

MÓDULO 03

Estudo da técnica - Silhueta

AULA 10

- Etapa da Consultoria de Imagem
- Relação Corpo x Mulher
- Responsabilidade de lidar com autoestima e autoimagem

Passo a passo de um atendimento com método MBV:



CORPO X MULHERES

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo

- Uma relação nem sempre saudável
- São comuns sensações de fracasso, de vergonha
- Acreditam que existem “defeitos”
- busca perdida pelo “corpo ideal”
- Cuidar da saúde é fundamental porém perseguir um ideal de corpo magro como solução para se sentir bonita é angustiante, perigoso e doloroso.
- Batalha perdida com a autoestima.
- É normal, principalmente mulheres, ter variações de peso ao longo da vida. Hormônios, gravidez, metabolismo lento, maior sobrecarga de trabalho em casa que faz ter menor disponibilidade para academia... e muito outros fatores.



CORPO X MULHERES

Possíveis Causas:

- Família,
- Cultura, sociedade, classe social
- Mídia (manipulação e imagens retocadas)
- Indústria Beleza
- E ainda, em casos extremos, temos:
 - ◆ Doenças como anorexia, bulimia, transtorno disfórmico corporal
 - ◆ Mulheres que sofreram abuso sexual
 - ◆ Depressão



A Nova Consultoria entende a **responsabilidade** de lidar com a **autoestima** e **autoconfiança** de outras mulheres.

Papel da Consultora da Imagem da Nova Consultoria

**Entender como
a cliente se
sente em
relação ao corpo**

**Ajudar a
ressignificar a
relação com o
mesmo > trabalhar
a Autoimagem**

**Dissociar Estilo
x corpo**

**Aceitar, procurar
honrar genética
e a história**

**Agradecer todas
as funções que
esses que o corpo
desempenham
todo dia.**

**Se sentir bonita
de verdade
diante do
espelho**

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo

MÓDULO 03

Estudo da técnica - Silhueta

AULA 11

→ Conceito de Beleza

Conceito de Beleza

**Beleza não é o
gosto pessoal, não
é ser magra, não é
ter a roupa da
moda.**

**Beleza é o que agrada aos
olhos.**

Harmonia, equilíbrio, proporção.

**Isso é o que nosso cérebro e o
cérebro de quem nos vê
interpretam como bonito.**

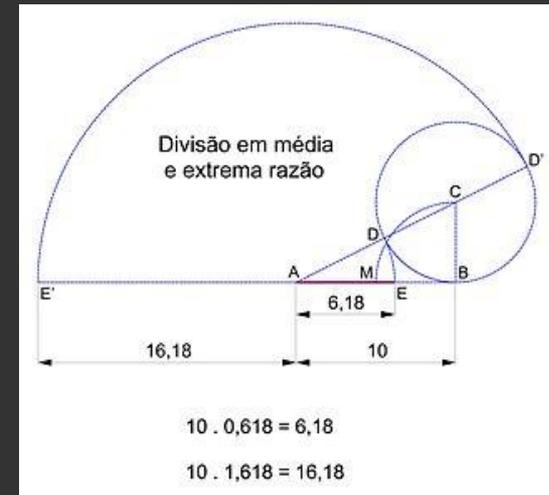
Razão do Belo

Proporção áurea, número de ouro, número áureo, secção áurea, proporção de ouro é uma constante real algébrica irracional denotada pela letra grega *phi*.

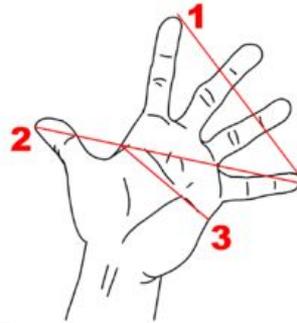
Homenagem ao escultor Phideas (Fídias), que a teria utilizado para conceber o Parthenon, e com o valor arredondado a três casas decimais de 1,618.

Pode ser encontrado de forma aproximada no homem, nas colméias, entre inúmeros outros exemplos que envolvem a ordem de crescimento na natureza.

Justamente por ser encontrado em estudos de crescimento, o número de ouro ganhou um status de "ideal", sendo usada desde a Antiguidade, como referência na arte, música, literatura, arquitetura.



