

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

ESTELA MUNHOZ MARTINS

***BEACHWEAR* ADAPTÁVEL: UM ESTUDO PARA DIFERENTES
TIPOS DE CORPOS FEMININOS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2016

ESTELA MUNHOZ MARTINS

***BEACHWEAR* ADAPTÁVEL: UM ESTUDO PARA DIFERENTES
TIPOS DE CORPOS FEMININOS**

Trabalho de conclusão do curso, apresentado à disciplina de Conclusão de Curso II, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, como requisito para obtenção de título de Tecnólogo em Design de Moda.

Orientador: Prof. M.a Patricia Helena Campestrini Harger

APUCARANA

2016



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



TERMO DE APROVAÇÃO

Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 195

***Beachwear* adaptável: um estudo para diferentes tipos de corpos femininos**

por

ESTELA MUNHOZ MARTINS

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

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

PROFESSOR(A) ANA MARIA LEOPACI BENINI – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) BRUNA VILAS BOAS DA SILVA PONTARA – EXAMINADOR(A)

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

Dedico este trabalho a minha família,
principalmente a minha irmã que foi a
minha inspiração para desenvolver este
projeto.

AGRADECIMENTOS

Certamente estes parágrafos não irão atender a todas as pessoas que fizeram parte dessa importante fase de minha vida. Portanto, desde já peço desculpas àquelas que não estão presentes entre essas palavras, mas elas podem estar certas que fazem parte do meu pensamento e de minha gratidão.

Agradeço a primeiramente a Deus por me confortar e me dar forças pra continuar, a minha família que sempre me apoiou e me encoraja para enfrentar os desafios, ao meu namorado que sempre está disposto a meu ouvir e aos meus amigos pelo apoio e pelos conselhos.

As minhas orientadoras que sempre estiveram determinadas a me ajudar e a todos os professores por terem o prazer de ensinar.

A todos que fazem parte deste momento tão importante da minha vida, meus sinceros agradecimentos.

Se você quer transformar o mundo, experimente primeiro promover o seu aperfeiçoamento pessoal e realizar inovações no seu próprio interior. Estas atitudes se refletirão em mudanças positivas no seu ambiente familiar. Deste ponto em diante, as mudanças se expandirão em proporções cada vez maiores. (LAMA, Dalai, 2001)

RESUMO

MARTINS, Estela Munhoz. **Beachwear adaptável: um estudo para diferentes tipos de corpos femininos**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) – Universidade Tecnológica Federal de Paraná, Apucarana, 2016.

O presente projeto tem como objetivo adequar peças do segmento *beachwear* aos diferentes biotipos femininos existentes. A partir de pesquisas experimentais o projeto pretende desenvolver peças que trazem consigo a inovação na modelagem através da aplicação ergonômica e inovação no design. Para tanto, será realizado um estudo dos diferentes tipos de corpos femininos e como eles se comportam com as peças existentes no mercado. Como principal resultado espera-se desenvolver um produto que atenda a qualidade funcional e estética.

Palavras-chave: Inovação. Design. Qualidade Funcional. Qualidade Estética.

ABSTRACT

MARTINS, Estela Munhoz. **Beachwear adaptive : a study for different types of female bodies**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) – Universidade Tecnológica Federal de Paraná, Apucarana, 2015.

This project aims to adapt parts of different biotypes beachwear segment to existing female. From experimental studies the project seeks to develop parts who bring innovation in modeling through application and ergonomic design innovation. For both, will be carried out a study of the various types of the female body and how they behave with existing parts on the market. As main result is expected to develop a product that has a functional and aesthetic quality.

Keywords: Innovation. Design. Functional Quality. Aesthetic Quality.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Maiô.....	20
Figura 02 - Sutiã com taça ajustável.....	20
Figura 03 – Ajuste personalizado sutiã.....	21
Figura 04 – Push up bra.....	21
Figura 05 – Sutiã ajustável.....	22
Figura 06 – Top de biquíni com sistema de ajuste.....	23
Figura 07 – Calcinha sem costura cós alto invisível.....	24
Figura 08 – Calcinha com enchimento.....	24
Figura 09 – Calcinha firmadora Liz.....	24
Figura 10 – Michele Bernadini usando o primeiro biquíni em 1946.....	30
Figura 11 – Biquíni década de 1950.....	32
Figura 12 – Biquíni década de 1960.....	32
Figura 13 – Biquíni década de 1970.....	32
Figura 14 – Biquíni década de 1980.....	32
Figura 15 – Coleção Chanel 1990.....	32
Figura 16 – Coleção água de coco 2000.....	33
Figura 17 – Coleção Amir Slama.....	33
Figura 18 – Somatotipos.....	35
Figura 19 – Biotipos femininos.....	36
Figura 20 – The Luxury Collection.....	37
Figura 21 – Coleção NewChic Liz.....	38
Figura 22- Logomarca.....	43
Figura 23 – Produtos desenvolvidos pela Água de Coco – Verão 2016.....	45
Figura 24 – Referência para decoração das lojas.....	46
Figura 25 – Projeto loja shopping.....	47
Figura 26 – Projeto loja shopping (frente com movimentação).....	47
Figura 27 – Projeto loja shopping (interior).....	48
Figura 28 – Projeto loja shopping (corredor interior).....	48
Figura 29 – Alternativas de embalagem para presente.....	49
Figura 30 – Sacola de compras.....	50
Figura 31 – Caixa para entrega SEDEX.....	50
Figura 32 – Alternativas para tags.....	50
Figura 33 – Exemplo de tag (frente e verso).....	51
Figura 34 – Cartão de visita (frente e verso).....	51
Figura 35 – Imagem do público alvo.....	52
Figura 36 – Representação da macrotendência Elemental.....	52
Figura 37 – Microtendências.....	54
Figura 38 – Referências de Cancun.....	57

Figura 39 – Cores retiradas da referência.....	57
Figura 40 – Shapes da coleção.....	58
Figura 41 – Painel semântico.....	59
Figura 42 – Cartela de cores.....	60
Figura 43 – Cartela de materiais.....	60
Figura 44 – Cartela de estampas.....	61
Figura 45 – Look 01.....	62
Figura 46 – Look 02.....	63
Figura 47 – Look 03.....	64
Figura 48 – Look 04.....	65
Figura 49 – Look 05.....	66
Figura 50 – Look 06.....	67
Figura 51 – Look 07.....	68
Figura 52 – Look 08.....	69
Figura 53 – Look 09.....	70
Figura 54 – Look 10.....	71
Figura 55 – Look 11.....	72
Figura 56 – Look 12.....	73
Figura 57 – Look 13.....	74
Figura 58 – Look 14.....	75
Figura 59 – Look 15.....	76
Figura 60 – Look 16.....	77
Figura 61 – Look 17.....	78
Figura 62 – Look 18.....	79
Figura 63 – Look 19.....	80
Figura 64 – Look 20.....	81
Figura 65 – Look 21.....	82
Figura 66 – Look 22.....	83
Figura 67 – Look 23.....	84
Figura 68 – Look 24.....	85
Figura 69 – Look 25.....	86
Figura 70 – Alternativa analisada 1 (look 04).....	87
Figura 71 – Alternativa analisada 2 (look 25).....	88
Figura 72 – Alternativa analisada 3 (look 16).....	89
Figura 73 – Alternativa analisada 4 (look 20).....	90
Figura 74 – Alternativa analisada 5 (look 12).....	91
Figura 75 – Alternativa analisada 6 (look 05).....	92
Figura 76 – Ficha técnica Ref 001.....	93
Figura 77 – Ficha técnica Ref 001.....	94
Figura 78 – Ficha técnica Ref 001.....	95
Figura 79 – Ficha técnica Ref 002.....	96

Figura 80 – Ficha técnica Ref 002.....	97
Figura 81 – Ficha técnica Ref 002.....	98
Figura 82 – Ficha técnica Ref 003.....	99
Figura 83 – Ficha técnica Ref 003.....	100
Figura 84 – Ficha técnica Ref 003.....	101
Figura 85 – Ficha técnica Ref 004.....	102
Figura 86 – Ficha técnica Ref 004.....	103
Figura 87 – Ficha técnica Ref 004.....	104
Figura 88 – Ficha técnica Ref 005.....	109
Figura 89 – Ficha técnica Ref 005.....	108
Figura 90 – Ficha técnica Ref 005.....	107
Figura 91 – Ficha técnica Ref 006.....	108
Figura 92 – Ficha técnica Ref 006.....	109
Figura 93 – Ficha técnica Ref 006.....	110
Figura 94 – Look confeccionado Ref 001.....	111
Figura 95 – Look confeccionado Ref 002.....	112
Figura 96 – Look confeccionado Ref 003.....	113
Figura 97 – Look confeccionado Ref 004.....	114
Figura 98 – Look confeccionado Ref 005.....	115
Figura 99 – Look confeccionado Ref 006.....	116
Figura 100 – Página inicial dossiê eletrônico.....	117
Figura 101 – Catálogo página 1.....	118
Figura 102 – Catálogo página 2.....	119
Figura 103 – Catálogo página 3.....	120
Figura 104 – Catálogo página 4.....	121
Figura 105 – Catálogo página 5.....	122
Figura 106 – Catálogo página 6.....	123
Figura 107 – Catálogo página 7.....	124
Figura 108 – Catálogo página 8.....	125
Figura 109 – Catálogo página 9.....	126
Figura 110 – Catálogo página 10.....	127
Figura 111 – Catálogo página 11.....	128
Figura 112 – Catálogo página 12.....	129
Figura 113 – Catálogo página 13.....	130
Figura 114 – Catálogo página 14.....	131
Figura 115 – Catálogo página 15.....	132
Figura 116 – Catálogo página 16.....	133
Figura 117 – Catálogo página 17.....	134
Figura 118 – Catálogo página 18.....	135
Figura 119 – Catálogo página 19.....	136
Figura 120 – Catálogo página 20.....	137

Figura 121 – Catálogo página 21.....	138
Figura 122 – Catálogo página 22.....	139
Figura 123 – Cabelo para desfile.....	140
Figura 124 – Maquiagem desfile.....	141
Figura 125 – Firestone.....	141
Figura 126 – Pedra de fogo.....	142
Figura 127 – Tabela de medidas Liz.....	150
Figura 128 – Tabela de medidas Loungerie.....	151
Figura 129 – Tabela de medidas Thiago Medina.....	151
Figura 130 – Tabela de medidas Tiumph.....	151
Figura 131 – Adaptação de molde parte frontal.....	153
Figura 132 – Adaptação de molde parte traseira.....	154
Figura 133 – Parte frontal maiô Ref 003.....	155
Figura 134 – Recorte parte frontal maiô Ref 003.....	156
Figura 135 – Parte traseira maiô Ref 003.....	157

