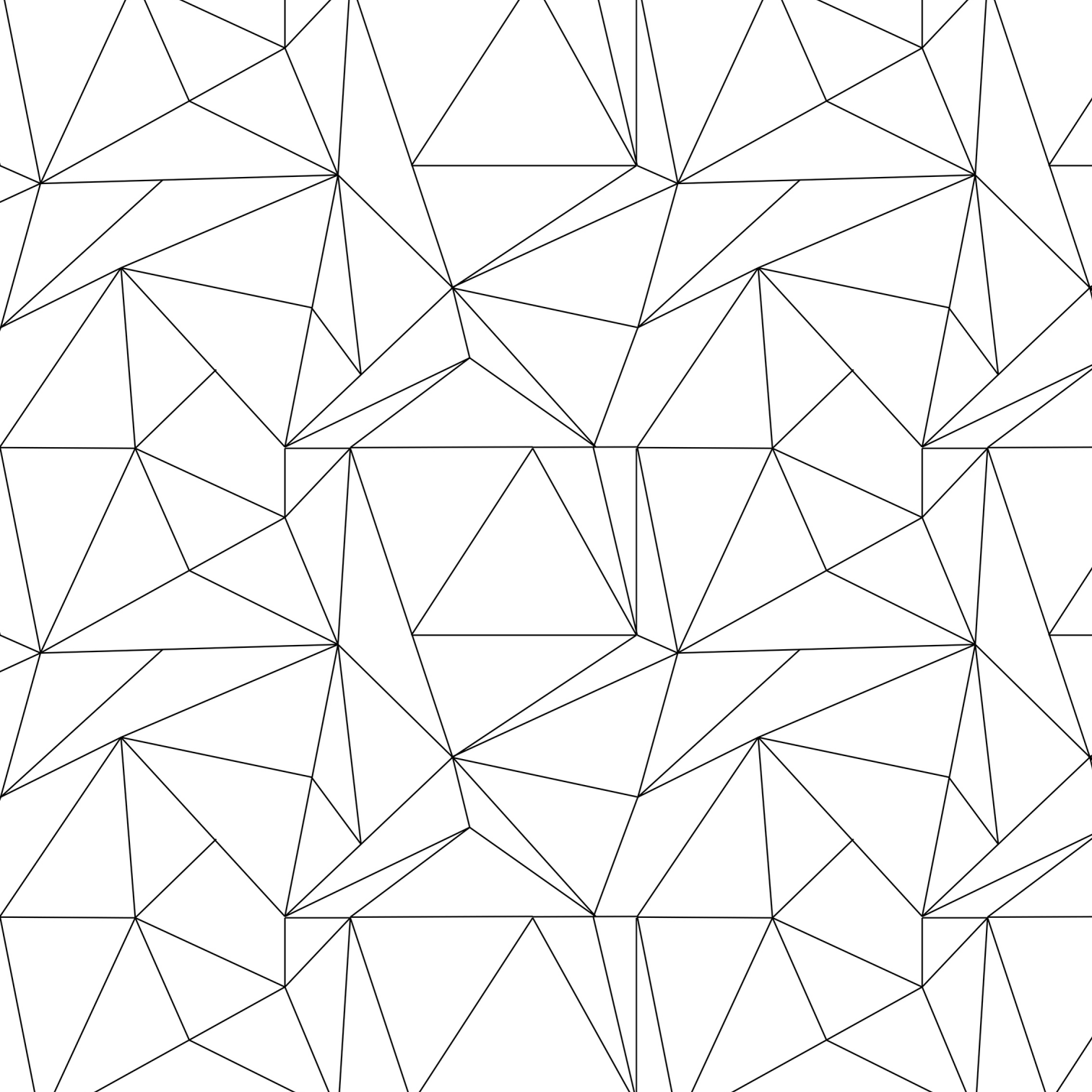
Violeta:

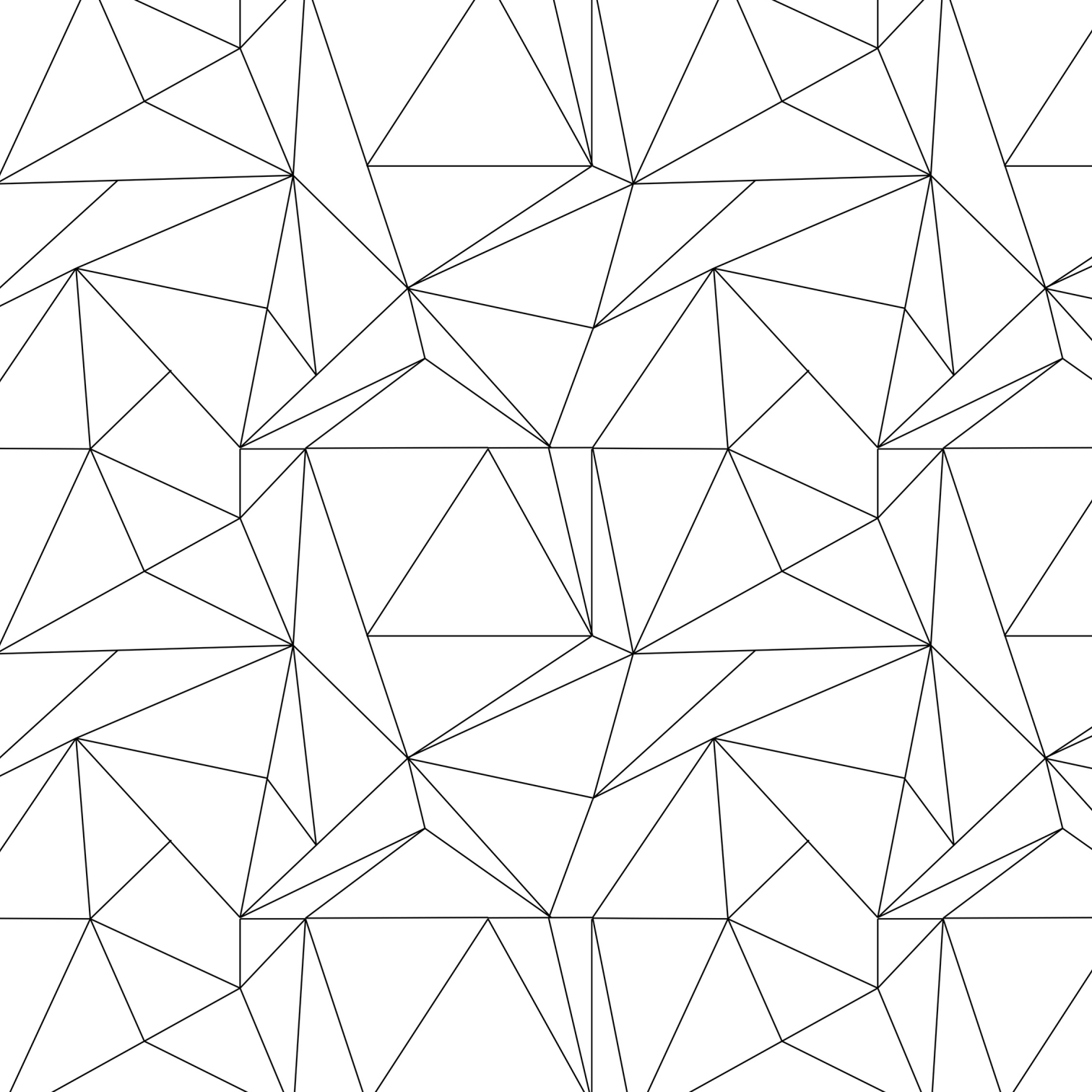
- É a cor da espiritualidade, da paixão, da alquimia e é associada a sucesso intelectual;
- Remete a nobreza e poder;
- Simboliza respeito, dignidade, devoção, sinceridade, paixão, nostalgia e transformação;
- É uma das cores que causa mais insegurança quanto a combinações com outras cores.
- Personalidade: criativa, sensível, artística, espiritualizada, apaixonada, sonhadora, tranquila.

Rosa:

- Cor associada à feminilidade, ao romantismo e à inocência;
- Cor alegre e ousada, com conotações positivas, é juvenil;
- Cor aceita para todas as idades e tipos físicos;
- Personalidade: carinhosa, gentil, afetuosa, romântica, feminina,

- artística, apaixonada, sensível, refinada, delicada;
- Cor universal do amor, do carinho, da suavidade, acolhimento e romantismo;
- Ideal para entrevistas de trabalho e atividades nas quais teremos que lidar com várias pessoas ao mesmo tempo. Pode ser usada também num primeiro encontro, por ser uma cor calmante e que passa tranquilidade e confiança;
- Não é uma cor interessante para mulheres muito claras. Se o tom de cabelo e de pele for claro, pois pode apagar a personalidade.





7 - CONSULTORIA DE ESTILO MASCULINO

7 - CONSULTORIA DE ESTILO MASCULINO

Atualmente, vestir-se bem e estar na moda não são mais uma prioridade somente das mulheres. Os homens estão cada vez mais vaidosos e exigindo peças de roupas com estilos cada vez mais definidos. Por mais que possuam um guarda-roupa de certa forma, atemporal – pois as peças-chave, como ternos e calças jeans, sempre prevalecem e continuam na moda –, eles também podem ser facilmente divididos nos mesmos sete estilos que vimos anteriormente.