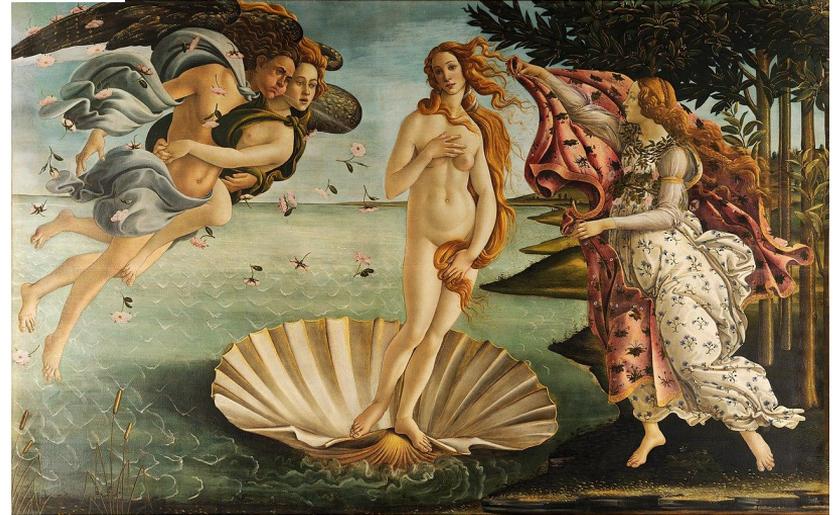
Razão do Belo



A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



Parthenon

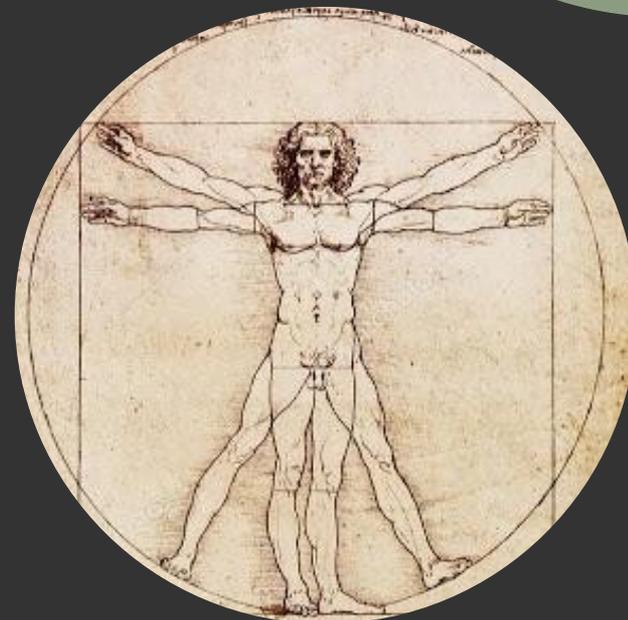
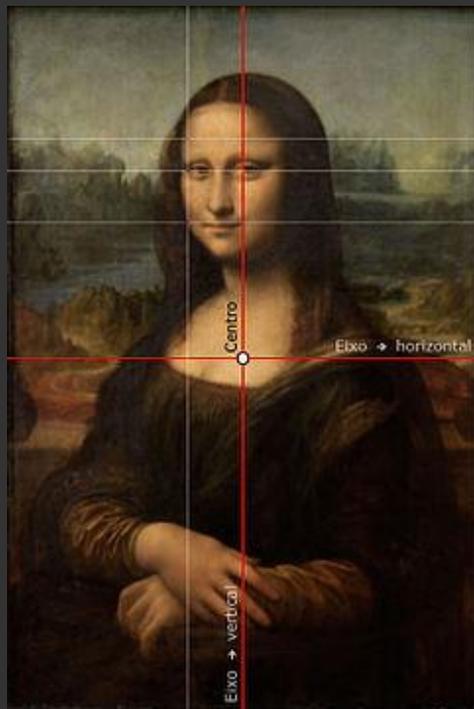


Nascimento de Vênus, Botticelli,
Gal. degli Uffizi, 1482

Razão do Belo

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo

Estudo das Proporções humanas iniciado por Leonardo da Vinci



Homem Vitruviano,
Veneza, Galeria
dell'Accademia

MÓDULO 03

Estudo da técnica - Silhueta

AULA 12

→ Métodos de estudo de Silhueta do Mercado



Métodos do Mercado

1 - Tipos de corpo

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo

AMPULHETA

RETÂNGULO

TRIÂNGULO

PERA

OVAL



*O mais comum.
Ensinado na maior
parte dos cursos
Brasileiros.*

**Problema: Não leva
em consideração
volumes corporais.**

Métodos do Mercado

2 - Classificações - Plus Size

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



Muito comum inclusive há CI especialistas em Plus Size.

Problema: Enquadra mulheres "plus size" como oval.

O corpo nada tem a ver com número que se veste.

Métodos do Mercado

3 - Varetas

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



**Imagens da Antiga Oficina de Estilo, empresa que foi pioneira em CI no Brasil e que encerrou as atividades há alguns anos*

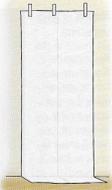
Problema: Difícil de executar quando se trabalha sozinha e à distância.