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 OBJETIVOS.....	15
1.1.1 Objetivo geral.....	15
1.1.2 Objetivos Específicos.....	15
1.2 JUSTIFICATIVA.....	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 INOVAÇÃO	18
2.1.1 Design e Inovação.....	19
2.1.2 Patentes.....	20
2.2 ERGONOMIA.....	26
2.2.1 Qualidade do Produto	27
2.2.2 Funções do produto	27
2.3 MODELAGEM APLICADA	28
2.4 BIOGRAFIA DO BIQUINI.....	30
2.5 TIPOLOGIA DO CORPO	35
2.5.1 Método para este público.....	37
3 METODOLOGIA.....	40
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	44
4.1 EMPRESA	44
4.1.1 Nome da Empresa.....	44
4.1.2 Marca.....	44
4.1.3 Porte	45
4.1.4 Conceito da Marca.....	45
4.1.5 Segmento	46
4.1.6 Distribuição, sistema e pontos de venda	46
4.1.7 Concorrentes	46
4.1.1 Preços praticados	47
4.1.2 Promoção	47
4.1.3 Planejamento visual.....	47
4.1.4 Identidade de Marca	50
4.2 PÚBLICO ALVO.....	52
4.2.1 Descrição do perfil do consumidor.....	53
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS.....	54
4.3.1 Macrotendências.....	54
4.3.2 Microtendências.....	54
5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	56
5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	56
5.1.1 Necessidades a serem atendidas.....	56

5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO	56
5.2.1 Conceito da Coleção.....	56
5.2.2 Nome da Coleção	57
5.2.3 Referência da Coleção	57
5.2.4 Cores	58
5.2.5 Materiais	59
5.2.6 Formas e Estruturas	59
5.2.7 <i>Mix</i> da Coleção	59
5.3 PAINEL SEMÂNTICO	60
5.4 CARTELAS	61
5.4.1 Cartela de cores.....	61
5.4.2 Cartela de materiais.....	61
5.4.3 Cartela de estampas.....	62
5.5 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS.....	63
5.5.1 Triângulo Invertido	63
5.5.2 Triângulo.....	68
5.5.3 Retângulo	75
5.5.4 Ampulheta.....	79
5.5.5 Oval	84
5.6 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS	88
5.7 FICHAS TÉCNICAS DOS SELECIONADOS.....	94
5.8 LOOKS CONFECCIONADOS (FRENTE COSTAS E PERFIL)	112
5.9 DOSSIÊ ELETRÔNICO	118
5.10 CATÁLOGO IMPRESSO	119
5.11 DESFILE	141
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	144
REFERÊNCIAS.....	145
ANEXO A - Estudo para tabela de medidas.....	150
ANEXO B - Adaptação de modelagem	153

1 INTRODUÇÃO

Segundo Schumpeter (1997), a inovação pode ser compreendida como o desenvolvimento de novos recursos e fatores que não foram testados anteriormente, gerando novas técnicas de produção e comercialização de mercadorias. “Inovação é a exploração com sucesso de novas ideias.” (BALDWIN, 2015).

A inovação permeada pelo design é instrumento essencial que concilia o conhecimento técnico e ideias criativas, gerando produtos de maior valor agregado. Através de novas tecnologias o design pode melhorar a vida das pessoas, tornando-as mais fáceis e confortáveis. (QUEIROZ, ROCHA, 2015, p.7)

O segmento *beachwear* vem sendo desenvolvido de modo padrão para todas as mulheres, sendo diferenciado apenas pelos tamanhos, sem preocupação com o desenvolvimento de um novo modelo que busque um design inovador, porém existem diversos biotipos femininos que não seguem mais este padrão. A mudança do corpo pode ocorrer propositalmente como através de cirurgias plásticas e de musculação ou simplesmente por herança e mistura genética. Sendo assim necessário um estudo aprofundado sobre os tipos de corpos femininos e como eles se comportam para adequar a modelagem e suprir as necessidades estéticas e funcionais deste público.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Adequar peças do segmento *beachwear* aos diferentes biotipos femininos existentes e adaptar a modelagem de acordo com as necessidades estéticas e funcionais, atendendo mulheres que buscam qualidade funcional diferenciada das já impostas pelas tendências atuais.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Estudar e compreender os conceitos e aplicações da inovação;

- Aplicar a ergonomia focada na qualidade funcional, presando o conforto do público em questão;
- Compreender como o corpo se comporta para poder adaptar a modelagem de acordo com as necessidades estéticas e funcionais,
- Pesquisar segmentos de moda praia;
- Analisar e desenvolver uma modelagem adequada para os diferentes tipos de corpos femininos.

1.2 JUSTIFICATIVA

A problemática estudada neste projeto, parte da necessidade em atender um público feminino que busca qualidade e conforto dentro do segmento moda praia, partindo de uma modelagem que se adeque ao seu tipo de corpo.

Bastos (2014) afirma que a grande miscigenação de raças e o vasto território brasileiro implica necessariamente em várias formas corporais para representar a população feminina brasileira. O autor ainda cita o projeto SizeBR, o qual é hoje o principal estudo antropométrico brasileiro desenvolvido com tecnologia 3D de escaneamento corporal e foi aplicado nos principais centros de consumo distribuídos pelas cinco principais regiões do país, Sul, Sudeste, Centro Oeste, Nordeste e Norte. Esses critérios definem como as mais encontradas formas corporais, ampulheta, ampulheta inferior, ampulheta superior, triângulo invertido, triângulo e retângulo.

Dentre o âmbito da moda praia, o biquíni é considerado uma referência no mercado brasileiro e exterior. Porém ainda não se constatou estudos específicos que relacionem o design dos biquínis com os formatos dos corpos das mulheres consumidoras deste produto, ao qual a dificuldade em encontrar uma modelagem que se adeque ao corpo, faz com que a compra não seja satisfatória, o que leva a consumidora a optar pelos produtos que não lhe agradam esteticamente.

Segundo Costa (2011), o crescimento e evolução de mercado é consequência do comportamento dos consumidores que vêm se tornando mais preocupados com a qualidade do produto, podendo ser aplicado no âmbito do conforto e funcionalidade.

Soares (2011) relata que nas primeiras décadas do século XX, novas formas corporais ficaram mais presentes principalmente para as mulheres que passaram de formas arredondadas para silhuetas mais esguias, estas mudanças ocorreram, no Brasil, principalmente devido à expansão da publicidade. O segmento do vestuário gera processos de desenvolvimento de técnicas para os processos de produção como alteração de tecidos e modelagens para se adequar aos diferentes tipos de consumidor, no entanto não se constatou este estudo no segmento moda praia.

As peças deste segmento são geralmente pequenas e deixam a maior parte do corpo a mostra, porém são produtos que exploram apenas os tecidos para melhor conforto fisiológico e não conforto físico. Além disso, são peças que não exploram a modelagem de forma adequada, geralmente o desenvolvimento de moda praia é destinada a mulheres com corpo padrão sem a preocupação com as necessidades e conforto físico dos diferentes biotipos femininos. Este estudo, então, prioriza a adequação deste produto pra atender, principalmente, as dimensões do conforto em momentos de lazer.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 INOVAÇÃO

Uma inovação pode ser compreendida pelo desenvolvimento de novos produtos, novos processos, novos métodos, novas formas de organizar o trabalho, abertura de novos mercados e desenvolvimento de novas fontes, podendo ser também uma forma de servir a novos mercados já estabelecidos e maduros. Este conceito engloba todas as novas ideias que geram resultado econômico no mercado, se distinguindo do conceito de invenção sendo uma ideia que gera um fato técnico e não uma dinâmica econômica. “A inovação é movida pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidade e tirar proveito delas” (TIDD; BESSANT, 2015, p.4).

A gestão da inovação para o desenvolvimento de produtos é um processo que combina arte e ciência, ao qual o sucesso do produto final depende das ideias de um processo criativo antes desenvolvido. A inovação é frequentemente a característica mais importante associada ao sucesso, onde empresas inovadoras normalmente atingem um crescimento maior ou são mais bem sucedidas que aquelas que não inovam, ganhando participações no mercado e lucros crescentes.

O desenvolvimento de produtos pode ser definido como um processo de transformação de informações oportunas de mercado, em técnicas para a fabricação relacionadas ao desenvolvimento, marketing e logística. Como os ciclos de vida dos produtos são cada vez mais reduzidos, o desenvolvimento de novos produtos e os investimentos em pesquisa e desenvolvimento tem-se tornado elementos indispensáveis nas estratégias competitivas.

A inovação pode contribuir de várias maneiras, tendo forte relação entre novos produtos e o desempenho de mercado. Novos produtos ajudam a conquistar mercados e aumentar a lucratividades dentro deles. No caso de produtos já estabelecidos com mercado determinado, o aumento das vendas deve estar relacionado com o design e a qualidade.

2.1.1 Design e Inovação.

O design pode refletir um novo caminho sendo traçado para a inovação, o qual as empresas estão considerando com atenção este processo que parece essencial (MOZOTA, 2003). Os processos de inovação que aderem à perspectiva do design destacam-se do desenvolvimento de novos produtos tradicionais e, conforme designado por Marzano (2007), vão em direção de uma reconsideração geral da atuação das empresas no mercado e na sociedade.

O Conselho Internacional das Sociedades de Design Industrial (ICSID) delimita o design como sendo uma atividade criativa capaz de gerar inovação conectora, sendo importante no processo de inovação, onde as ideias são geradas num alinhamento entre criatividade, técnica, demandas e oportunidades de mercado. (MARTINS, MERINO, 2011, p.12).

Dentre o contexto do design inserido no vestuário, Treptow (2003) atesta que a indústria têxtil e de confecções é baseada, estruturalmente, na criação, produção e venda de produtos, porém Sanches (2008) descreve a cultura da moda sendo substituída pela inovação do design, revelando que a inovação de produto não é mais garantia de aceitação e êxito no mercado, é preciso ir além deste conceito e potencializar seu produto com diferenciais.

Para Costa (2011), os designers buscam recursos técnicos para concretizar suas ideias se preocupando também com novos métodos de qualidade estéticas e funcionais atendendo aos novos processos de inovação tecnológicas exigidos pelo mercado, sendo este uma consequência das atitudes dos consumidores, que cada vez mais buscam por produtos de maior qualidade, durabilidade e estética diferenciada. “Os consumidores cada vez mais informados estimulam as indústrias a desenvolverem produtos adequados às suas necessidades contemporâneas do estilo de vida, trabalho e bem estar” (COSTA, 2011, p.1)

Profissionais que se preocupam em atender novos mercados e transformar o design em um projeto inovador, elaborando produtos diferenciados com características específicas para cada tipo de público através da inovação ou criação, se faz importante o registro destes estudos para maior controle e exploração dos ideais, registrando como propriedade intelectual através de patentes por exemplo.

2.1.2 Patentes

Uma patente, sendo uma concessão pública outorgada pelo Estado, garante ao seu titular exclusividade ao explorar comercialmente a sua criação. Segundo o Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI, a invenção de uma nova tecnologia tanto para produtos quanto para processos, pode-se buscar o direito a uma patente, valendo para melhorias no uso ou fabricação de objetos.

No estudo da evolução de um produto, observa-se que no decorrer do tempo os avanços obtidos resultam do acúmulo de melhorias incrementais, que aos poucos são inseridas mudanças para melhorar a qualidade do produto através de um processo evolutivo, conforme é percebido em diversos estudos sobre desenvolvimentos após a inovação.