Diferente das mulheres, as roupas masculinas primam pelo conforto sempre, sendo, na maioria das vezes, mais práticas e proporcionando fáceis combinações, o que auxilia mesmo aquele homem que tem dificuldade para se vestir bem.

Ao desenvolver produções masculinas, ao contrário do que acontece com as femininas, devemos ter preocupação em deixar o “projeto” da forma mais simples e prática possível, pois se as mulheres já não têm paciência para se vestir, os homens têm menos ainda.

Para exemplificar e visualizarmos melhor os estilos masculinos.

7.1 - TIPOS DE ESTILO

- Estilo Esportivo
- Estilo Elegante
- Estilo Tradicional
- Estilo Romântico
- Estilo Sexy
- Estilo Criativo
- Estilo Dramático



ESTILO ESPORTIVO

7.1.1 - Estilo Esportivo

Como observado com o estilo esportivo feminino, o masculino também não é somente representado pela moda fitness. O homem esportivo é prático, e sua forma de vestir é a mais básica e simples possível, dando sempre prioridade ao conforto e ao bem-estar. É um estilo muito usado por profissionais jovens nas áreas da engenharia, publicidade, educação e vendas.

Palavra-chave: simplicidade.

Características pessoais:

- Homem prático;
- Comunicativo;
- Discreto;
- Espírito jovem e aventureiro;
- Amigável.

Conceitos:

Preza o conforto e praticidade, dando preferências a roupas com design mais esportivo. Em geral, não tem muita dificuldade para escolher a roupa que vai usar, pois possui um estilo de vestir mais "diário", composto por roupas simples que podem ser usadas de dia e de noite.

Guarda-roupa:

Calças jeans ou sarja, bermudas, tênis, camisetas esportivas, camisetas pólo, casacos esportivos, blusões, blazers sociais, sapatênis, camisas jeans, relógios esportivos.

Preferências:

- Todas as cores e tonalidades;
- Roupas com uma pegada mais esportiva e natural;
- Roupas mais informais e casuais;
- Roupas confortáveis, que podem ser usadas tanto para lazer como para sair;
- Três ou mais cores na mesma produção;
- Sobreposições;
- Gravatas só quando for realmente necessário.



ESTILO ELEGANTE

7.1.2 - Estilo Elegante

O truque do homem elegante é sempre optar por roupas de caimento certo, tamanho certo e corte correto. Prefere roupas de design clássico e impecáveis quanto à forma como vestem no corpo. Dá preferência à qualidade e ao visual sério. É um estilo muito usado por advogados, diplomatas e homens em cargos públicos.

Palavras-chave: Refinamento e discrição.

Características pessoais:

- Refinado;
- Seguro;
- Culto;
- Homem com aparência formal;
- Charmoso;
- Imponente;
- Exigente.

Conceitos: Aparência impecável, com roupas de ótimo caimento e roupas com uma silhueta simples, sem detalhes que carreguem a imagem, como bolsos externos em casacos e calças.

Guarda-roupa: Ternos, camisas, malhas de lã, casacos pesados com abotoamento duplo, sobretudos, calças sociais, gravatas, jeans de alta qualidade.

Preferências:

- Roupas de bom corte;
- Roupas com poucos detalhes e de boa qualidade;
- Roupas suavemente estruturadas;
- Combinações monocromáticas;
- Tecidos como sedas e fibras naturais;
- Tecidos de poucas texturas;
- Não usa estampas.



ESTILO TRADICIONAL

7.1.3 - Estilo Tradicional

Conservador ao extremo, assim como acontece com o estilo tradicional feminino, o homem tradicional é sério e tende a estar formal mesmo em momentos de lazer. Como o estilo elegante, é usado por advogados e pessoas em cargos públicos ou de governo.

Palavra-chave: Discrição.

Características pessoais:

- Conservador;
- Organizado;
- Autoritário;
- Discreto;
- Reservado;
- Respeitoso.

Conceitos:

Preza roupas simples quanto a detalhes, mas sempre de bom caimento, estruturadas, seguindo linhas retas e bem tradicionais, usa peças sob medida e funcionais.

Guarda-roupa:

Camisas clássicas, de manga longa ou manga curta, suéteres, calças sociais, blazers, ternos, camisas pólo, jeans e bermudas de cortes mais simples, sem muitos detalhes nos bolsos, mocassins, gravatas discretas e cintos.

Preferências:

- Roupas simples;
- Roupas sob medida;
- Cores discretas, como marinho, cinza, bege e preto;
- Peças de alfaiataria;
- Tecidos sem brilho.



ESTILO ROMÂNTICO

7.1.4 - Estilo Romântico

Possui um visual simples, mas agradável aos olhos, sem muita preocupação em parecer formal. É um estilo facilmente encontrado nas áreas artísticas, como design e gastronomia, e também adotado por terapeutas e homens atuantes nas áreas da psicologia.

Palavra-chave: Tranquilidade.

Características pessoais:

- Gentil;
- Cavalheiro;
- Amigável;
- Elegante;
- Romântico;
- Agradável.

Conceitos:

Estar bem vestido de forma simples, sem parecer muito formal. É um modo de vestir agradável e bem aceito na maioria dos lugares que frequenta.

Guarda-roupa: Camisas lisas e estampadas, blazers, calças sociais e calças jeans, calças de sarja, tricôs de gola alta ou gola v, cardigãs, casacos de lã e cashmere, sapatos casuais e tênis.

Preferências:

- Roupas com design;
- Formas desestruturadas;
- Cores claras;
- Estampas tropicais;
- Tecidos fluidos e macios;
- Combinações descontraídas, como camisas para fora das calças.



ESTILO SEXY

7.1.5 - Estilo Sexy

Assim como acontece com o estilo feminino, o estilo sexy masculino se baseia no culto ao corpo e na sedução. Expressa a imagem de um homem que gosta de ser desejado, sendo um estilo muito comum nas áreas artísticas, adotado por dançarinos, professores de ginástica e modelos.

Palavra-chave: Sensualidade.

Características pessoais:

- Homem glamouroso;
- Vaidoso;
- Gosta de chamar a atenção pela beleza;
- Aventureiro;
- Desinibido;
- Confiante.

Conceitos:

Estar bem vestido, chamando a atenção, e valorizar o corpo. Gostam de grifes caras e são antenados na moda e nas tendências, fazendo questão de evidenciar alguma parte do corpo.

Guarda-roupa:

Camisetas justas, camisas ajustadas, calças jeans, jaquetas de couro, sapatos pesados, óculos escuros, acessórios como correntes e brincos, blazers.

Preferências:

- Roupas que marquem o corpo;
- Grifes famosas;
- Tecidos com stretch;
- Visual com uma ou duas cores;
- Cores como preto, azul e vermelho;
- Estampas;
- Couro;
- Silhueta bem definida na hora de vestir.



ESTILO CRIATIVO

7.1.6 - Estilo Criativo:

O estilo criativo masculino tem como inspiração o que não é convencional. Sua tendência é não seguir regras ou até mesmo quebrá-las. É um estilo simpático e original, muito visto nas áreas criativas, como design, artes e arquitetura, adotado por artistas de tv e produtores de moda e tv.

Palavra-chave: Originalidade.

Características pessoais:

- Homem divertido;
- Carismático;
- Comunicativo;
- Descontraído;
- Original;
- Autoconfiante;
- Que gosta de quebrar paradigmas.

Conceitos:

O importante neste estilo é sair do padrão e quebrar as regras, usando as roupas de formas inesperadas e usando o que não é convencional.

Guarda-roupa:

Peças de estilos variados, misturadas em looks diferenciados, combinando roupas clássicas com roupas étnicas. Nesse estilo, as combinações são infinitas.

Preferências:

- Roupas de todas as cores;
- Estampas variadas, chamativas ou não;
- Misturas de tecidos e texturas;
- Looks compostos com criatividade;
- Sobreposições;
- Combinações com estampas;
- Misturas de épocas, peças clássicas e divertidas.



ESTILO DRAMÁTICO

7.1.7 - Estilo Dramático

O estilo dramático seria a "modernização" do estilo elegante. Traz sofisticação às composições, dando sempre preferência a looks de impacto. É, em geral, encontrado nas áreas da comunicação, publicidade, artes e moda.

Palavra-chave: Modernidade.

Características pessoais:

- Sofisticação;
- Não se preocupa por chamar a atenção;
- Urbano e cosmopolita;
- Firme.