Métodos do Mercado

4 - Gráfico do Corpo

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo

Hang the paper to a wall. Cut or crease the paper even with an uncarpeted floor.



Wear nonbinding underwear or leotard and no shoes. Pin elastic around your waist—the bottom of the elastic is at your waist. Wear a chain necklace to mark the base of your neck.

Stand with your back against the paper in normal posture, centering your body along the vertical crease. Mark the top of head and crotch first to make sure you are centered on the fold. Look straight ahead. DO NOT LOOK UP OR DOWN!

Have a friend plot the points shown in the illustration on the previous page, using a new, long pencil and a nonflexing yardstick. Have her keep the yardstick close to your body, holding the opposite end so the entire yardstick is perpendicular to the wall. Then have her mark the paper at the edge of the yardstick that is next to your body.

Step 1: Top of Head

Make sure your head is centered on the fold and the ruler is perpendicular to the wall, firmly on top of your head, not hair. Mark the top of the head.

TIP: From the side view you can easily see if the ruler is perpendicular to the wall and parallel to the floor.

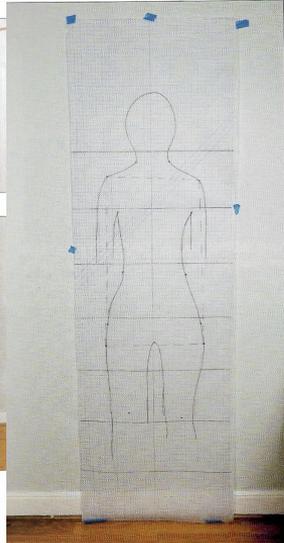


Step 2: Crotch

Mark the crotch to make sure your entire body is centered on the foldline. Put the ruler up close to body.

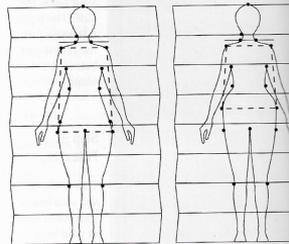


Step away and mark. Not only does this marking ensure you are centered on the foldline, it also allows you to measure each half of your body to see if your hip is fuller on one side than on the other.



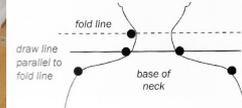
Fulllest hip area may be low in thigh area

...or it may be just below the waist.



Step 13: Draw Line from the Neck Out

Draw a straight line from the base of the neck in both directions to above the shoulder dots, parallel to the nearest foldline. If dots are uneven, use the highest dot.



Note: The average figure is eight heads tall. The "ideally" proportioned body is divided as shown in