Através de pesquisa feita nos acervos de produtos patenteados relacionados à temática do trabalho, constatou-se que são poucos aqueles na área *beachwear* tomando como referência, assim, produtos da linha lingerie que tenham inovado na praticidade e funcionalidade, podendo justificar a importância de um novo produto no mercado *beachwear* que se adeque aos diferentes biótipos femininos. Assim foram feitos levantamentos de seis patentes para identificação da problemática em questão.

Patente US3255754 A, Maiô (Brumberger, 1996)

O objetivo geral do presente invento consiste em proporcionar roupas de banho com enchimento removível para adequação do busto. É bem conhecido que muitas mulheres sofrem devido ao pouco desenvolvimento dos seios, trazendo desconforto, esta invenção consiste em proporcionar um suporte para os seios levantando-os, dando maior volume (figura 1).

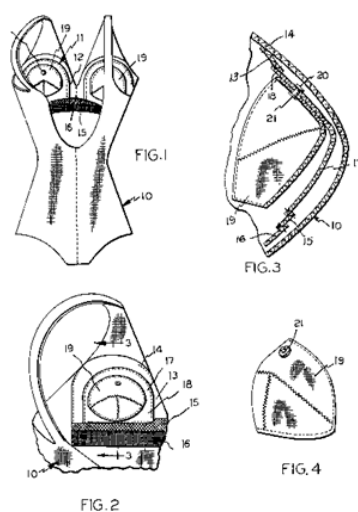


FIG. 2

Figura 1 - Maiô

Fonte: United States Patent (1996)

Patente US5749768 A, Sutiã com taça ajustável (Green, 1998)

Esta invenção refere-se à melhoria dos sutiãs, especificamente a um sutiã com taças ajustáveis para acomodar diferentes tamanhos ou mudança dos seios de uma mulher. A colocação de taças com ajuste em toda sua circunferência, proporciona o aumento ou diminuição do tamanho (figura 2).

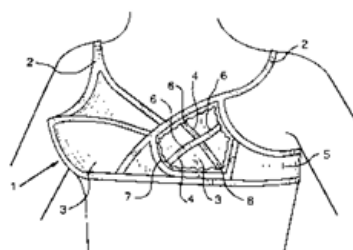


FIG. 1

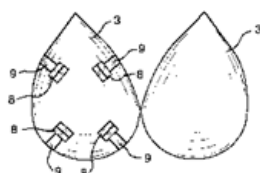


Figura 2 - Sutiã com taça ajustável
 Fonte: United States Patent (1998)

Patente US7118444 B2, Ajuste personalizado sutiã (Newman, 2006)

A presente invenção refere-se a sutiã com ajuste personalizado, que tem porções separáveis, cada porção tendo uma taça construída de modo a acomodar diferentes tamanhos de seios e / ou formas.

Uma das vantagens de um sutiã que tem suas partes separáveis é que cada parte pode ser vendida individualmente e montado de acordo com a necessidade da mulher, a fim de alcançar um bom ajuste. Assim, o ajuste do sutiã não seria comprometido pela diferença de tamanhos dos seios, a mulher ganharia confiança de que seu busto está devidamente apoiado (figura 3).

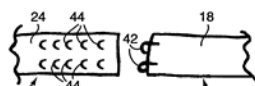
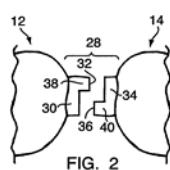
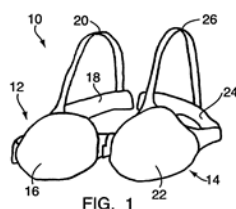


Figura 3 - Ajuste personalizado sutiã
Fonte: United States Patent; Patent n°: US7118444 B2

Patente US 7871305 B2, Push up bra (Cohen, 2011)

O produto compreende diferentes tamanhos de taças do sutiã, oferecendo uma variedade de preenchimento para diferentes tamanhos de seios no mesmo produto. Os vários tamanhos de preenchimento facilita uma melhor adaptação do sutiã para cada tipo de corpo, podendo aumentar ou diminuir a taça (figura 4).

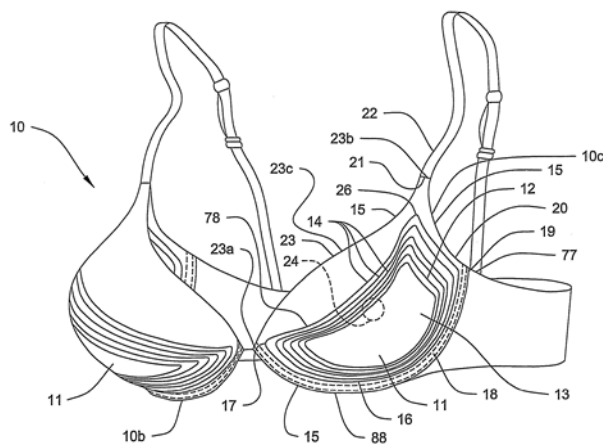


Figura 4 - Push up bra
Fonte: United States Patent (2011)

Patente US 8337275 B2, Sutiã ajustável (Craw, Thekkekara, Baradarian, Davidson, & Malakhov, 2012)

É um sutiã que proporciona fácil ajuste a cada biótipo e tamanho dos seios. A invenção permite ao consumidor criar um ajuste confortável através de uma variedade de fechos frontais e traseiros com costa ajustável que permite a variação do comprimento da parte frontal, lateral e traseira, ou de ajuste do tamanho da taça. Consequentemente, oferece um melhor ajuste para as mulheres que possuem desproporcionalidade entre costas e frente, podendo ser costas maior e taça menor ou costas menor e taça maior (figura 5).

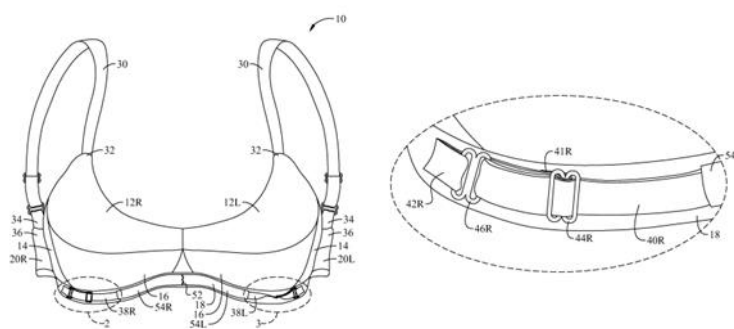


Figura 5 - Sutiã ajustável

Fonte: United States Patent; Patent n°: US8337275 B2 (2012)

Patente US 8631515 B2, Top de biquíni com sistema de ajuste de atrito e bloqueio (Sisseren, Staub, & Cruz, 2014)

Os biquínis são usados para várias práticas esportivas, não só para a natação, mas em *surf*, esqui aquático, voleibol de praia, polo aquático, e *jogging*. Estas peças de vestuário sofrem alto impacto de acordo com os movimentos e sustentam os seios de uma mulher atleta.

Os biquínis clássicos geralmente são compostos em seu design por laços presos ao redor da parte de trás do tronco e pescoço do usuário. Além de desconforto, este modo pode colocar mais pressão sobre a peça de vestuário do que normalmente as alças aguentam, fazendo-as deslizar ou até mesmo romper. Atividades esportivas à base de água também resultam normalmente no afrouxamento das tiras de biquíni, este podendo ficar fora do lugar causando a irritação da atleta e até mesmo constrangimento. Em atividades esportivas, em que não se pode perder tempo, a necessidade de fazer uma pausa para reajustar um *top* de biquíni pode prejudicar a atleta. Como tal, existe uma necessidade de um top de

biquíni que fornece ao usuário uma melhor segurança e conforto ao realizar atividades esportivas.

A presente invenção proporciona um *top* nadador com sistema de ajuste de atrito com cabo de bloqueio. O biquíni pode ter um par de fivelas que bloqueiam as tiras do pescoço por atrito, sem uso de nós. As fivelas de ajuste podem ser compostas de silicone com dois ou mais orifícios através dos quais as tiras são passadas. Um reforço padrão de atrito pode ser aproximado para os buracos ajustando das fivelas, dando assim maior segurança e suporte a parte superior do biquíni (figura 6).

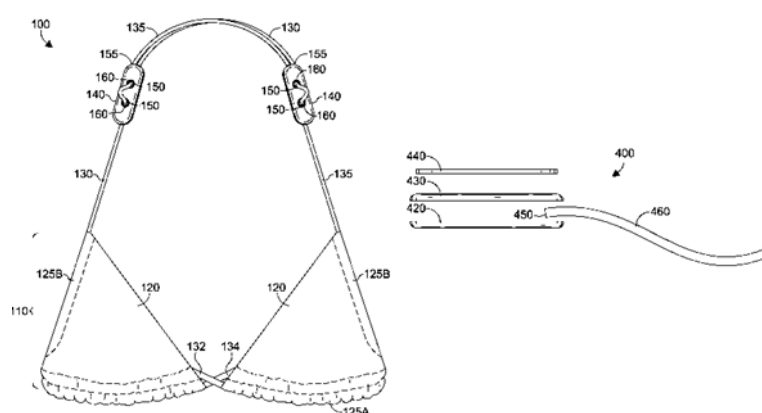


Figura 6 - Top de biquíni com sistema de ajuste
Fonte: United States Patent (2014)

Dentre os produtos apresentados uma característica observada foi a preocupação com a qualidade do produto, produzindo um design que aplica ergonomia estética e funcional presando o conforto do seu público.

Foram encontradas patentes significativas de peças superiores da moda íntima, porém a inferior também é muito explorada devido à utilidade diária e a busca dos consumidores por produtos mais confortáveis e benéficos para seu corpo. Marcas como Triumph, Liz e 2Rios demonstram estes quesitos em suas peças, segue demonstração:

- A Calcinha modelo cós alto da marca 2Rios produzida em corte eletrônico, reto e sem costura, fica invisível sob a roupa. Aderência perfeita sob no corpo, indicada para todos os tipos de quadril (Figura 7).



Figura 7 - Calcinha sem costura cós alto invisível
Fonte: 2Rios (2016)

- Calcinha que possui espuma para aumentar o volume do bumbum, proporcionando efeito UP. Parte da cintura mais alta para comprimir e esconder as gorduras indesejadas, produto da marca 2Rios (Figura 8).



Figura 8 – Calcinha com enchimento
Fonte: Juliana Fonseca (2014)

- Calcinha Firmadora Estética Liz. Confeccionada em microfibra extra leve, tecido de toque leve e de ótimo caimento. Calcinha firmadora ideal para disfarçar celulite. Parte frontal com reforço em tecido duplo, ideal para sustentar a barriga. Não marca sob a roupa (Figura 9).