Conceitos:

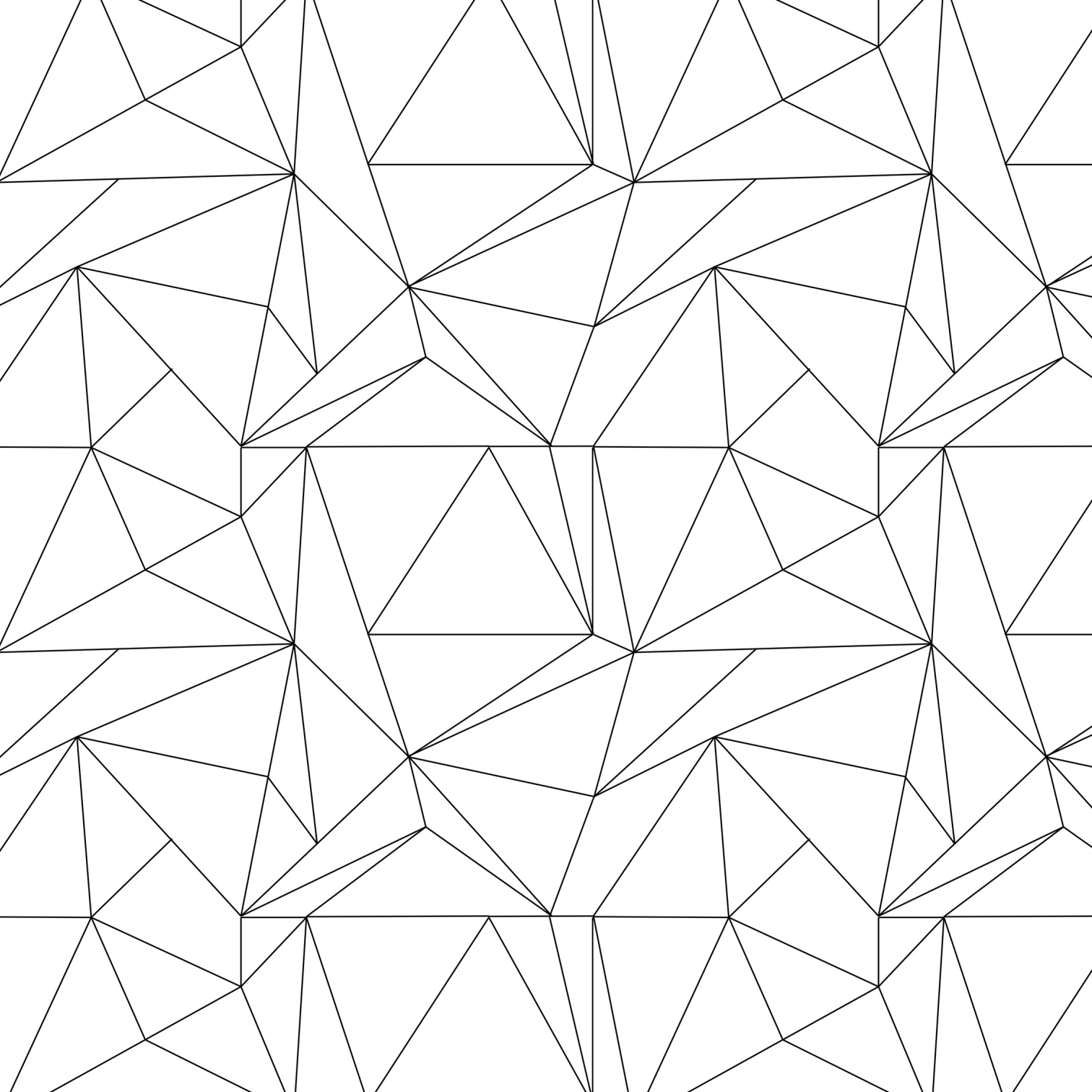
O importante nesse estilo é causar impacto com as roupas que se está vestindo, misturando o vintage com o atual.

Guarda-roupa:

Roupas com referências de outras épocas, com design e estruturas diferenciados, quase sempre exagerados. Camisas estilizadas, com corte particularizado e colarinho mais longo, relógios fortes, blazers estruturados, casacos de lã de modelagem diferente, calças pretas, sapatos de modelos e materiais variados.

Preferências:

Roupas estruturadas;
Geralmente uma ou duas cores por look;
Todas as cores, mas preferencialmente em contraste com cores escuras;
Estampas abstratas e geométricas, grandes ou pequenas;
Quase todos os tipos de tecidos, incluindo tecidos opacos, brilhosos e acetinados.



7.2 - TIPO FÍSICO MASCULINO

Da mesma forma como acontece com a moda feminina, para que a roupa masculina fique bem no corpo também precisamos saber o que devemos esconder e evidenciar. A seguir, alguns exemplos do que “pode e não pode” para homens altos, baixos e acima do peso. A roupa é uma grande aliada para velarmos aquela parte do corpo que não é a nossa preferida: usando-a de forma correta, o que parece desproporcional vai acabar passando despercebido. Lembramos, porém, que isso não é uma regra. No caso da pessoa estar superbem consigo mesma, não precisamos nos preocupar com isso. Agora, se, por exemplo, a pessoa se acha alta demais e quer disfarçar, aqui vão algumas dicas:

7.2.1 - Homens baixos

Objetivo:

- Criar uma aparência mais longilínea.

É permitido:

- Cabelos curtos, que não cobrem o pescoço e acabam deixando a aparência mais longa;
- Roupas ajustadas para o tamanho certo do corpo, no caso de casacos, blazers e camisas;
- Tons escuros para tecidos, e tecidos não tão encorpados, pois não vão planificar o visual;
- Conjuntos de terno da mesma cor, ou camisa e calça da mesma cor;
- Calças na altura da cintura;
- Padrões verticais para estampas;
- Camisetas com gola V;
- Camisas com colarinho estreito;
- Camisas ou camisetas de manga comprida;
- Ao usar duas cores na composição, procure deixar a mais escura sempre na parte de baixo;
- Bermudas sempre mostrando os joelhos;
- Ombreiras discretas;
- Agasalhos e jaquetas com fechamento simples de botões.

Evite:

- Roupas soltas no corpo;
- Calças com a dobra da calça para fora, como a barra italiana na calça social;
- Calças de cintura baixa;
- Cabelos compridos;
- Sapato de salto;
- Gravatas compridas e largas;
- Blazers ou casacos longos demais;
- Tênis ou coturnos de cano alto.

7.2.2 - Homens altos

Objetivo:

Disfarçar o tamanho.

É permitido:

- Dividir a imagem com contraste grande de cores (ex: parte de cima clara, parte de baixo escura);
- Corte de cabelos mais longos, cobrindo um pouco o pescoço;
- Linhas horizontais;
- Calças mais largas;
- Calça de cós baixo;
- Bermudas cobrindo os joelhos;
- Barra italiana;
- Camisetas ou camisas coloridas;
- Camisas com o colarinho de cor diferente;
- Cachecol longo;
- Sobreposições;
- Jaquetas ou casacos com ombros frontais;
- Tênis ou coturnos de cano alto;
- Casacos com dois ou três botões;
- Paletós com corte mais largo.

Evite:

- Calçados da mesma cor das calças;
- Calças com cós alto;
- Looks monocromáticos;
- Gravatas finas;
- Cachecol curto;
- Listras verticais;
- Calças mais curtas.

7.2.3 - Homens acima do peso

Objetivo:

- Disfarçar a barriga proeminente.

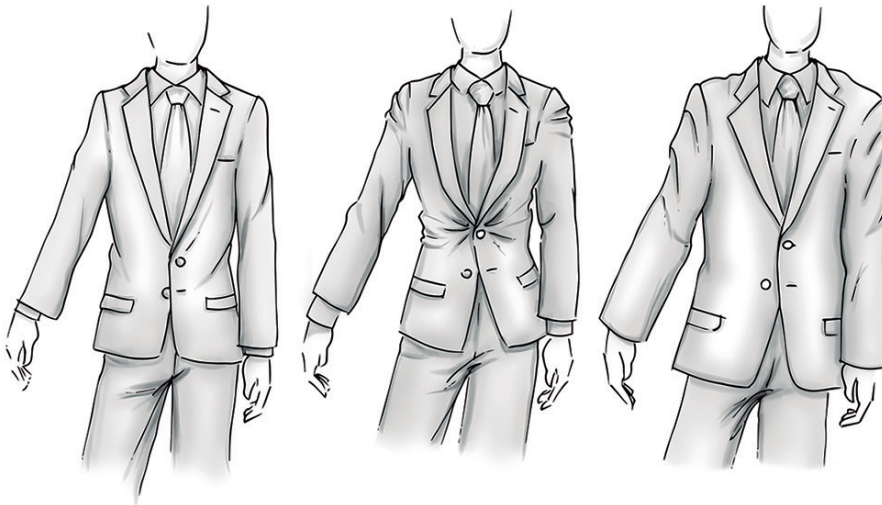
É permitido:

- Camisetas estampadas na região do peito;
- Cores escuras, como azul-marinho e preto;
- Linhas verticais;
- Calças sociais com cós na altura do umbigo;
- Calças retas;
- Jaquetas de couro largas, com corte mais quadrado;
- Gola V e U;
- Gravatas;
- Paletós e ternos de três botões;
- Sobreposições de casacos e camisetas, mas sempre usando os casacos abertos.