Nunca vi sendo utilizado no Brasil

Problema: muito completo de executar

*Imagem do livro 'Looking Good Every day' de Nancy

Nix-Rice

Métodos do Mercado

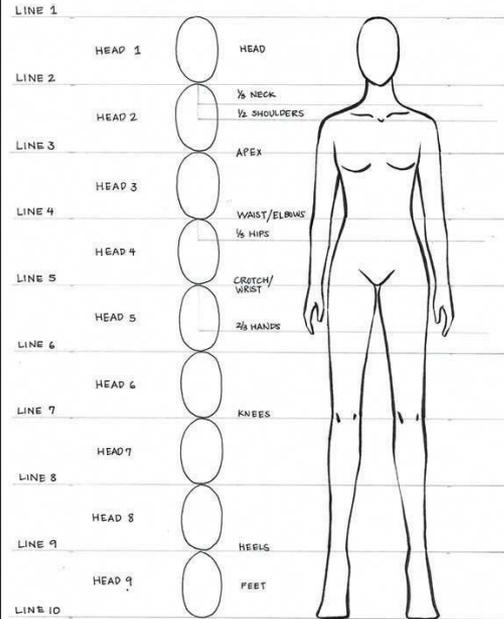
5 - Cabeças

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo

*Pouco Comum no Brasil,
utilizado por quem faz
desenhos*

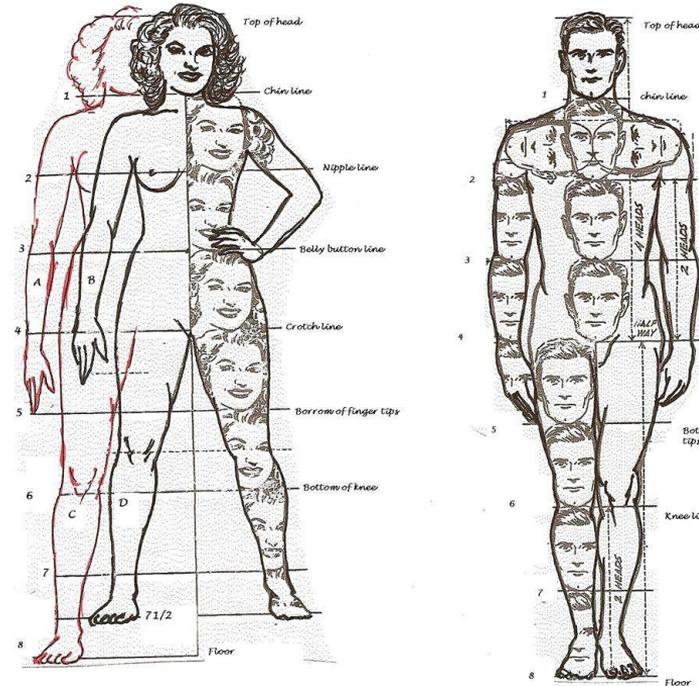
**Problema: não leva em
consideração volume
corporais.**

9 HEADS



zyra bañez 2017 - 9 heads guidelines

Proportions of the Human Body

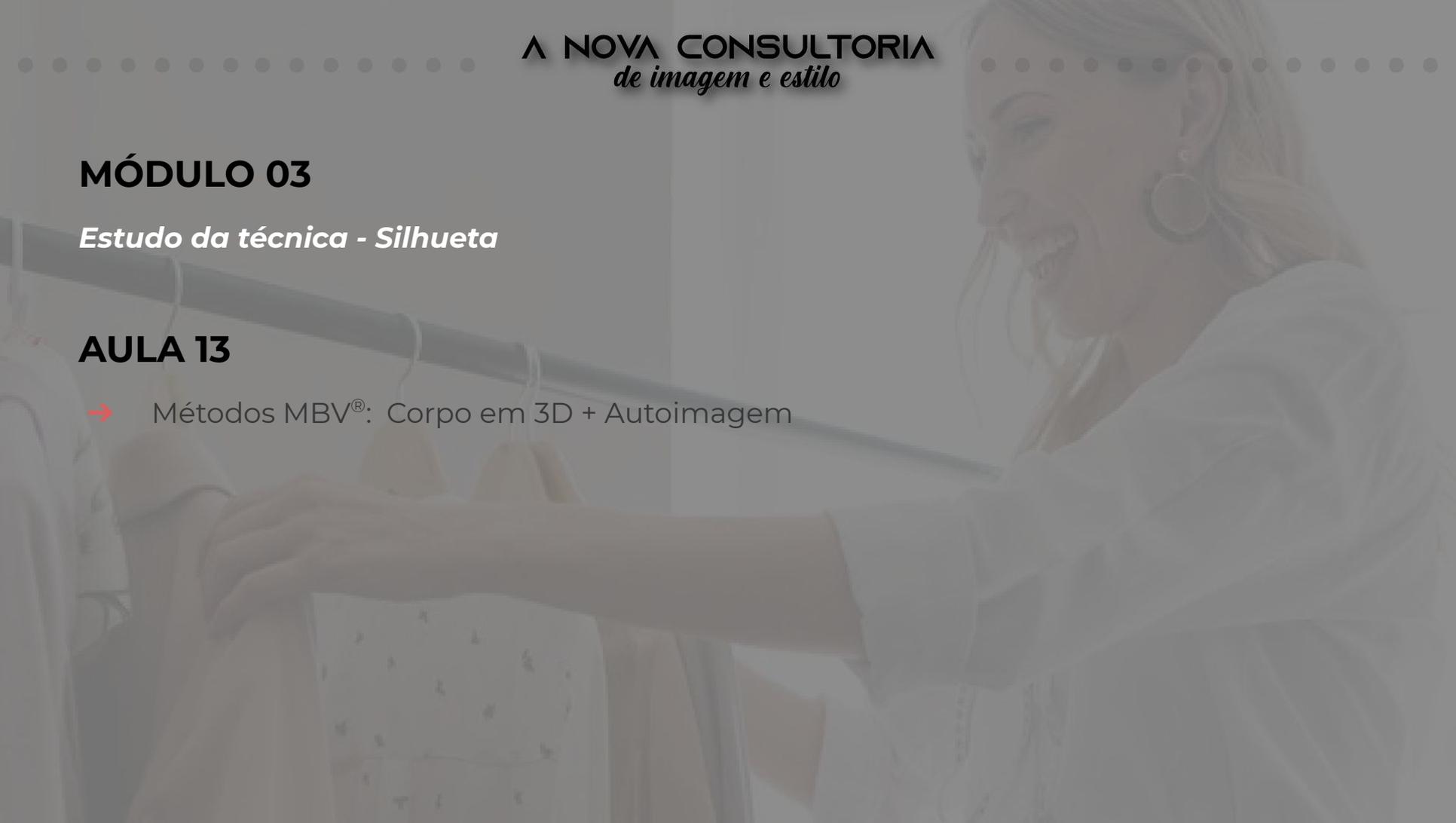


MÓDULO 03

Estudo da técnica - Silhueta

AULA 13

→ Métodos MBV®: Corpo em 3D + Autoimagem



Análises técnicas + autoimagem de Corpo

- Avaliamos proporções e volume > Corpo em 3D
- Autoimagem, percepção da cliente sobre seu corpo
- Técnicas entram para satisfazer a percepção de beleza da cliente
- Não usamos tipos de corpo, nem varetas, nem medições.