Figura 9 – Calcinha Firmadora Liz
Fonte: Liz (2016)

2.2 ERGONOMIA

A Associação Internacional de Ergonomia IEA (2000) apresentada pela Associação Brasileira de Ergonomia ABERGO (2007), adotou a definição de ergonomia como:

disciplina científica relacionada ao entendimento das interações entre os seres humanos e outros elementos ou sistemas, e à aplicação de teorias, princípios, dados e métodos a projetos a fim de otimizar o bem estar humano e o desempenho global do sistema. Os ergonomistas contribuem para o planejamento, projeto e a avaliação de tarefas, postos de trabalho, produtos, ambientes e sistemas de modo a torná-los compatíveis com as necessidades, habilidades e limitações das pessoas. (ABERGO, 2007)

Moraes (2000) descreve os domínios da especialização da ergonomia sendo física, relacionada às características da anatomia humana, como postura, manuseio de materiais, movimentos repetitivos, segurança e saúde; cognitiva, referindo-se aos processos mentais como percepção, memória e raciocínio; organizacional como sendo otimização dos sistemas sociotécnicos, estruturas organizacionais, políticas e processos, sendo relevante as formas de comunicação.

Montmollin apud Moraes (2000) relaciona os conceitos ergonômicos com o ser humano devido características antropométricas (alturas, comprimentos e larguras de diferentes aspectos corporais), ligadas ao esforço muscular, à influência do ambiente físico (calor, frio poeira, agentes tóxicos, ruídos e vibrações), e características psicofisiológicas (desempenho visual e auditivo)

Segundo Falzon (2007) a especificidade da ergonomia reside entre dois objetivos. Um objetivo centrado nas organizações e no seu desempenho, seguindo aspectos como: eficiência, produtividade, confiabilidade e durabilidade; se contrapondo ao outro objetivo centrado nas pessoas, dentre dimensões como: segurança, conforto, facilidade de uso, satisfação, interesse e prazer. Neste projeto busca-se desenvolver os dois objetivos da ergonomia, com foco na qualidade do produto, conforto e satisfação do consumidor.

2.2.1 Qualidade do Produto

Como conceitua Costa (2011), no âmbito da moda os designers buscam materializar suas criatividades estudando novas estéticas e funcionalidades para conseguir atender a demanda de consumo que exige inovação tecnológica. O crescimento do mercado é consequência da atitude dos consumidores, que vêm se tornando mais exigentes ao decorrer do tempo, pela busca por produtos de maior qualidade e conforto. O setor do vestuário foi, também, influenciado pelas últimas tendências evidenciadas que fazem uma ligação estreita entre estética e a função, sendo necessário o desenvolvimento tecnológico que levaram a uma sofisticação dos tecidos, trazendo funcionalidade e conforto como requisitos atuais.

Como discute Toledo (1994), a qualidade de um produto é caracterizada pela determinação da sua natureza, pelo aumento no desempenho de características que supram o seu valor para o usuário. Pode-se observar que a evolução de um produto ao longo do tempo faz com que os avanços obtidos resultem do acúmulo de muitas melhorias incrementais, sendo introduzidas mudanças melhorando a qualidade total através de um processo evolutivo, inferindo a diversos estudos sobre desenvolvimentos pós-inovação, podendo assim a qualidade total do produto representar o grau de satisfação do consumidor.

Neste projeto, o âmbito da qualidade será explorado na aplicação do segmento *beachwear* a fim de suprir necessidades de mulheres que não se adequam aos produtos já existentes, fazendo uma análise aos diferentes tipos corpóreos e inovando nos processos de produção deste segmento.

2.2.2 Funções do produto

A função é o valor próprio de um produto, criado através dos processos produtivos para suprir as necessidades de consumo. São definidas por Lobäch (2000, p.54) como: “[...] os aspectos da relação do usuário com os produtos industriais, os quais se tornam perceptíveis no processo de uso e possibilitam a satisfação de certas necessidades”.

Para Gomes Filho (2003, p.56) a função do produto é “manter uma efetiva relação de utilização no aspecto físico e/ou sensorial”, podendo assim ser

consideradas como meio de realizações das funções através do homem, usufruindo dos benefícios práticos e operacionais que proporcionam conforto e satisfação.

Lobäch (2000, p.54) classifica as funções de um produto como: “funções práticas, simbólicas e estéticas”, onde cada uma delas agrega diferentes aspectos ao produto. Desta forma, a função prática está associada à repercussão de natureza fisiológica, a estética se relaciona com a percepção e a função simbólica envolve aspectos culturais, abrangendo valores e símbolos transmitidos socialmente.

Relacionando os aspectos das funções do produto, através da classificação do autor, com o vestuário, percebe-se que a função prática pode ser obtida através do caimento das peças nas dimensões do corpo, no alinhamento das formas estruturais da roupa e na comodidade e bem estar proporcionada através de estudos voltados à modelagem e ergonomia. As funções práticas podem ser atingidas por meio das ferramentas da ergonomia aplicadas na etapa de modelagem das peças de roupas, matéria prima e acabamento. Segundo Silveira (2008, p.24) para se aplicar os aspectos ergonômicos, é necessário conhecer o corpo do público consumidor, intentando-se à sua forma física, ações e movimentos.

Cada tipo de produto ressalta algumas funções mais do que outras, neste projeto as características físicas pessoais, no que se diz respeito ao formato do corpo, de modo que a funcionalidade e a usabilidade do produto relacionado ao conforto do corpo e ao bem estar do público em questão, serão o foco para inovar no segmento *beachwear*, tomando-se como princípio os métodos da modelagem aplicada para melhor adaptação do produto.

2.3 MODELAGEM APLICADA

Souza (2007) explica que a Indústria de Confecção do vestuário busca atender uma necessidade básica do ser humano, o vestir. Inserida na cadeia têxtil, as etapas industriais vão desde o beneficiamento das fibras até a produção de peças prontas para o uso, sendo a confecção a última atividade industrial antes da comercialização, capaz de ir além da necessidade básica sendo uma criadora de moda que busca atender os desejos, anseios e necessidades dos consumidores.

A tendência atual dentro das empresas é utilizar o *design* para produzir o “produto certo, pelo preço certo, para o mercado certo, na altura exata” (ARAÚJO,

1996), definindo ainda o *design* como função de desenvolver a inspiração, a percepção e interpretação em termos de produtos que possam ser produzidos e comercializados de acordo com seu consumidor. O seu uso eficaz pode reduzir o tempo de desenvolvimento de um produto e servir como fonte de novas ideias. Souza (2007) afirma que os benefícios advindos com o uso do design incluem uma maior satisfação dos clientes e a efetiva identificação e consolidação de uma marca.

Para Souza (2007) o *design* é um método de solucionar problemas. Dentro da indústria da confecção os conceitos do design são utilizados em todos os setores a fim de idealizar novos produtos, vinculados ao processo criativo, métodos e técnicas de desenvolvimento. Um setor de grande importância para o desenvolvimento do produto é o setor de modelagem, responsável pela elaboração do *design* dos moldes para o corte e fabricação das peças.

Em se tratando de modelagem, muitas vezes a aparência de uma roupa é um meio de conquistar o consumidor, mas um produto bem projetado ultrapassa o limite do desejo e atende também necessidades de conforto, durabilidade e funcionalidade. A modelagem no *design* do vestuário é o meio de materializar e tornar tridimensional uma criação idealizada, adaptando-se ao corpo que o veste.

Souza (2007) ressalta que a modelagem tem como objetivo, adaptar a coleção à produção, através do desenvolvimento dos moldes, baseando-se no design do modelo, sendo imprescindível uma tabela de medidas para a produção das peças baseada nos estudos do público em questão, pois o consumidor deve confiar que a modelagem lhe cairá bem.

Os tipos e técnicas de modelagem variam de acordo com os métodos de produção da empresa ou profissional da área. Araújo (1996) destaca dois tipos: modelagem sob medida ou personalizada, onde se modelam as peças nas medidas do cliente; a modelagem é direcionada para uma pessoa e muito utilizada em ateliês; modelagem industrial, sendo a confecção de moldes escalonados em tamanhos variados para a produção em série que serão utilizados na indústria de confecções. Trabalha-se com padrões determinados, sendo necessário, portanto, utilizar-se de tabelas de medidas que se assemelham ao corpo do consumidor, dentro de uma numeração pré-escolhida. As três técnicas mais utilizadas e estudadas pelos modelistas são:

- Modelagem Plana Manual – Traçada no papel de forma bidimensional, com auxílio de materiais e instrumentos de modelar, construindo diagramas

formados por um ângulo de 90°, garantindo o equilíbrio da peça e por linhas retas e curvas, que vão tomando formas, obedecendo à tabela de medidas.

- Modelagem Tridimensional - ou “moulage”, palavra francesa que significa “forma”, que segundo Crauford (1996) trata-se do método de modelar o tecido, tendo como base um manequim ou modelo vivo, permitindo a construção dos moldes em três dimensões, altura, largura e profundidade, com alto grau de qualidade e melhor visualização da peça.

- Modelagem plana Informatizada - Araújo (1996) considera os sistemas computadorizados ferramentas sofisticadas de elevado valor para o modelista. O computador possibilita desenhar, modelar, graduar, encaixar e riscar, rapidamente e com precisão, aumentando significativamente a produtividade.

O consumidor atual tornou-se muito exigente com a qualidade. Isso implica no compromisso do profissional em desenvolver suas atividades com a qualidade esperada por seu cliente, pois este é um setor de grande importância e que influi diretamente nos resultados finais de um produto. A modelagem deve oferecer conforto fisiológico e de acordo com Grave (2004, p.43) “dentro da visão ergonômica, a modelagem deve atender particularidades que desempenham melhorias à qualidade de vida do indivíduo, junto à aplicações gerais”.

Utilizando-se assim dos métodos da modelagem para garantir melhor qualidade de um produto, cabe ao *designer* a percepção de problemas e variáveis de soluções para adequação do produto ao seu consumidor, onde o segmento moda praia é o foco deste projeto.

2.4 BIOGRAFIA DO BIQUINI

Cole (2011) relata em sua obra que durante a Segunda Guerra Mundial, o corpo nu tornou-se uma imagem central devido à devastação da guerra, porém outra imagem cultural que surgiu nos anos 40, mas que ganhou destaque quase uma década mais tarde, foi o chamado biquíni. Quatro dias depois de o primeiro teste nuclear norte-americano - Atol de Bikini, Louis Reard, um designer francês, revelou o seu recém-batizado traje de banho de duas peças em uma associação de Paris em julho de 1946. Ele chamou-o de "biquíni", relacionando com os nomes das manchetes de jornal sobre os testes dos americanos e assim foi considerada a

invenção mais marcante do século 20 e se tornou um símbolo de feminilidade, sensualidade e liberdade feminina.

De acordo com jornais locais que publicaram matérias sobre a nova invenção, o biquíni não emplacou logo de cara, devido a padrões da época que o consideravam um verdadeiro escândalo. O primeiro modelo (Figura7), todo em algodão com estamparia imitando a página de um jornal, foi divulgado pela única modelo que aceitou fazer um editorial: Micheline Bernardini. Na década de 50, as atrizes de cinema foram as maiores divulgadoras do biquíni.