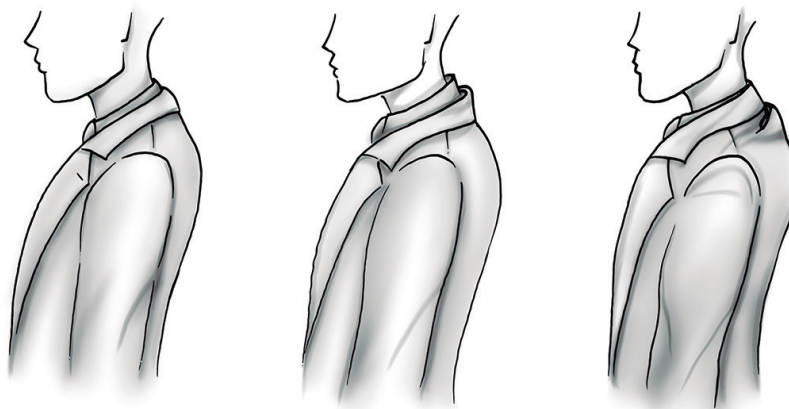
Evite:

- Roupas de número menor;
- Listras horizontais;
- Camisas ou camisetas curtas;
- Coletes;
- Estampas grandes;
- Gola rolê;
- Calças justas, tipo skinny;
- Abotoamento duplo;
- Malhas de lã justas;
- Camisa social para fora da calça.

7.3 - DICAS PARA TERNOS E CAMISAS



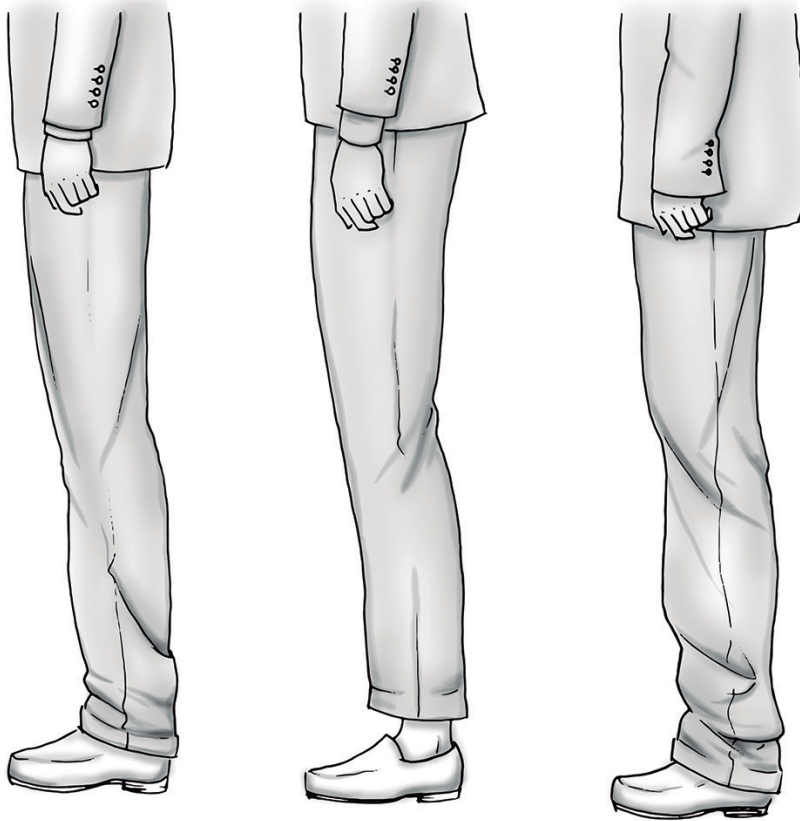
Forma e altura certa para manga e caimento de blazer: a primeira opção esta correta.



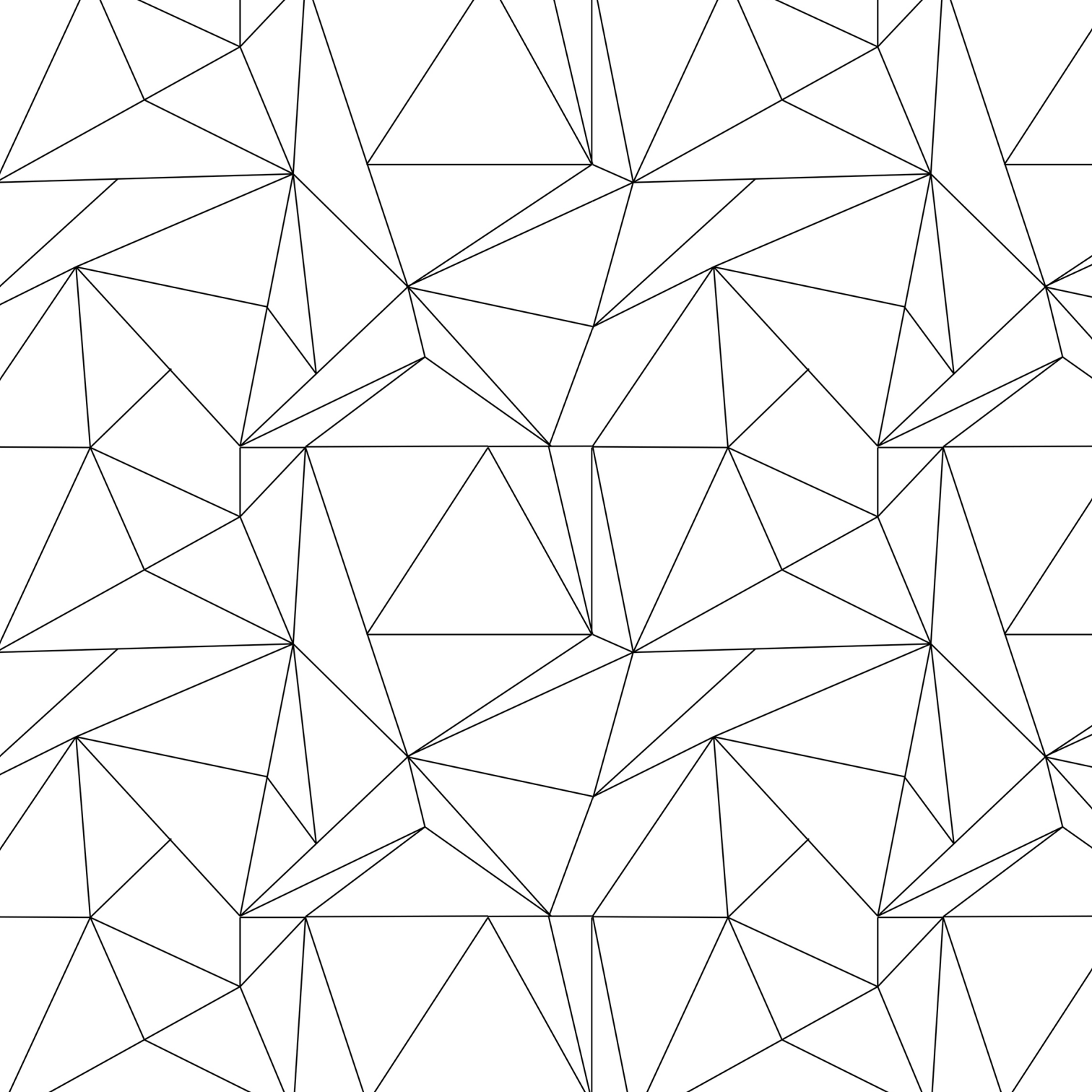
Forma e caimento certo para colarinho de blazer e caimento de manga: a primeira opção esta correta.



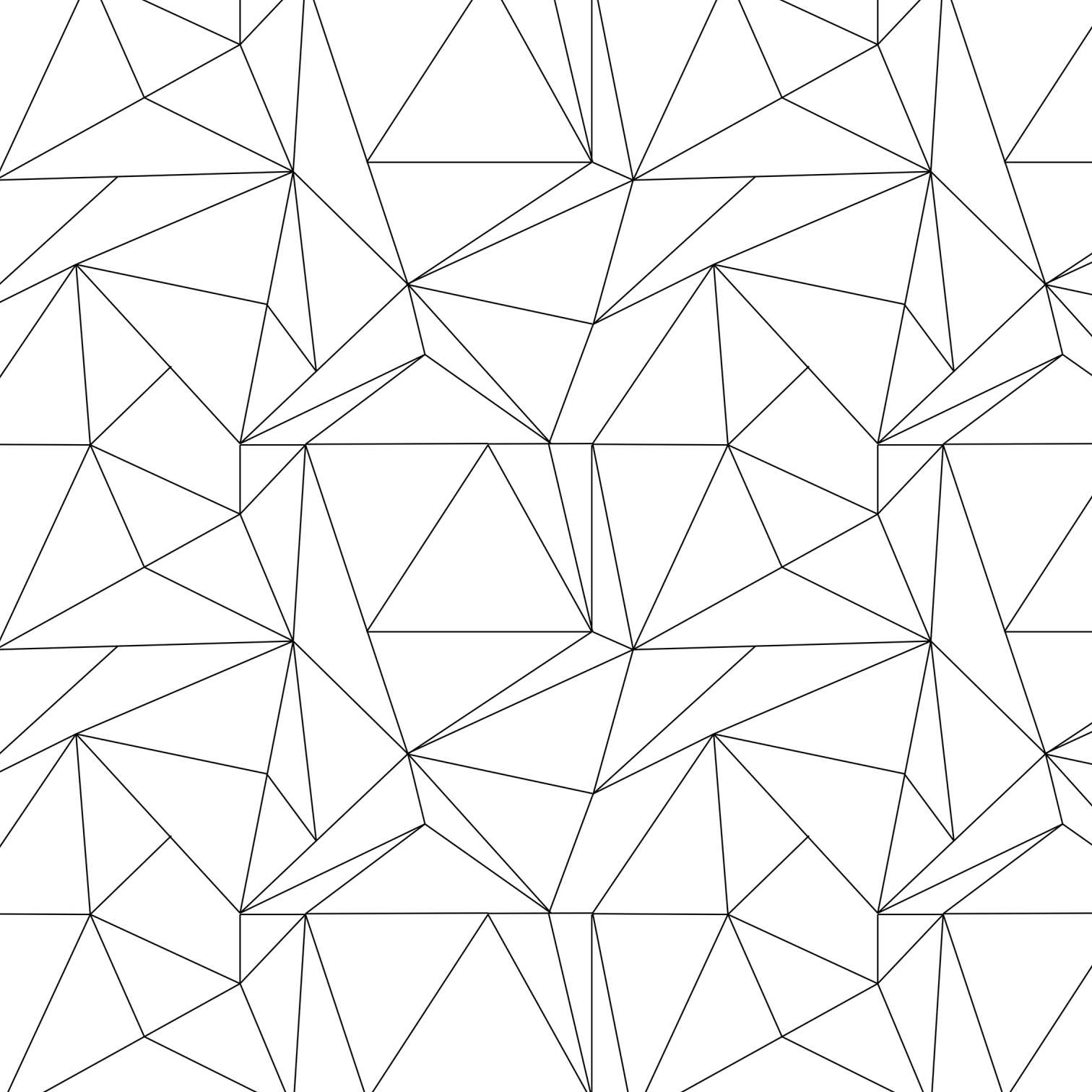
Forma e altura certa para calça social: a primeira opção esta correta.