Passo 1 - Proporções Corporais, Corpo em 3D

Entender Proporções Corporais que incluem seus volumes:

→ **Proporção horizontal:**

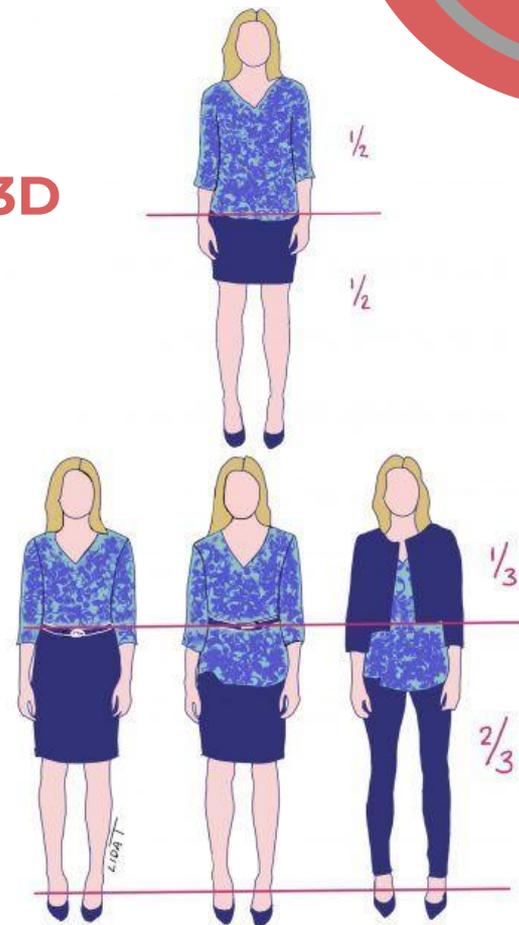
Larguras de ombro x Cintura x quadril

→ **Volumes:**

Busto, bumbum, culote, coxas, braços, ombros, barriga

→ **Proporção vertical:**

Altura do seu torso x Pernas





Passo 2 - Autoimagem

Como a cliente se sente em relação ao corpo:

O que ELA
gosta?

O que ELA
não gosta?

É possível mudar?

Se é possível
mudar, está
disposta, tem
recursos?

Solução:

Aceitar verdadeiramente
o que **não pode mudar**;

**Procure criar pontos de
atenção / ponto focal
onde a cliente goste**;

Procurar peças que criem
equilíbrio de proporções na
silhueta com uso de
elementos de design das
peças;

Horizontal + Volumes >
equivalência com cintura
mais fina

Vertical > $\frac{1}{3}$ de torso
 $\frac{2}{3}$ pernas

Usar a magia da
ilusão de ótica a
favor da Cliente!

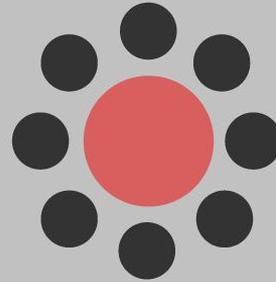
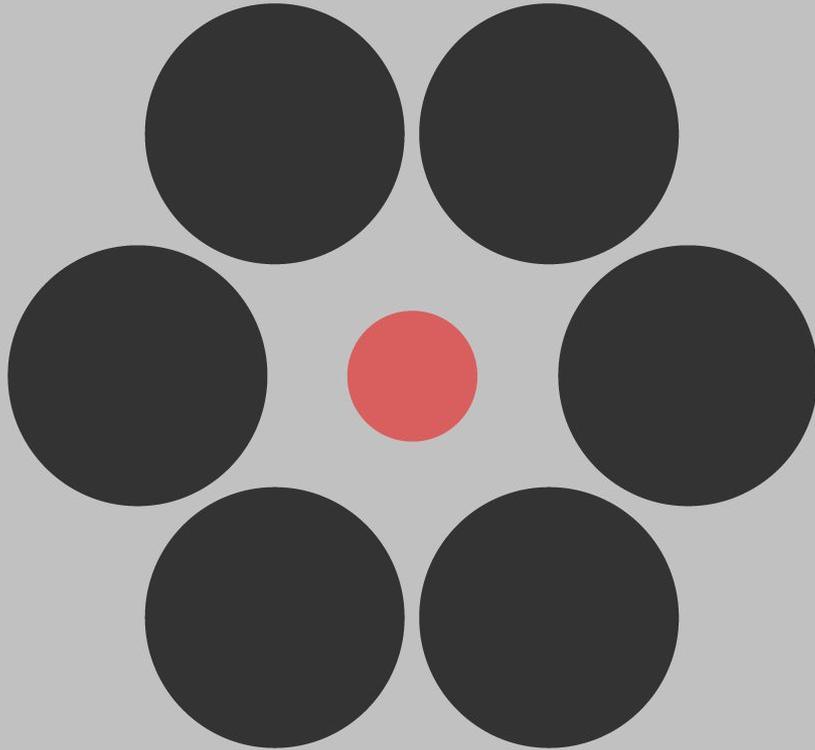
MÓDULO 03