**Figura 10 - Micheline Bernardini usando o primeiro biquíni, em 1946.
Fonte: Getty Images (2015)**

Na década de 1950, os modelos de roupa de banho ficaram mais cavados, mas nada perto do biquíni francês. Somente após o uso do modelo pelas atrizes de Hollywood, como Jane Mansfield, é que ele começa a ser aceito pela sociedade. (Figura 8)

No Brasil, o biquíni foi usado pela primeira vez pela alemã Miriam Etz, no Rio de Janeiro, depois celebridades como Carmem Verônica e Norma Tamar começam a reunir multidões nas areias da praia de Copacabana, no Rio de Janeiro fazendo a propaganda dos biquínis. Mais tarde, na década de 50, foi apoiado pela maioria decidida a aderir à sensualidade do mais brasileiro dos trajes. (BRAGA, 2013)



Figura 11 - Biquíni década de 1950
Fonte: Getty Images (2015)

O Brasil destaca muito no setor de moda praia devido ao avanço da tecnologia utilizada nos produtos. O biquíni brasileiro é reconhecido internacionalmente por seu estilo ousado, por sua qualidade e pela criatividade dos modelos, que o diferencia dos fabricados em outros países. Porém devido à facilidade em fabricar peças que se adequem a vários tipos de mulheres, este segmento não se preocupa com a qualidade ergonômica do produto, tendo-se assim sempre um mesmo padrão de modelagem e tecidos para atender a um maior número de público, sem muitas alterações desde a invenção deste. Segue algumas figuras de biquínis em diferentes décadas:

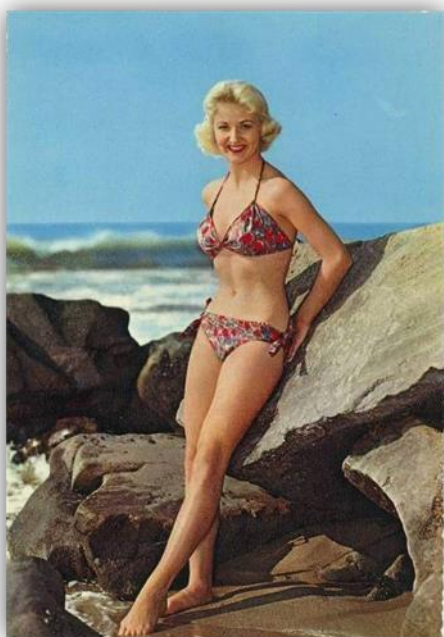


Figura 12 - Biquíni década de 1960
Fonte: Flávia Késia (2013)



Figura 13 - Biquíni década de 1970
Fonte: Melyssi Peres (2014)



Figura 14 - Biquíni década de 1980
Fonte: Melyssi Peres (2014)

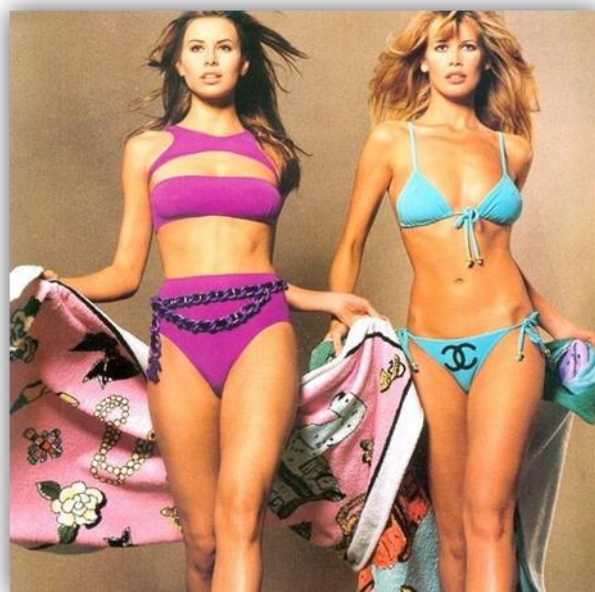


Figura 15 - Coleção Chanel 1990
Fonte: Melyssi Peres (2014)



Figura 16 – Coleção Água de coco 2000
Fonte: Melyssi Peres (2014)



Figura 17 – Coleção 2016 Amir Slama
Fonte: FFW (2016)
Foto: Luciana Prezia/Gustavo Scatena

2.5 TIPOLOGIA DO CORPO

Medeiros (2012) em um estudo aprofundado sobre o comportamento do corpo humano através da psicologia ressalta que os comportamentos guardam relação com os estímulos físicos e são completamente diferentes de acordo com o modo de enxergar o ambiente e sua realidade, trazendo assim o conceito de personalidade que pode ser definida como um conjunto de traços e características singulares que distinguem uma pessoa das demais, abrangendo a constituição física que pode ser herdada através da hereditariedade.

Dentre as diversas teorias sobre classificação tipológica do corpo humano e sua relação com a psicologia, William Sheldon (1940) desenvolveu uma teoria morfológico-psicológico dentre a qual destaca a existência de três tipos básicos do corpo ou, como ele nomeia *somatotipos*, que caracteriza o corpo de acordo com base nas três camadas germinativas de desenvolvimento embrionário (endoderme, mesoderme e ectoderme), cada uma associada a características de personalidade, o que representa uma correlação entre o físico e o seu temperamento. Os "Somatotipos" de Sheldon e seus traços físicos e psicológicos podem ser caracterizados da seguinte forma:

- Ectomorfo: de proporções longilíneas, são indivíduos de pernas compridas sem predisposição para o desenvolvimento muscular nem para o armazenamento de gordura. Normalmente são indivíduos com ombros estreitos e baixa massa óssea. Seus traços de personalidade estão associados à autoconsciência; a privacidade; introversão; inibição; ansiedade; criatividade; mentalmente intensivo e emocionalmente contido.
- Mesomorfo: possuem ombros e peito largos e metabolismo rápido. Os mesomorfos têm um físico atlético e tendência inata para praticar esportes. Desenvolve a silhueta "V" no homem "ampulheta" nas mulheres. Seus traços de personalidade estão associados a vontade de se aventurar; ao desejo de poder e dominação; à coragem; ao gosto pela atividade física e à competitividade.
- Endomorfo: este somatotipo é um dos mais comuns. Este tipo de indivíduo tem propensão à acumulação rápida de gordura devido ao seu metabolismo lento. Seus traços de personalidade são associados a tolerância; sociável; bem humorados; descontraídos e com necessidade de afeto.

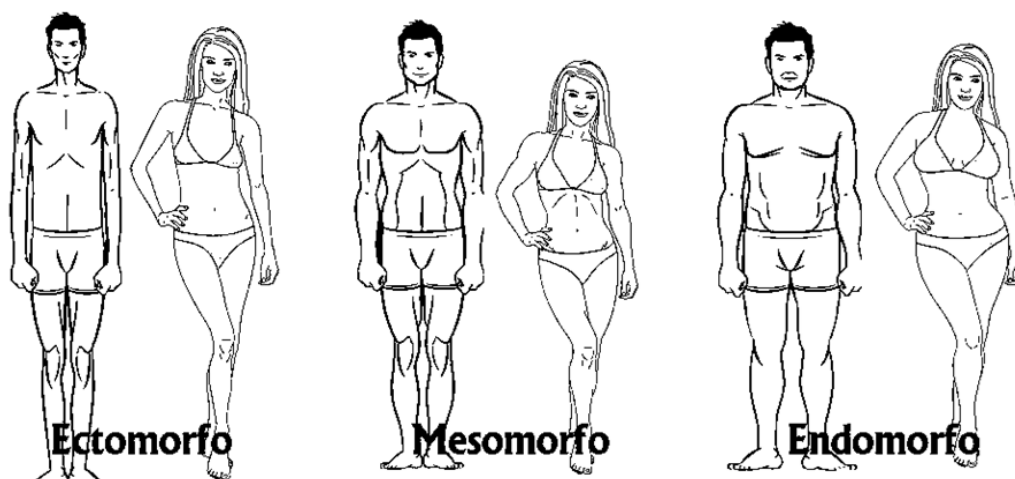


Figura 18 – Somatotipos
 Fonte: Joseph Albadalejo (2015)

Oliveira (2014) justifica que dentre as tipologias femininas existem múltiplos biótipos que se caracterizam de diferentes formas, podendo ser fisiologias hereditárias ou por intervenção, através de cirurgias plásticas e execução de exercícios.

No Brasil, foram estudados e encontrados cinco biótipos diferentes: oval, triângulo e triângulo invertido, ampulheta e retângulo.

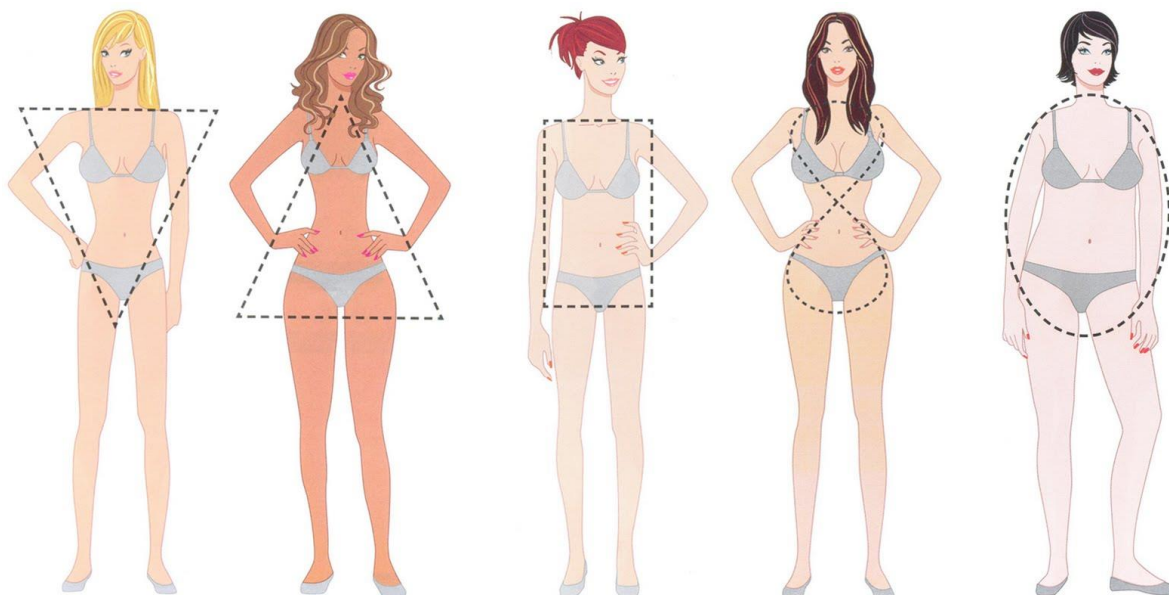


Figura 19 – Biotipos femininos
 Fonte: Ju Lopes (2013)

- **Triângulo invertido:** A circunferência dos ombros é maior em relação a dos quadris tendo a cintura pouco aparente, porém este tipo de mulher possui pernas bonitas e torneadas. O destaque deste biotipo está no tronco, portanto é um corpo que tende a ter e braços maiores. Equilibrar as medidas disfarçando o

excesso na parte de cima da silhueta utilizando o design incluso na moda destaca este tipo corporal.

- Triângulo: Neste biótipo, a medida dos quadris é maior em relação à dos ombros, a cintura é mais definida e o volume se concentra na parte de baixo do corpo. Para valorizar este tipo de corpo, evidenciar a parte de cima da silhueta com peças em tons mais claros ou com detalhes capazes de equilibrar os volumes e a parte debaixo com roupas em tons escuros, ressalta este tipo de corpo.