Forma e altura certa para calça social, manga e comprimento de blazer e calça: a primeira opção está correta.



**8 - GUARDA-ROUPA
INTELIGENTE
FEMININO E MASCULINO**



8 - GUARDA-ROUPA INTELIGENTE FEMININO E MASCULINO

O segredo para nunca ter dificuldade ao se vestir é um armário ou guarda-roupa organizado. Desta forma, torna-se mais prático e rápido o momento de escolher o look para o dia a dia ou até mesmo para uma festa de última hora. Uma dica importante para quem tem muitas peças de roupas é organizar o guarda-roupa agrupado por momentos. Neste caso, as roupas de lazer ficam todas juntas, as roupas de festa e eventos compõem outro grupo e as de trabalho, um outro. Faz-se o mesmo com os calçados e bolsas. Para tanto é preciso saber exatamente o que há no guarda-roupa do nosso cliente. Então aconselha-se “colocar tudo abaixo”, tirar todas as peças do armário, incluindo lingerie e pijamas, calçados, bolsas e acessórios – tudo. Agora veremos o passo a passo de como isso acontece:

8.1 – Passo a passo

1º Passo:

Tirar tudo que o cliente possui no armário, e, como já falamos antes, separar por momentos. Ex: lazer, noite, trabalho, festa. Após feito isso, devemos deixar as prateleiras ou cabideiros limpos e livres, para começarmos a montar um guarda-roupa mais prático.

2º Passo:

Após separadas por grupos, devemos “passar um pente fino” nas peças, analisando o que está velho demais e não pode ser recuperado, o que podemos investir em produções, o que já está fora de moda e o que fica bem no cliente. No caso das peças que não podem ser aproveitadas, devemos aconselhar o cliente a doá-las. Assim liberamos espaço para um guarda-roupa mais organizado e, caso necessário, também para as peças que iremos comprar. Lembramos também, que as peças que não servem mais devem ser doadas ou vendidas – como o cliente preferir. Como dificilmente a pessoa volta a usar essas peças de tempos atrás, que já não estão servindo mais, o mais prático e correto é doar. O mesmo serve para calçados e acessórios.

- 3º Passo:

Separamos as roupas de inverno e verão e, a partir daí, montamos os nichos. Escolhemos o nicho mais prático do guarda-roupa para colocar as roupas de trabalho e do dia a dia. Podemos organizar por tipos, como: uma pilha para calças, outras para blusas e assim por diante, ou também podemos deixar combinações previamente prontas, por meio das quais iremos ensinar ao cliente como fazer produções com as roupas que ele já possui. Neste momento é interessante fotografar as produções que estamos produzindo. Assim, no futuro poderemos entregar ao cliente essas fotos, que facilitarão na hora de vestir, ao mesmo tempo em que se cria um “guia prático” para ele.

Devemos fazer o mesmo com os outros grupos, lembrando sempre de deixar os grupos que o cliente usa mais, como lazer e trabalho, nos lugares mais práticos e de fácil acesso. Faremos mesma forma com os calçados: devemos separá-los em calçados para trabalho, calçados de salto – no caso de mulheres –, tênis, etc. Sempre devemos dividir por tipos, o que facilita e deixa o armário com aspecto mais organizado.

8.2 - Dicas:

- No caso de roupas penduradas, opte por cabides iguais e

mais finos sempre, pois deixam o visual do armário mais clean;

- Para as gavetas com meias e lingerie são indicados aqueles divisores de gavetas, com vários nichos pequenos;
- As bijuterias e bolsas também devem ser divididas por grupos e, no caso das bijuterias, para quem tem espaço, são interessantes aqueles ganchinhos de grudar na parede ou nas portas dos armários, que podem ser aproveitados para deixar sempre os colares e pulseiras expostos, facilitando o momento da escolha;
- Uma vez que o guarda-roupa masculino é mais atemporal que o feminino e composto por peças com mais durabilidade, como ternos e jaquetas, é legal investir em qualidade, pois são itens que vão ter uma vida útil maior.

8.3 - O que é um guarda-roupa inteligente?

O guarda-roupa inteligente não é aquele que possui milhares de peças e opções, mas sim o que possui o essencial e o prático, aquele que nunca “te deixará na mão” em qualquer ocasião ou momento. Ele possui itens de estilo e modernos, mas também peças coringas, que são facilmente personalizadas com acessórios. Possui peças atemporais e nada marcantes. Para a formatação deste guarda-roupa, podemos utilizar como guia uma lista de peças básicas e obrigatórias para uma boa composição de guarda-roupa.

Abaixo, algumas sugestões. As listas destes guarda-roupas práticos, um feminino e um masculino:

8.3.1 - Feminino

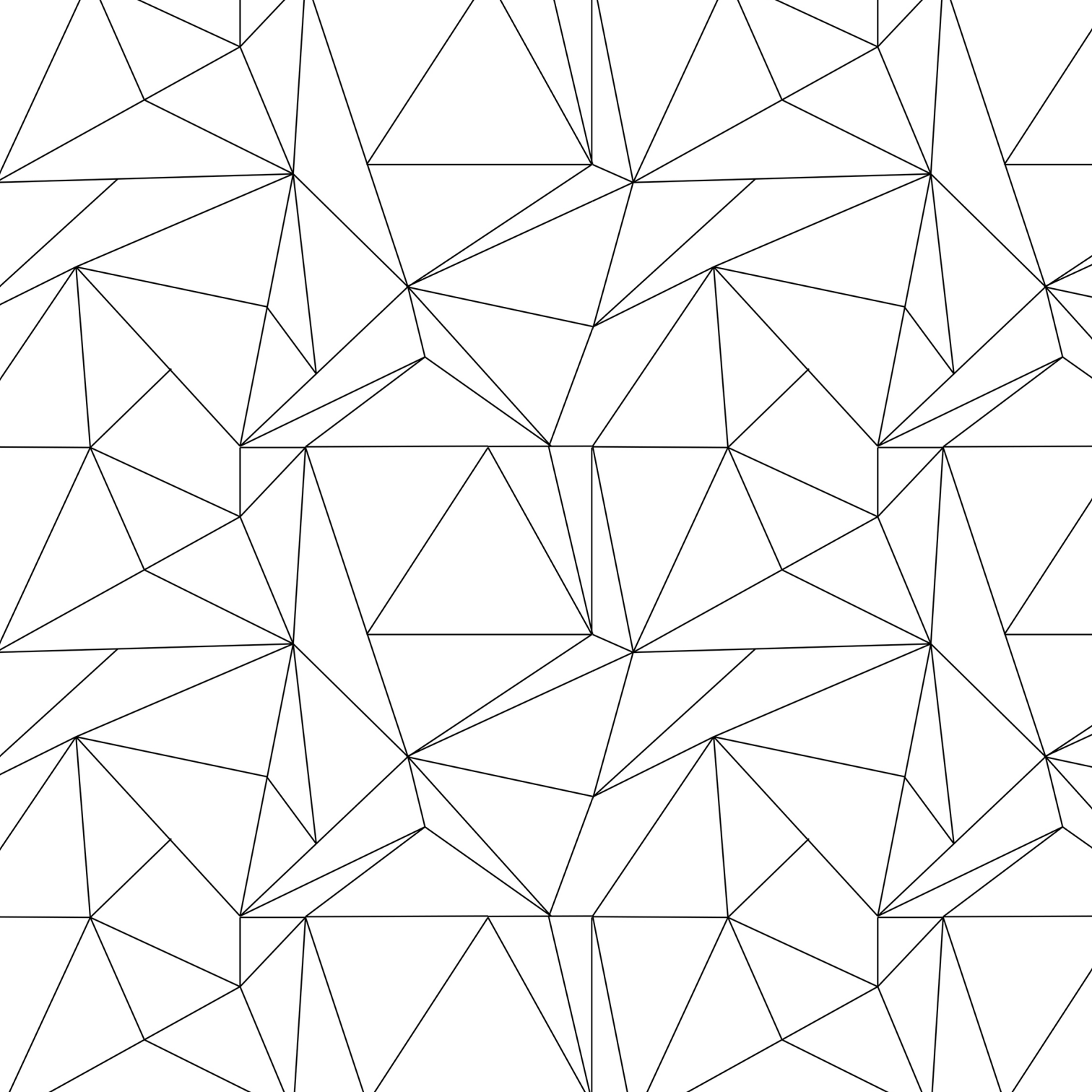
- Uma calça social preta, ou uma calça jeans preta;
- Duas calças jeans de lavagem não tão marcante, ou uma calça jeans escura e outra clara;
- Uma saia preta;
- Vestidos de verão, de malha, soltinhos;
- Um vestido preto curto, com boa modelagem e sem detalhes;