Estudo da técnica - Silhueta

AULA 14

- Conceito de ilusão de ótica
- Elementos de design
- Guia de ilusão de ótica através das roupas

Ilusão de Ótica



Qual círculo vermelho é maior?

Ilusão de Ótica



são iguais!



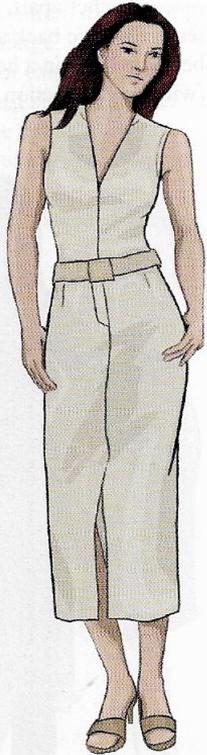
Os **círculos** são exatamente **iguais**, é a composição com os outros círculos que faz ele parecer maior ou menor.

É exatamente isso que a gente vai propor com as roupas no corpo.

Elementos de Design

- Toda mulher, com qualquer corpo, pode e deve usar todas as peças que quiser.
- Nosso trabalho é ensiná-las sobre harmonia de proporções, equilibrando sua silhueta com os elementos de design encontrados nas peças e usando esses princípios na montagem de seu look.
- A ilusão de ótica através das roupas é criada pelos elementos de design: linha, forma, textura, cor e padronagem.
- Onde o efeito é criado sempre por **comparação**, logo a coordenação também importa.
- Além disso, podemos usar o recurso de ponto focal, o Centro das atenções de uma composição, para onde o nosso olho é atraído primeiro.
- Ser Humano procura estabilidade visual em tudo que vê. Sendo assim qualquer tipo de desequilíbrio visual (pelo peso visual concentrado ou elemento de design), você pode equilibrar usando pontos focais em outras áreas com o objetivo de gerar equilíbrio.
- Também é bacana ressaltar tudo que a cliente gosta em si mesmo. Assim diante do espelho, seu olhar será imediatamente atraído para onde ela se sente bonita.

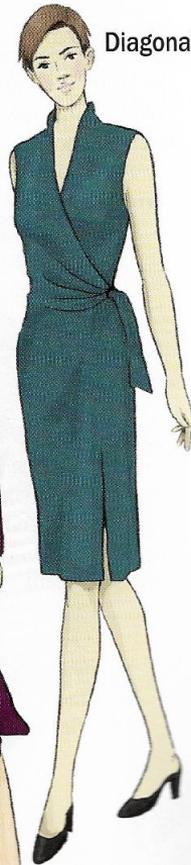
Vertical



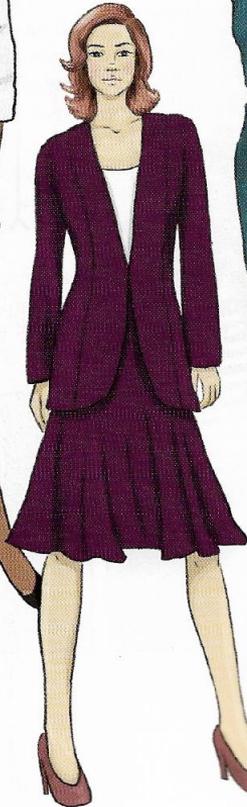
Horizontal



Diagonal



Curved



Elementos de Design

Leia as roupas através de seu design:

- Modelagem (forma e linhas internas e externas)
- Textura (tecido)
- Acabamento (cor, estampa)
- Coordenação (proporção e pontos de atenção)