- Retângulo: Este biótipo possui a cintura, os quadris e os ombros com medidas aproximadas. É um corpo com menos curvas, considerando que a cintura é a parte mais larga do corpo. Criar ilusão de cintura, com o uso da modelagem e dos conceitos de moda, valoriza este tipo corpóreo.

- Ampulheta: A circunferência da cintura deste biótipo é mais fina em relação à medida dos ombros e quadris. Este tipo corpóreo é considerado o ideal dentro a cultura brasileira, pois é o mais desejado dentre as mulheres desta época presente, porque é muito feminino e proporcional devido aos ombros e quadris serem da mesma largura e a cintura ser visivelmente mais estreita. Este corpo deve ser valorizado a partir de métodos para evidenciar a cintura e modelagens que marquem suas curvas.

- Oval: Neste biótipo, a parte do corpo de maior circunferência é o abdômen em detrimento dos seios e quadris. Para valorizar este tipo de corpo as peças devem ser estruturadas (com barbatanas, por exemplo) e tecidos encorpados, as modelagens acinturadas são perfeitas para criar a ilusão de uma falsa cintura.

2.5.1 Método para este público

Através de pesquisas sobre o público e sobre o segmento em questão, constatou-se que ainda não há produtos patenteados *beachwear* específicos para os diferentes tipos corpóreos presando o conforto fisiológico do consumidor. Porém um método interessante que se pode tomar como referência parte do princípio de algumas marcas de moda íntima como *Triumph* e *Liz*.

A *Triumph* está no mercado há mais de 100 anos com conceitos de criatividade, inovação e dedicação; a marca definiu os padrões da indústria no que diz respeito a caimento perfeito, fruto de um conhecimento profundo do corpo

feminino. A marca apresenta inovações históricas e novos conceitos como um desempenho de modelagem altamente eficaz a um apelo *fashion* com tecnologia de ponta, criando um novo nicho por si só.

Triumph Essence – The Luxury Collection, lançada em 2011, representa uma nova definição de design inovador, material de luxo e ajuste perfeito.



Figura 20 - *The Luxury Collection*
Fonte: lebloglingerie (2011)

A Liz está no mercado desde 1999, fazendo suas criações e desenvolvimento das lingerie através da observação das necessidades e desejos das mulheres e seus estilos de vida, onde seus produtos apresentam diferenciais de tecnologia e modelagem que asseguram funcionalidade, conforto e caimento perfeito.

Designer dos produtos Liz (2012) descrevem a trajetória das inovações da marca que estão descritas dentro do desenvolvimento do produto como a produção de lingerie de microfibra de algodão em 1999, desenvolvimento de supermicrofibra para um tecido respirável, microfibra anti-odor e antibactericida e lingerie funcional, com modelagem exclusiva. Em 2008 a Marca lança sua coleção *New Chic*: conforto aliado a sedução.



Figura 21 – Coleção New Chic Liz
Fonte: Liz (2011)

Tomando como referência estas marcas de sucesso no mercado, este projeto traz conceitos já impostos na moda íntima para o segmento *beachwear*, fazendo das peças confortáveis com atribuição da função estética.

3 METODOLOGIA

Para Gil (2008, p.26) a pesquisa é um “processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos.” Portanto é um conjunto de ações propostas para solucionar um problema.

O estudo da metodologia consiste em compreender e avaliar os métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica, descrevendo métodos e técnicas que possibilitam a coleta e processamento das informações, visando à resolução do problema obtido. A metodologia é a aplicação de técnicas com o propósito de comprovar sua utilidade nos âmbitos da sociedade. (PRODANOV; DE FREITAS, 2013).

Conforme Demo (2000), os principais critérios metodológicos estão relacionados com a delimitação e descrição objetiva da realidade empiricamente observada, isto é, daquilo que se pretende estudar ou verificar por meio de métodos empíricos, que são guiados pela evidência em pesquisa científica. E a objetivação como sendo a tentativa de conhecer tal realidade, evitando ideologias, valores ou preconceitos.

[...] refere-se ao esforço de tratar a realidade assim como ela é, não se trata de ‘objetividade’, porque é impossível, mas do compromisso metodológico de dar conta da realidade da maneira mais próxima possível, o que tem instigado o conhecimento a ser ‘experimental’, dentro da lógica do experimento (DEMO, 2000, p.28).

Para compreender os objetivos deste trabalho, que busca adaptar os modelos existentes de produtos do segmento *beachwear* para os diferentes tipos de corpos femininos, o método de pesquisa utilizado neste projeto se baseia na pesquisa de caráter explicativo, procurando compreender o comportamento desses corpos dentre os produtos já existentes para fazer as alterações necessárias. Este método assume formas de pesquisa experimental, registrando, analisando, classificando e interpretando os assuntos já estudados como a qualidade do produto, a inovação no âmbito do design, a pesquisa dentre produtos já patenteados, a história do biquíni e a tipologia do corpo. Andrade (2002) ressalta que:

a pesquisa explicativa é um tipo de pesquisa mais complexa, pois, além de registrar, analisar, classificar e interpretar os fenômenos estudados procura identificar seus fatores determinantes. A pesquisa explicativa tem por objetivo aprofundar o conhecimento da realidade. (ANDRADE, 2002, p.20).

Quanto aos procedimentos, serão utilizados os de caráter bibliográfico e experimental. A pesquisa bibliográfica é constituída a partir de materiais já publicados, com o objetivo de se ter contato com todo o material já escrito sobre o assunto pesquisado, “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida através de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos já científicos.” (Gil, 1996,p. 48).

O estudo será feito através da pesquisa experimental, Prodanov; De Freitas, (2013) ressalta que este método procura refazer as condições do fato a ser estudado, para observá-lo sob controle, é frequente nas pesquisas tecnológicas, tendo como objetivo demonstrar como e por que determinado fato é produzido. Esta pesquisa caracteriza-se por manipular as variáveis relacionadas ao objeto de estudo, proporcionando relação entre causas e efeitos de determinado fenômeno.

Os métodos para a coleta dos dados serão feitos através da experimentação de técnicas de modelagem, demonstradas através de fotografia e descrição da pesquisadora, possibilitando a manipulação das variáveis através das tentativas de erro. Através das técnicas da modelagem bidimensional serão feitas tentativas para adaptação dos modelos de acordo com novo método de produção e montagem das peças (registro em anexo).

De acordo com estudos feitos dentre o seguimento lingerie, a marca Liz (citada anteriormente) divulgou uma pesquisa dizendo que até 80% das mulheres usavam o sutiã errado devido à falta de estudos de medidas adequadas. A partir desta pesquisa esta marca introduziu um método diferenciado no Brasil para que suas clientes descobrissem o tamanho ideal do seu sutiã, sendo ele:

PRIMEIRO PASSO:
Identificar o tamanho das costas

38 40 42 44 46 48 50

SEGUNDO PASSO:
Identificar o tamanho dos seios

Seios MENORES que as costas	A
Seios PROPORCIONAIS às costas	B
Seios 1 tamanho MAIOR que as costas	C
Seios 2 tamanhos MAIORES que as costas	D
Seios 3 tamanhos MAIORES que as costas	DD
Seios 4 tamanhos MAIORES que as costas	F
Seios 5 tamanhos MAIORES que as costas	G

TERCEIRO PASSO: COMBINAR

Tamanho COSTAS (número) + Tamanho SEIOS (letra) = Tamanho LIZ

Tabela 1 – Estudo de medidas Liz
Fonte: Liz (2007)

Para averiguação das pesquisas será criada uma nova tabela de medidas (estudo em anexo) de acordo as circunferências necessárias para confecção dos produtos, tomando como referência o método criado para lingerie e assim será feita a experimentação destes por 14 mulheres para avaliação de acordo com a AFNOR BP X 10-104,

[...] esta prática descreve a implementação de testes de percepção em situação de uso. Esses testes envolvem a utilização de situações reais ou simuladas, abrangem a percepção multisensorial ou senso de direção, avaliação global ou analítica, a observação de gestos, posturas e comportamentos na interação com o objeto. Este referencial de aplica-se a todos os produtos, a partir de matérias-primas para os produtos acabados. (AFNOR BP X 10-104, p.5, 2007).

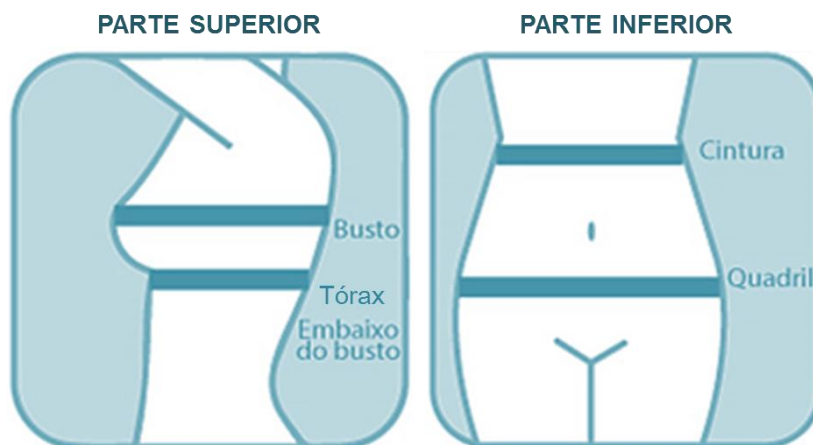


Tabela 2 – Medidas necessárias para tabela de medidas
Fonte: Autora (2016)

Número	Tórax (cm)		Taça (cm) – circunferência do busto											
	de	a	A		B		C		D		E		F	
			de	a	de	a	de	a	de	a	de	a	de	a
36	58	62	53	57	58	62	63	67	68	72	73	77	78	82
38	63	67	58	62	63	67	68	72	73	77	78	82	83	87
40	68	72	63	67	68	72	73	77	78	82	83	87	88	92
42	73	77	68	72	73	77	78	82	83	87	88	92	93	97
44	78	82	73	77	78	82	83	87	88	92	93	97	98	102
46	83	87	78	82	83	87	88	92	93	97	98	102	103	107
48	88	92	83	87	88	92	93	97	98	102	103	107	108	112
50	93	97	88	92	93	97	98	102	103	107	108	112	113	117
52	98	102	93	97	98	102	103	107	108	112	113	117	118	122

Tabela 3 – Tabela de medidas parte superior
Fonte: Autora (2016)

Tamanho	Cintura (cm)	Quadril (cm)
PP (36)	60-62	82-84
P (38 -40)	64-68	88-92
M (42-44)	72-76	96-100
G (46-48)	80-86	104-110
GG (50-52)	92-98	116-122

Tabela 4 – Tabela de medidas parte inferior
Fonte: Autora (2016)

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

Com o objetivo de materializar os estudos feitos no decorrer do trabalho, este capítulo aborda conceitos sobre a empresa, como nome, porte, marca, sistema de vendas e outras características desenvolvidas para realizar a organização dos atributos deste projeto.