- Um blazer preto de bom corte, que possa ser usado com a saia ou com calça;
- Um blazer de inverno e um de verão;
- Um casaco preto acinturado. Sugestão: Trench Coat;
- Um casaco pesado de inverno, preto;
- Uma camiseta branca de manga comprida;
- Uma jaqueta de couro, preta ou marrom;
- Uma camisa branca clássica e uma preta;
- Algumas bijuterias de dia a dia, simples, e algumas mais marcantes;
- Lenços coloridos;
- Meias-calças pretas;
- Lingeries adequadas ao tipo físico (importante: que não marquem no vestir);
- Uma bolsa clássica;
- Uma bolsa para festas;
- Uma bolsa grande para lazer;
- Sapatilhas confortáveis;
- Um biquíni ou maiô;
- Sandálias. Sugestão: uma alta e uma baixa;
- Um escarpim preto básico;
- Um tênis.

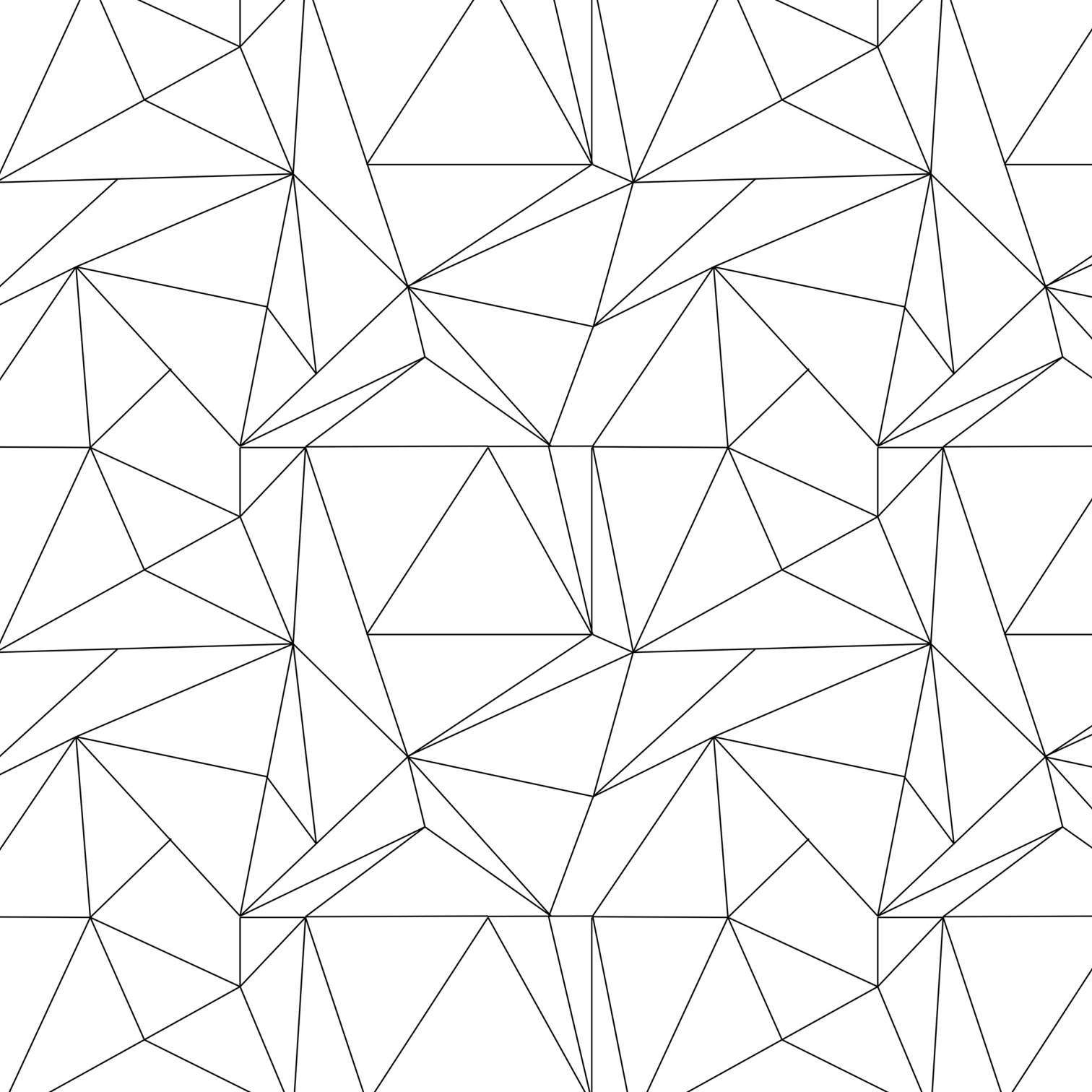
8.3.2 - Masculino

- Um conjunto de terno;
- Uma calça social preta;
- Uma calça social cinza;
- Duas ou mais calças jeans de lavagens discretas;
- Bermudas;
- Um blazer social azul-marinho, preto ou bege;
- Uma jaqueta de couro, preta ou marrom;
- Camisas sociais. Sugestão: no mínimo, duas, uma branca e uma azul;
- Uma camisa casual;
- Duas camisas pólo;
- Camisetas. Sugestão: no mínimo, duas, brancas;
- Um blusão de lã;
- Duas malhas de lã, leves;

- Duas gravatas sociais. Sugestão: cores discretas;
- Meias escuras para usar com sapatos sociais;
- Dois sapatos sociais. Sugestão: um preto e um marrom;
- Dois cintos de couro preto;
- Dois tênis;
- Cuecas;
- Um par de chinelos.