**Imagem do livro 'Looking Good Every day' de Nancy Nix-Rice*

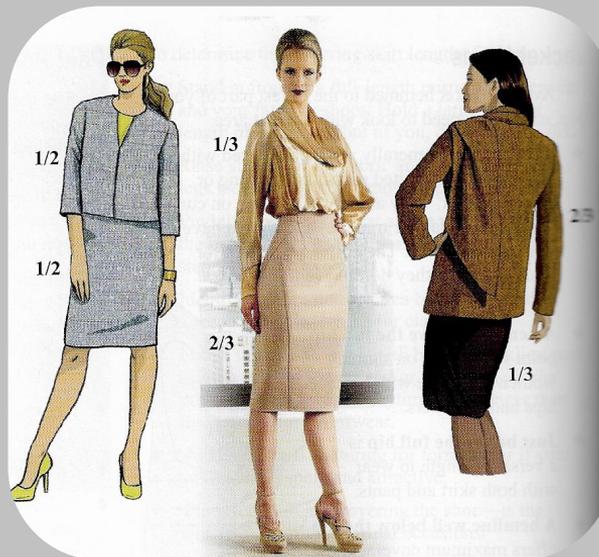
Elementos de Design

Na prática

Na prática

1. Escolhemos peças que expandem visualmente onde há menor volume e peças que retraiam visualmente onde há mais volume.
2. Ajustes de proporções verticais com a coordenação escolhida
3. Criamos pontos de atenção para corroborar o equilíbrio e/ou ressaltar onde a cliente gosta em seu corpo.

*Imagem do livro 'Looking Good Every day' de Nancy Nix-Rice



Falta ponto focal
próximo ao rosto

Guia da ilusão de ótica	Expansão Visual	Retração Visual
<p>Modelagem (formas e linhas internas e externas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Volumes ● Babados, ● Camadas, Plissados, Pregas ● linhas horizontais <p>ex: Mangas: bufantes, morcego, canoa, ombro a ombro / Saia evasê, tulipa</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Secas ● linhas verticais e diagonais ● Sem camada ● Transpassado ● Assimetria <p>ex: vestido, blusa transpassado / ombro só / pespontados</p>
<p>Textura (tecido)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Sem estrutura ● grosso ● texturizado 	<ul style="list-style-type: none"> ● Estruturado ● fino ● sem textura
<p>Acabamento (cor, estampa)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Cor mais clara ● Cor mais brilhante ● Estampa de maior escala, ou de fundo claro ou muito espaçada * 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cor mais escura ● Cor mais opaca ● Estampa de menor escala, ou de fundo escuro ou pouco espaçada *
<p>Coordenação (proporções / Pontos de atenção)</p>	<p>A parte de maior atenção</p>	<p>A parte de menor atenção</p>

***No caso das estampas observe as linhas, o movimento do desenho**

MÓDULO 03

Estudo da técnica - Silhueta

AULA 15

→ soluções de harmonia de silhueta através das roupas.



PROPORÇÕES HORIZONTAIS E VOLUMES

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



Proporções equivalentes de parte superior e inferior
cintura fina x cintura reta

Proporções equivalentes de parte superior e inferior cintura fina x cintura reta

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



Equilibrada com cintura fina
Objetivo: Manter proporções,
cintura marcada



Equilibrada com cintura reta
Objetivo: Criar volume na parte
superior e na parte inferior, ilusão
de cintura fina

Proporções equivalentes de parte superior e inferior cintura fina x cintura reta

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



Equilibrada com cintura fina
Objetivo: manter proporções,
cintura marcada



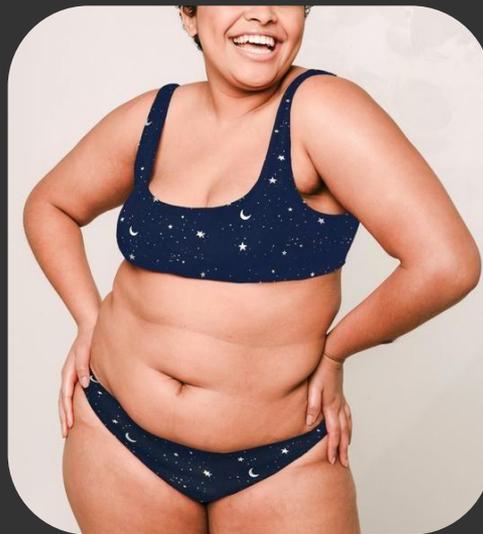
Equilibrada com cintura reta
Objetivo: criar volume na parte superior e
na parte inferior, ilusão de cintura fina