4.1.1 Nome da Empresa

Estela M. Martins Confecções Ltda.

4.1.2 Marca



Figura 22 – logomarca
Fonte: Autora (2016)

A marca Retrato foi desenvolvida com o intuito de criar produtos do segmento *beachwear* que possam atender o mais variado público feminino, com produtos que se adequem a cada tipo de corpo, fazendo com que cada mulher se sinta especial do jeito que é. Através dos métodos de modelagem, as coleções serão únicas com estampas e materiais diferenciados trazendo excentricidade a cada peça. A marca tem o intuito de fazer coleções e trabalhar sob medida, com atendimento diferenciado para toda mulher que queria se sentir única e confortável em seus momentos de lazer.

Os produtos da marca são diferenciados, pois as modelagens são adequadas para os diferentes tipos corpóreos, valorizando a beleza feminina. Estampas, texturas e materiais distintos fazem de cada produto inovador e excêntrico. Pensando sempre em qualidade e conforto, a marca utiliza tecidos e aviamentos específicos como Lycra Praia, forro de poliamida, linhas e agulhas específicas sendo cautelosos para que o produto tenha maior durabilidade.

4.1.3 Porte

A empresa é classificada como empresa de pequeno porte. De acordo com a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (2006), se a receita bruta anual for até R\$ 3.600.000,00, a sociedade será enquadrada como empresa de pequeno porte. Estes valores referem-se a receitas obtidas no mercado nacional, não perdendo o seu enquadramento se obter adicionais de receitas de exportação, até o limite de R\$ 3.600.000,00.

4.1.4 Conceito da Marca

O nome retrato transmite o conceito da imagem pelos olhos de quem a vê, assim como cada mulher que se aceita do jeito que é, autoconfiante e decidida que preza por seu conforto e pela valorização do seu corpo. A marca cuida criteriosamente da elaboração de suas peças, reconhecendo um produto de moda como exaltador da autoestima, buscando inovar nos métodos de produção do produto *beachwear*, presando pelo conforto e estética através de materiais diferenciados.

A retrato quer que a mulher se sinta importante e valorizada, tendo produtos que se adequem a ela, pois nenhuma mulher precisa seguir padrões de beleza para ser linda, ela só precisa de amor próprio, auto confiança, personalidade e produtos que exaltem suas qualidades, fazendo-a se sentir completa.

4.1.5 Segmento

Beachwear

4.1.6 Distribuição, sistema e pontos de venda

A venda dos produtos será através de lojas físicas em grandes centros, sendo a primeira situada na cidade de São Paulo, capital, no shopping Morumbi, onde endereço corresponde à Avenida. Roque Petroni Júnior, 1089 - Jardim das Acacias e futuramente na cidade do Rio de Janeiro e Florianópolis, podendo assim atingir o mais diferenciado público feminino.

A marca também conta com a venda através da internet, no site da marca.

4.1.7 Concorrentes

Até o momento, não se constatou correntes diretos, que trabalhem com a adequação da modelagem deste segmento para os diferentes tipos de corpos, fazendo com que a marca tenha apenas concorrentes indiretos, sendo os principais: água de côco, companhia marítima e onda de mar devido à utilizarem o conceito do conforto e exclusividade.



Figura 23 – Produtos desenvolvidos pela água de côco – Verão 2016
Fonte: Blog Por mim Mesma (2015)

4.1.1 Preços praticados

Os preços praticados serão entre R\$ 60,00 e R\$400,00 cada peça, devido ao uso de materiais diferenciados com enfoque na qualidade do produto.

4.1.2 Promoção

A divulgação da marca será feita através das redes sociais como *Facebook* e *Instagram*, podendo assim ter melhor contato com o público. Dentre estas ferramentas estarão disponíveis informações como endereço de lojas físicas, site da marca, telefone para contato e um espaço para comunicação entre marca e consumidor para possíveis dúvidas. Estas mídias divulgarão as novas coleções, produtos e consumidores usando os produtos da marca.

As promoções serão feitas através das lojas físicas divulgadas pelas redes sociais e também em eventos para lançamento de coleção.

4.1.3 Planejamento visual

O layout da loja traz o conceito da tranquilidade praiana com estruturas e formas da cidade. A proposta é criar um ambiente em que o público se identifique, relacionando sua vida agida com seus momentos de lazer. A decoração traz consigo as cores da marca e móveis que lembrem hotéis e resorts. As lojas terão provadores grandes para que possam ser tiradas medidas para melhor escolha dos produtos e atendimento especial com culinária típica praiana.

Um diferencial das lojas é o espaço central com iluminação para realização de desfiles em lançamento de coleções.

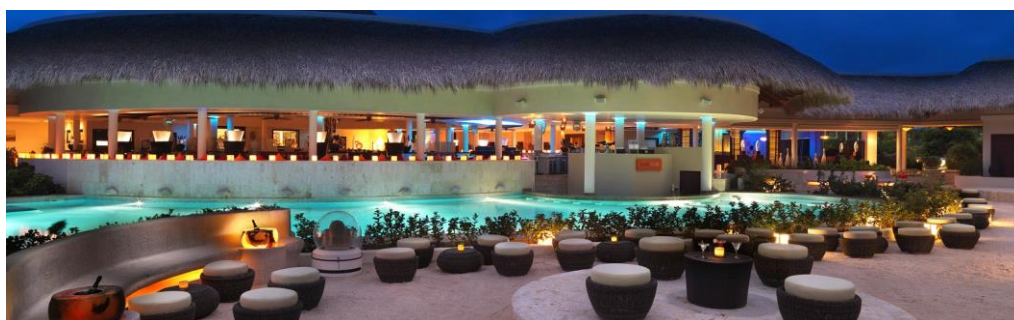


Figura 24 – Referência para decoração das lojas
Fonte: The Reserve Punta Cana (2016)



Figura 25 – Projeto loja Shopping (frente)
Fonte: Autora (2016)



Figura 26 – Projeto loja Shopping (frente com movimentação)
Fonte: Autora (2016)



Figura 27 – Projeto loja Shopping (interior)
Fonte: Autora (2016)



Figura 28 – Projeto loja Shopping (corredor interior)
Fonte: Autora (2016)

4.1.4 Identidade de Marca

A linha das embalagens é composta por três modelos, sendo um para presentes, uma sacola para carregar as compras e uma caixa para entrega através do SEDEX.

As tags terão imagens que se relacionam com a identidade da marca, dando ênfase as principais cores, tendo em seu verso o conceito da marca, especificações do produto e o tipo corpóreo que aquele modelo melhor atende.

O cartão de visitas terá informações da marca como localização da loja, site e telefone para contato e também terão imagens que se relacionam com a identidade da marca.



Figura 29 – Alternativas de embalagem para presente
Fonte: Autora (2016)



Figura 30 – Sacola de compras
Fonte: Autora (2016)



Figura 31 – Caixa para entrega SEDEX
Fonte: Autora (2016)



Figura 32 – Alternativas para Tags
Fonte: Autora (2016)



Figura 33 – Exemplo de Tag (frente e verso)
Fonte: Autora (2016)



Figura 34 – Cartão de visita (frente e verso)
Fonte: Autora (2016)

4.2 PÚBLICO ALVO

A Marca toma como referência o mais variado perfil feminino, buscando atingir mulheres autoconfiantes que prezem pelo seu conforto.



Figura 35 – Imagem do público alvo
Fonte: G1 (2012)

4.2.1 Descrição do perfil do consumidor

O público que a marca pretende atingir são mulheres autoconfiantes que sabem dar valor a si mesmas. Não seguem a idealização da sociedade sobre o conceito de beleza, são divertidas e possuem uma rotina acelerada. Gostam de tranquilidade em seus dias de folga e curtem descansar ou se divertir nas mais belas paisagens litorâneas.

Mulheres que procuram o autêntico e prezam pelo conforto do corpo, porém estão sempre ligadas nas novas tendências do mercado.

São alternativas, gostam de estar confortáveis transmitindo seu próprio estilo, adoram sair e desfrutar dos locais culturais dos grandes centros. São independentes e estão sempre dispostas a enfrentar novos desafios. Rodeadas de amigos e parentes, adoram fazer festas em sua própria casa. São comunicativas, receptivas e viver para elas é um prazer, a felicidade vem pelo simples fato de saber que acordou.

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendências

A macrotendência utilizada neste projeto é a intitulada “*Elemental*”. Disponibilizada pela WGSN para o ano de 2017, esta tendência social relata o silêncio contemplativo, onde na era digital percebe-se a importância de apreciar o próprio homem, sendo tempo de voltar-se para dentro e conhecer e si mesmo.

Calma, silêncio, contemplação. O Elemental é um manifesto contra a rotina acelerada que a maior parte das pessoas vive. A tendência pede por mais tranquilidade e observação, uma busca pelo autoconhecimento e as grandiosidades simples da vida. Captar a sensibilidade poética das coisas é o grande ideal deste movimento. (WGSN, 2016).



Figura 36 – Representação da macrotendência Elemental
Fonte: WGSN 2016

4.3.2 Microtendências

Água Musa, Reflexos e Maleabilidade Criativa foram as microtendências, descritas pelo caderno de tendências da Inova Modas verão 2016/2017, escolhidas para planejamento da coleção deste projeto.

Água-musa usa a vivência da praia e as ondas como inspiração. A fluidez se destaca, dando movimento às peças.

Reflexos descreve o oceano como um ambiente repleto de liberdade e oportunidades, captando as características físicas dos fluidos, associando-se à transparência e fluidez, ciência e tecnologia direcionadas ao design futurista. Luz e movimento, ilusões aquáticas e camuflagem líquida serão usadas para criação de estampas e uso de materiais diferenciados.

Maleabilidade Criativa envolve o ar, a flutuação e o mergulho em movimentos leves, curvando e moldando novas estruturas maleáveis e arejadas. Materiais das mais diversas utilidades serão usados promovendo um dinamismo flexível às peças.