9. GLOSSÁRIO



9. GLOSSÁRIO

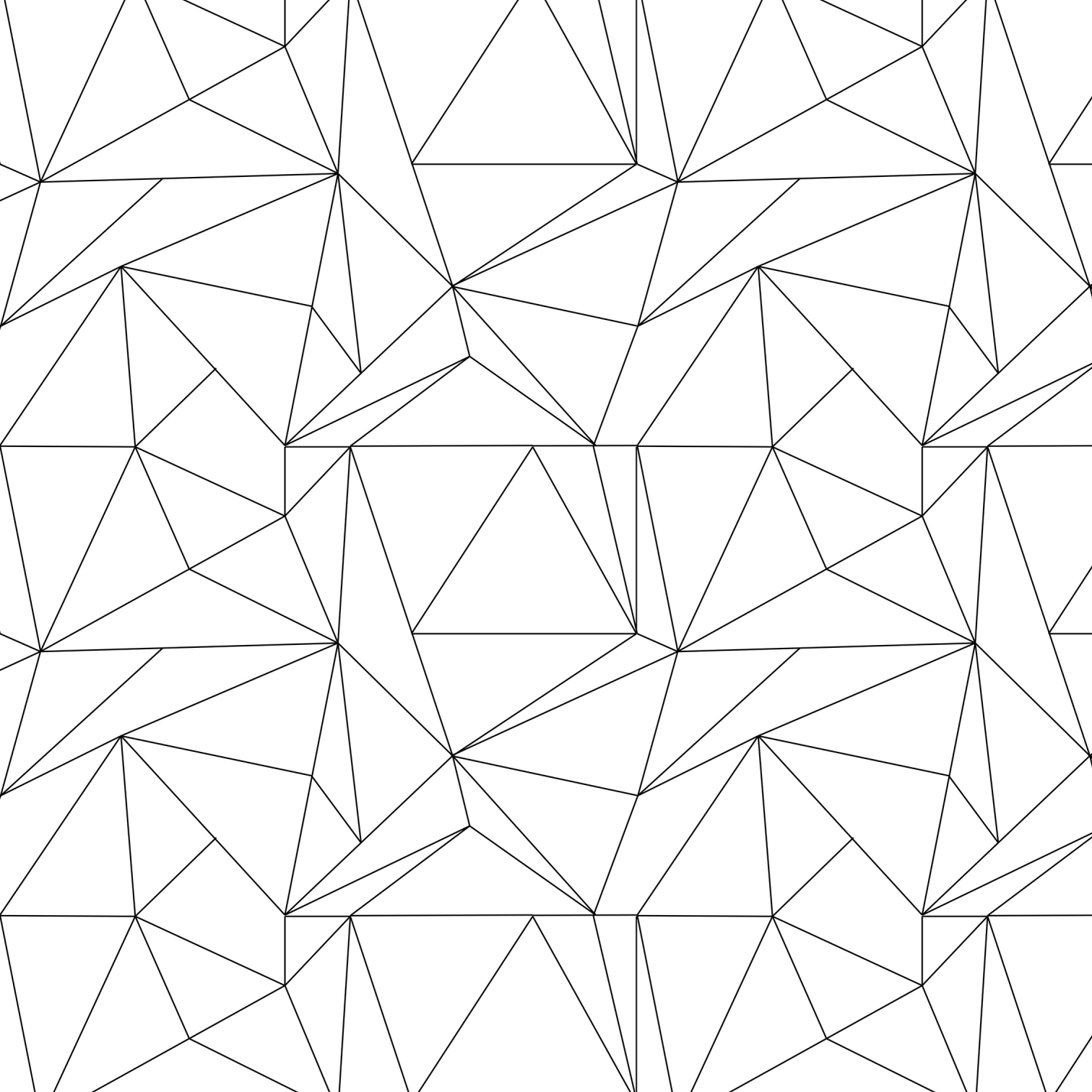
- **Acromático:** Não possui cor.
- **Anatômica:** Roupas construídas, que respeitam as curvas do corpo.
- **Aparência pessoal:** A forma como as pessoas nos enxergam, composta pelo andar, o olhar, os gestos e, especialmente, pela roupa.
- **Barra italiana:** Barra da calça com a dobra do tecido virada para o lado de fora.
- **Básico:** Peças que não marcam pela forte aparência, como calças e camisetas brancas, ou peças de roupas muito simples.
- **Bata:** Blusa ou camisa mais solta, com corte reto.
- **Bermuda ciclista:** Bermuda mais comprida, que remete às bermudas que os ciclistas usam.
- **Biótipo:** Aparência.
- **Blush:** Maquiagem que tem como função dar cor às maçãs do rosto.
- **Bolso faca:** Bolso embufido na diagonal de calças, saias e bermudas.
- **Brechó:** Loja de roupas e acessórios usados.
- **Cache-coeur:** Blusa ou vestido cruzado na frente e amarrado nas costas.
- **Calça cigarette:** Calça reta e justa com terminação na altura do

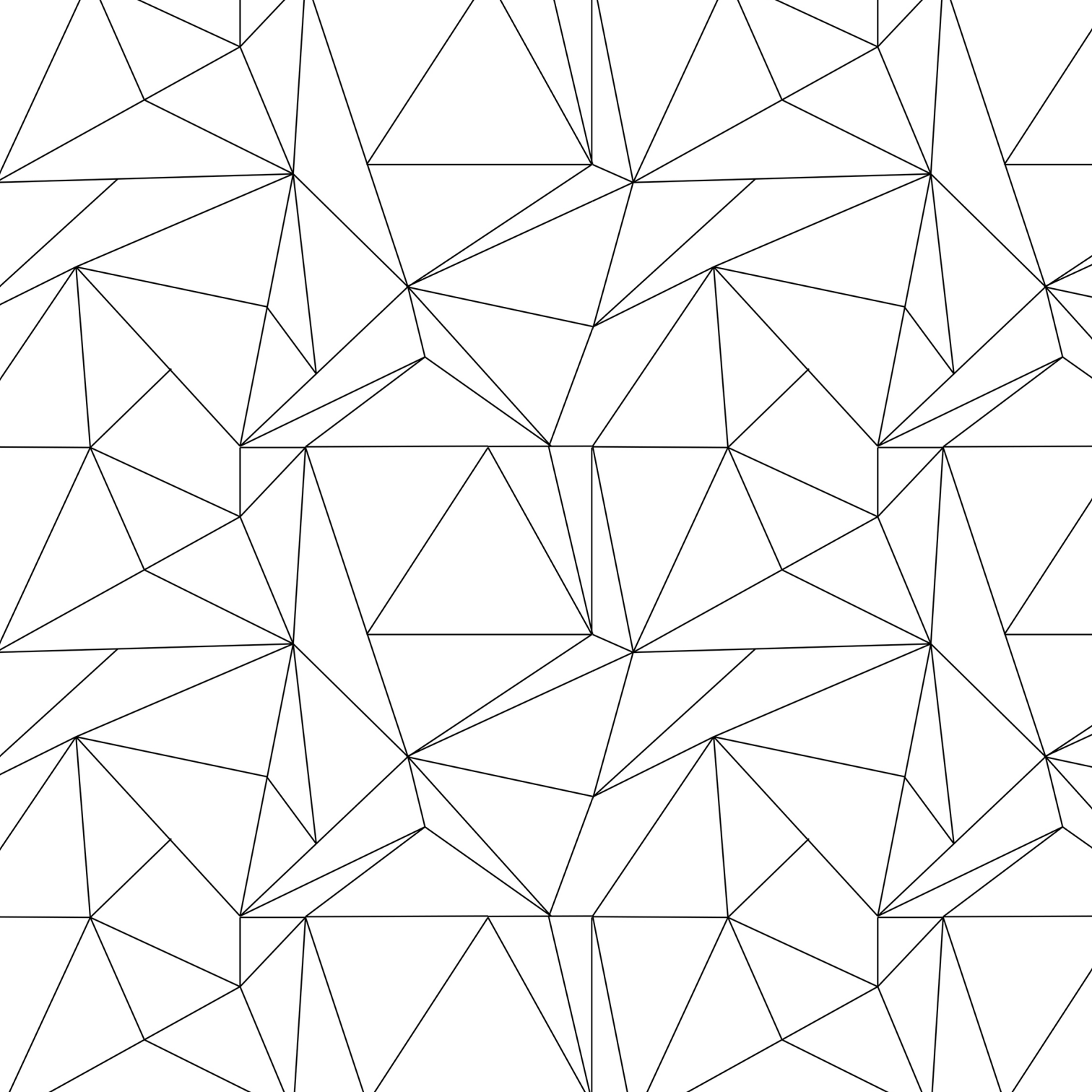
tornozelo.

- **Calça legging:** Calça de malha, colada ao corpo até os tornozelos.
- **Calça skinny:** Calça justíssima de jeans.
- **Caricatura:** Reprodução de forma engraçada.
- **Catalogar:** Agrupar em famílias de peças similares.
- **Causar:** Chamar a atenção.
- **Cava americana:** Cava de blusas na diagonal, que deixa os braços de fora, inicia no pescoço e termina na axila.
- **Chemisiers:** Vestido com mesmo corte de camisa feminina, só que longo.
- **Chique:** Bonito e refinado. No sentido de vestir, significa uma pessoa bem vestida.
- **Clean:** Visual ou peça simples, sem muitos detalhes.
- **Consumismo compulsivo:** Consumir produtos supérfluos, que não são necessários, em grande quantidade.
- **Coordenação de looks:** Montagem de looks.
- **Corte império:** Modelagem de blusa ou vestido em que há um corte abaixo do busto e, a partir desse corte, sai o tecido para o volume da parte de baixo.
- **Cosméticos:** Produtos de beleza, como maquiagens.
- **Costume:** Refere-se ao traje, como terno ou tailleur.
- **Culto ao corpo:** Exagerada preocupação com a aparência física.
- **Descolada:** Pessoa sofisticada e moderna.
- **Desencanada:** Pessoa ou atitude tranquila e despreocupada.
- **Echarpes:** Lenço longo usado em volta do pescoço.
- **Estilo:** Qualidade pessoal que se refere a atitude e personalidade.
- **Evasê:** Corte de roupas que abre na parte inferior.
- **Frente única:** Decote em que os tecidos da blusa ou vestido que cobrem os seios são amarrados nas costas, na região do pescoço, deixando os braços e as costas de fora.
- **Gloss:** Brilho labial.
- **Godê:** Corte redondo de modelagem de saias ou vestidos amplos e rodados.
- **Grife:** Marca que possui a assinatura do fabricante.