PROPORÇÕES HORIZONTAIS E VOLUMES

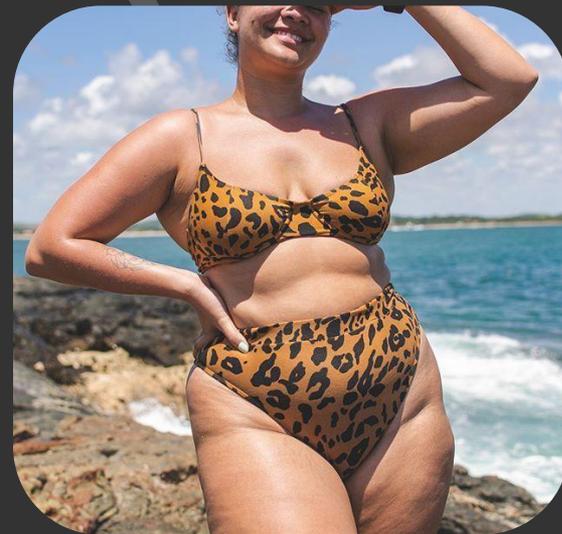
A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



**Maiores proporções na
parte superior**



**Maiores proporções no
centro**



**Maiores proporções na
parte inferior**

Soluções de harmonia de silhueta através das roupas

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



Maiores proporções na parte superior

Objetivo: volume na parte inferior, cintura marcada



Maiores proporções no centro

Objetivo: marcar cintura alta, criar linhas verticais e diagonais



Maiores proporções na parte inferior

Objetivo: criar volume na parte superior e cintura marcada

Soluções de harmonia de silhueta através das roupas



Maiores proporções na parte superior
Objetivo: volume na parte inferior, cintura marcada



Maiores proporções no centro
Objetivo: marcar cintura alta, criar linhas verticais e diagonais



Maiores proporções na parte inferior
Objetivo: criar volume na parte superior e cintura marcada

A NOVA CONSULTORIA
estilo

PROPORÇÕES VERTICAIS



**Maior proporção
de torso**



**Proporções
 $\frac{1}{3}$ e $\frac{2}{3}$**



Maior proporção de perna

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo

Maior proporção de
pernas

Objetivo:
criar ilusão de torso
mais longo v b



Maior proporção
de torso

Objetivo:
criar ilusão de
pernas mais
longas

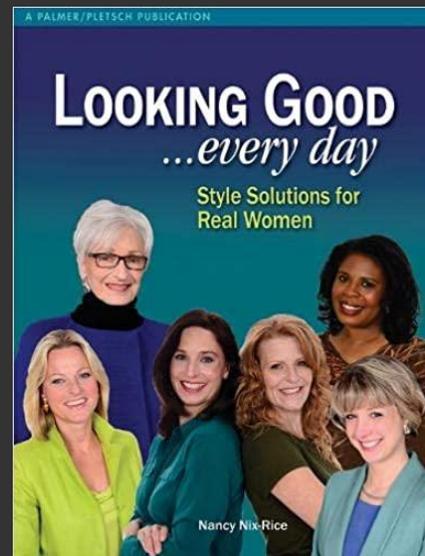
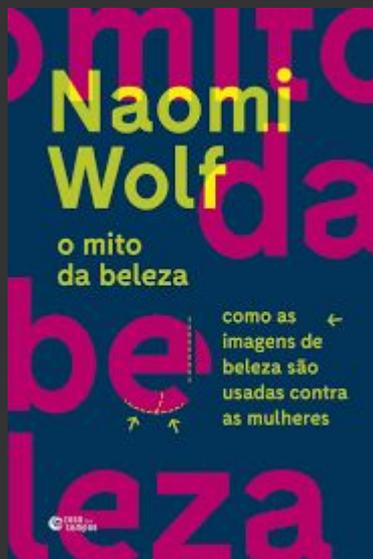


Maior proporção de
pernas

Objetivo:
Criar ilusão de torso
mais longo v b

Bibliografia sugerida Módulo 3 / 4

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



*Em inglês, não há versão traduzida

Exercícios

- Reforçar aprendizado do módulo 3 / 4:
Fazendo o estudo de silhueta / rosto de sua dupla
- Praticar leitura de elementos de design com 5 looks que encontrar na internet
- Assistir ao Bônus: Expo Dior em Londres

Copyright© 2020 de FF Studio Treinamentos e Consultoria Eireli, CNPJ 26.125.860/0001-45
Os textos e o projeto gráfico são de propriedade intelectual de Fernanda Fuscaldo.
Todos os direitos estão reservados.

Nenhuma parte deste material, em especial seus textos, pode ser reproduzida ou transmitida por qualquer outra forma ou por nenhum meio sem a permissão expressa e por escrito da citada empresa, exceto pelo uso de citações breves que estejam adequadas à NBR 10.520, da Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT.

A reprodução deste material, seja em partes ou no todo, está sujeita às penalidades previstas na Lei Federal n. 9.610/1998, que regulamenta os direitos autorais no Brasil.