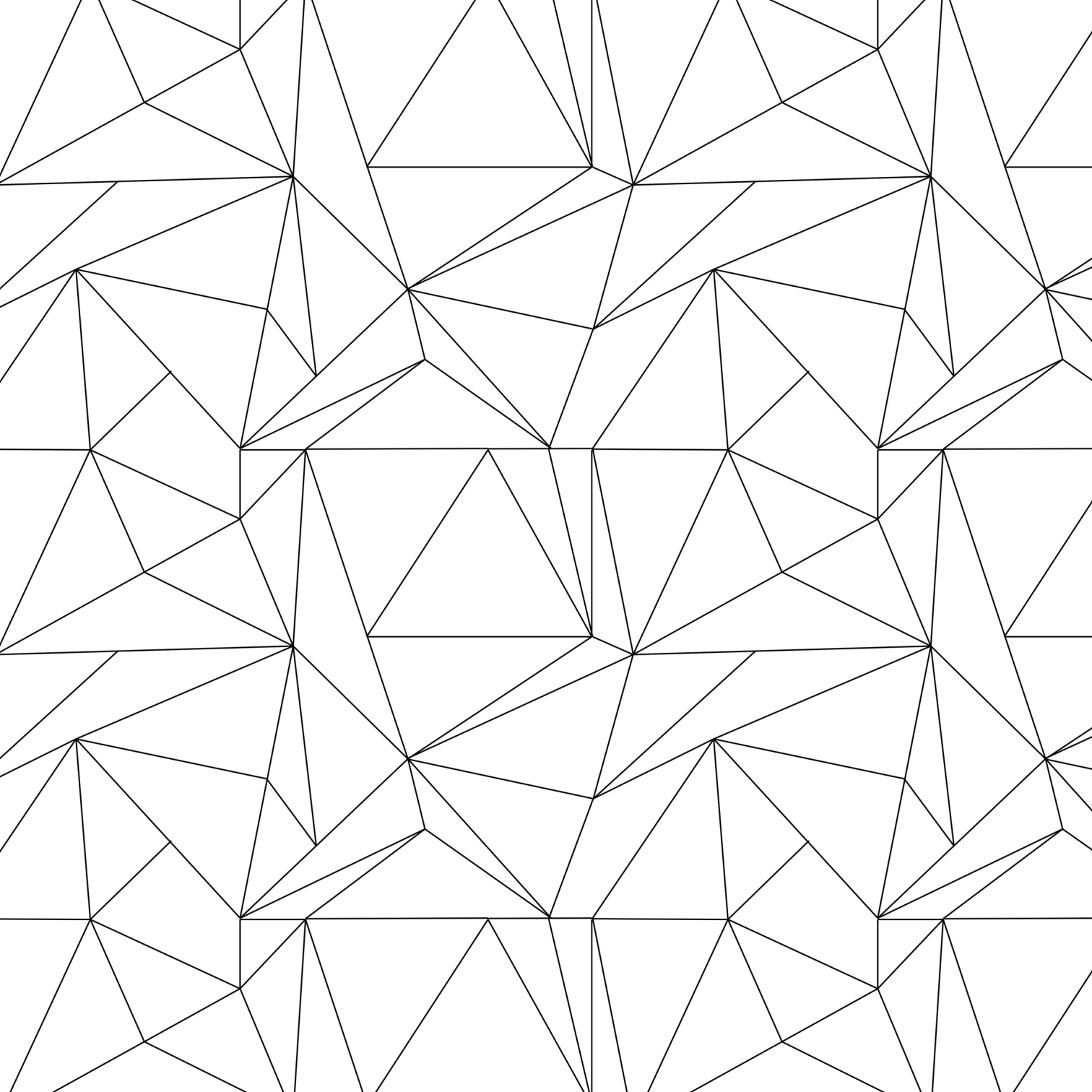
- **Hobby:** Passatempo ou atividade de entretenimento livre.
- Linguagem visual: Comunicar-se pela forma como somos vistos.
- **Look:** Visual, referindo-se à aparência composta por determinadas roupas e acessórios.
- **Lookbook:** Álbum de fotos com várias opções de looks.
- **Manga raglã:** Manga inserida, com costuras diagonais, a partir da costura do pescoço até a axila.
- **Mantô:** Casaco longo de inverno.
- **Moda fitness:** Roupas de academia.
- **Moda:** Tendência de consumo da atualidade.
- **Modelagem:** Formato da peça de roupa.
- **Modismos:** Moda do momento, moda passageira.
- **Monocromáticas:** Que apresentam somente uma cor.
- **Nostalgia:** Sentimento de saudade por algo ou alguma época, lembrança.
- **Nuances:** Graus diferentes de cores.
- **Ombreiras:** Pequenas almofadas costuradas na parte interna dos ombros das roupas.
- **Ombros Frontais:** Jaquetas ou casacos em que o recorte dos ombros fica deslocado para o peito, quase na altura das axilas.
- **Painéis imagéticos:** Painéis com imagens.
- **Paleta sazonal:** Paleta de cores que se referem aos tons que mais combinam com um tipo de pele, divididas por quatro estações: verão, outono, inverno e primavera.
- **Pantalona:** Tipo de calça com bocas amplas.
- **Parka:** Agasalho com capuz e amarração na cintura.
- **Peças de alfaiataria:** Peças ajustadas, com bom caimento e boa estética, de corte reto e estruturado.
- **Personalidade:** Conjuntos de características físicas e psicológicas, unidas às preferências pessoais.
- **Redingote:** Casaco longo, de abotoamento trespassado e ajustado.
- **Roupas alinhadas:** Roupas ajustadas.
- **Roupas bem talhadas:** Roupas de bom corte.
- **Roupas casuais:** Roupas informais, mas arrumadas. Ex: Jeans e

- camisetas pólo.
- **Silhueta:** Contorno do corpo.
- **Strech:** Qualidade elástica conferida a malhas e tecidos.
- **Stylist:** Profissional responsável por cuidar do estilo e imagem.
- **Tailleur:** Conjunto feminino composto por saia e casaco ou saia e calça.
- **Tendência:** Palavra usada para definir quais serão os temas, modelagens e usos abordados na moda.
- **Textura:** Aspecto de algum objeto, como tecidos, calçados, acessórios.
- **Tonalidade:** Graduações de cores.
- **Trench coat:** Casaco no estilo militar, com abotoamento, usado como capa de chuva ou sobretudo.
- **Túnica:** Roupas geralmente longa e reta, lembrando um vestido ou camisa comprida, pode ser com manga ou sem.
- **Vintage:** Moda retrógrada, que recupera estilos de décadas passadas.
- **Visual:** Aparência.





10 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



10 - REFERÊNCIAS

- JOFFILY, Ruth. **O Brasil tem Estilo?** Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1999
- SABINO, Marco. **Dicionário da moda.** Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2007.
- MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslava Teixeira. **A moda no século XX.** Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000.
- GACHET, Sophie. **A Parisiense.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.
- HALLAWELL, Philip. **Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.
- HALLAWELL, Philip. **Visagismo: harmonia e estética.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.
- VAZ, Ana. **Pequeno livro de estilo: guia para toda hora.** Campinas, São Paulo: Versus Editora, 2007.
- CORDULA, Cristina. **50 regras de ouro para aprimorar seu estilo.** São Paulo: Editora Lafonte, 2012.

GONÇALVES, Xico. **Donna: abc da moda.** Porto Alegre: Zero Hora Editora Jornalística, 2002.

CALLAN, Georgina O'hara. **Enciclopédia da Moda.** São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

AGUIAR, Titta. **Personal Sytlist: guia para consultores de imagem.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

JACKSON, Carole. *Color me beautiful.* Nova York: Ballantine Books, 1988.

FLEURY, Christiane e PRIORE, Hiluz Del. *Com que roupa?.* Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012.

KALIL, Gloria. *Chic homem: manual de moda e estilo.* São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1998.

KALIL, Gloria. *Chic: um guia básico de moda e estilo.* São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2001.

CIDREIRA, Renata Pitombo. *Os sentidos da moda.* São Paulo: Annablume, 2005.

Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

JACKSON, Carole. **Color me beautiful.** Nova York: Ballantine Books, 1988.

FLEURY, Christiane e PRIORE, Hiluz Del. **Com que roupa?.** Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012.

KALIL, Gloria. **Chic homem: manual de moda e estilo.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1998.

KALIL, Gloria. **Chic: um guia básico de moda e estilo.** São Paulo: Editora

Senac São Paulo, 2001.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda**. São Paulo: Annablume, 2005.

SOBRE A AUTORA

Paola Flores Della Pasqua Zanette: Graduada em Moda pela Universidade Feevale; Professora do Curso de Criação de Produção de Moda da Escola Factum; Trabalhou como Professora de Figurino, Personal Stylist, Produção de Moda e História da Moda Brasileira - INDEPIn (www.indepin-edu.com.br). Trabalhou como Personal Stylist no Brasil e na Argentina. Atuou como Produtora de Moda e Personal Stylist da empresa maisK; Trabalhou em eventos, como Donna Fashion Iguatemi, Donna Fashion Iguatemi Florianópolis, Fashion Kids Iguatemi Florianópolis, Donna da Capa, Menina Fantástica, Monange Dream Fashion Tour; Atuou como Personal Stylist da loja Victor Hugo, no Barra Shopping Sul; Trabalhou como assistente de camarim do Cirque du Soleil - Brasil e Argentina –, no espetáculo Quidam, em 2010, e, em 2012, no espetáculo Varekai, no Brasil.

Editora:



Projeto Editorial:



**Personal Stylist:
Moda, consultoria e profissão**

Autora:

Paola Zanette

Editoras: CANTO - Cultura e Arte

Edição: 1 (2017)

ISBN: 978-85-69802-06-8

Formato: Quadrado (20 x 20 cm); Acabamento Brochura sem orelhas; Miolo em preto e branco; Papel Couche 90g; Capa Colorida; Nº de páginas 192.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-69802-06-8