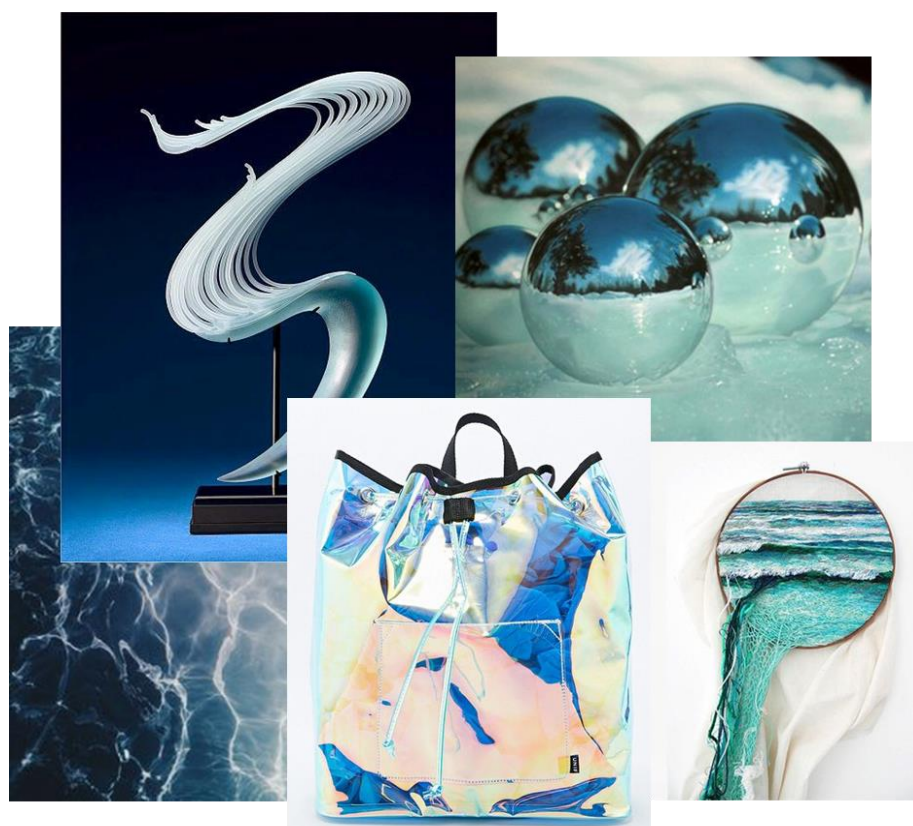


Figura 37 – Microtendências
Fonte: Adaptado (2016)

5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

5.1.1 Necessidades a serem atendidas

Com o objetivo de atender as necessidades de sua cliente, a marca retrato traz para sua coleção peças produzidas com a qualidade e o conforto relatados dentro o projeto, com cores e formas que mesclam a leveza da praia com a estrutura das cidades. A partir dos estudos feitos sobre os diferentes biotipos, as peças prezam pela valorização de cada corpo transmitindo a individualidade de cada mulher.

A coleção Aquário Urbano verão 2017 traz a inovação no processo de cada peça e o design voltado para a qualidade e conforto, utilizando tecidos estruturados e materiais diferenciados, dando exclusividade as peças. As peças foram inspiradas na macrotendência Elemental reconhecendo a importância da auto aceitação, desenvolvidas para mulheres autoconfiantes que buscam a diferenciação. As micro tendências escolhidas destacam as cores praianas com materiais e estruturas diferenciadas.

Os shapes utilizados seguirão o formato e caimento das peças, sendo eles: triângulo, triângulo invertido, ampulheta, retângulo e A.

5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

5.2.1 Conceito da Coleção

Retrato traz em sua mais nova coleção “Aquário Urbano”, seu conceito com inspirações nas vivências praianas e nas ondas que estes momentos oferecem. Destacamos os movimentos fluidos, reflexos do oceano, olhares transparentes, envolvendo a biota e a tecnologia urbana. Lançando luzes de liberdade para o verão 2017, a marca se torna líquida nos sentimentos daquelas que se identificam.

5.2.2 Nome da Coleção

Aquário Urbano

5.2.3 Referência da Coleção

A coleção Verão 2017 é baseada na cidade de Cancun - México, fazendo a junção da tranquilidade praiana com o movimento dos grandes centros urbanos. Localizada a leste do Mar do Caribe, México, Cancún possui praias com areias brancas e águas com sete tons de azul cristalino. Se encontra na rota dos destinos mais comentados do mundo, com vida noturna agitada, ilhas paradisíacas e resorts.

Relatos de sua história nascem na herança cultural dos maias, onde Chichén Itzá é considerada uma das Sete Maravilhas do Mundo Moderno, guarda tesouros como a pirâmide de El Castillo e o Templo de Los Guerreros.

A cidade de Cancun é dividida em 5 zonas:

Isla Cancun: localizada a zona hoteleira de Cancun, a mais importante da cidade. A maior parte das praias, resorts, condomínios e atividades turísticas estão no local. Junto aos melhores shoppings, restaurantes, festas, bares e campos de golfe. No lado oeste da ilha está à famosa Laguna Nichupte, reserva de uma vasta seleção de espécies marinhas e um fantástico pôr do Sol.

Zona urbana: Cancun não se finda no turismo, fora da zona hoteleira está a Zona Urbana, o Centro de Cancun que encontra a maior parte dos serviços, instituições políticas, sociais e culturais.

Puerto Juárez: a terceira zona é Puerto Juárez, que dá acesso por – meio de uma travessia a barco – ao município de Isla da Mujeres. O local é considerado uma zona pesqueira, abrigando aldeias onde se pode adquirir frutos do mar da região.

Franja Ejidal: a quarta zona é a região dos assentamentos, quais foram distribuídos de forma irregular. A região abriga parte da população de baixa renda, em sua maioria são imigrantes.

Alfredo V. Bonfil: última zona de Cancun, uma das três delegações do município de Benito Juárez, que dá acesso a Riviera Maya e ao aeroporto internacional Cancun *International Airport*.

Visto o extenso território e atrativos locais, Cancun mostra que além de ser uma das maiores reservas naturais e potência turística, circunda a urbanidade e vivência de seus habitantes, oferecendo para aqueles que escolhem este destino experiências singulares.

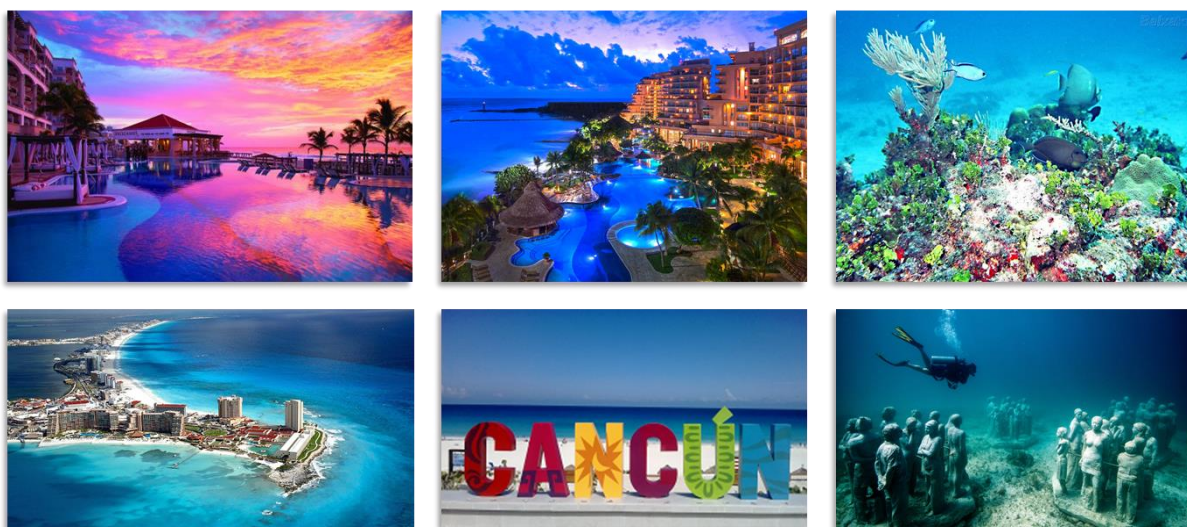


Figura 38 – Referências de Cancun
Fonte: Adaptada (2016)

5.2.4 Cores

As cores do mar, a natureza e as luzes da cidade trazem para a coleção misturas de tons de azul e cores vibrantes nas estampas.



Figura 39 – Cores retiradas da referência
Fonte: Autora (2016)

5.2.5 Materiais

A escolha dos materiais foi baseada no conforto e modelagem que o tecido proporciona, reafirmando o objetivo de criar uma coleção que proporcione conforto aos mais diferentes tipos de corpos femininos.

5.2.6 Formas e Estruturas

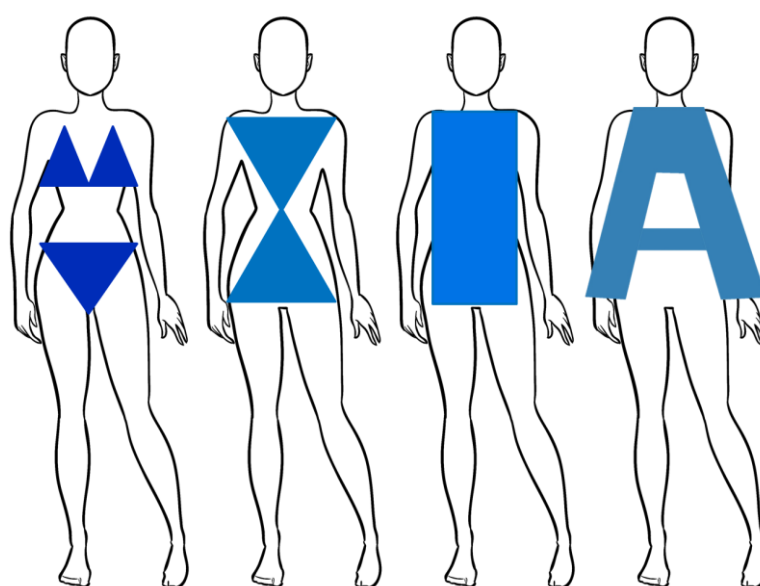


Figura 40 - Shapes da coleção
 Fonte: Autora (2016)

5.2.7 Mix da Coleção

Produto	Quantidade
Top	14
Calcinha	14
Maiô	10
Total de peças	38

Tabela 5 – Mix de produto
 Fonte: Autora (2015)

5.3 PAINEL SEMÂNTICO



Figura 41 – Painel Semântico
Fonte: Autora (2016)

5.4 CARTELAS

5.4.1 Cartela de cores



Figura 42 – Cartela de cores
Fonte: Autora (2016)

5.4.2 Cartela de materiais

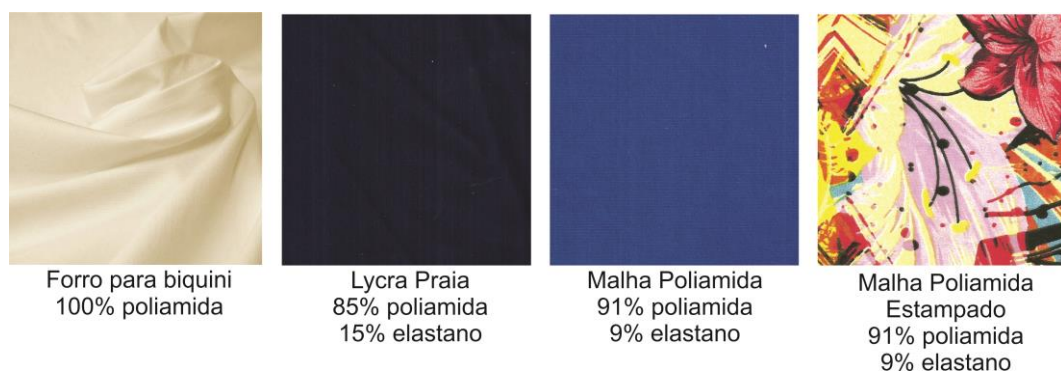


Figura 43 – Cartela de Materiais
Fonte: Autora (2016)

5.4.3 Cartela de estampas



Figura 44 – Cartela de Estampas
Fonte: Autora (2016)

5.5 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS

5.5.1 Triângulo Invertido

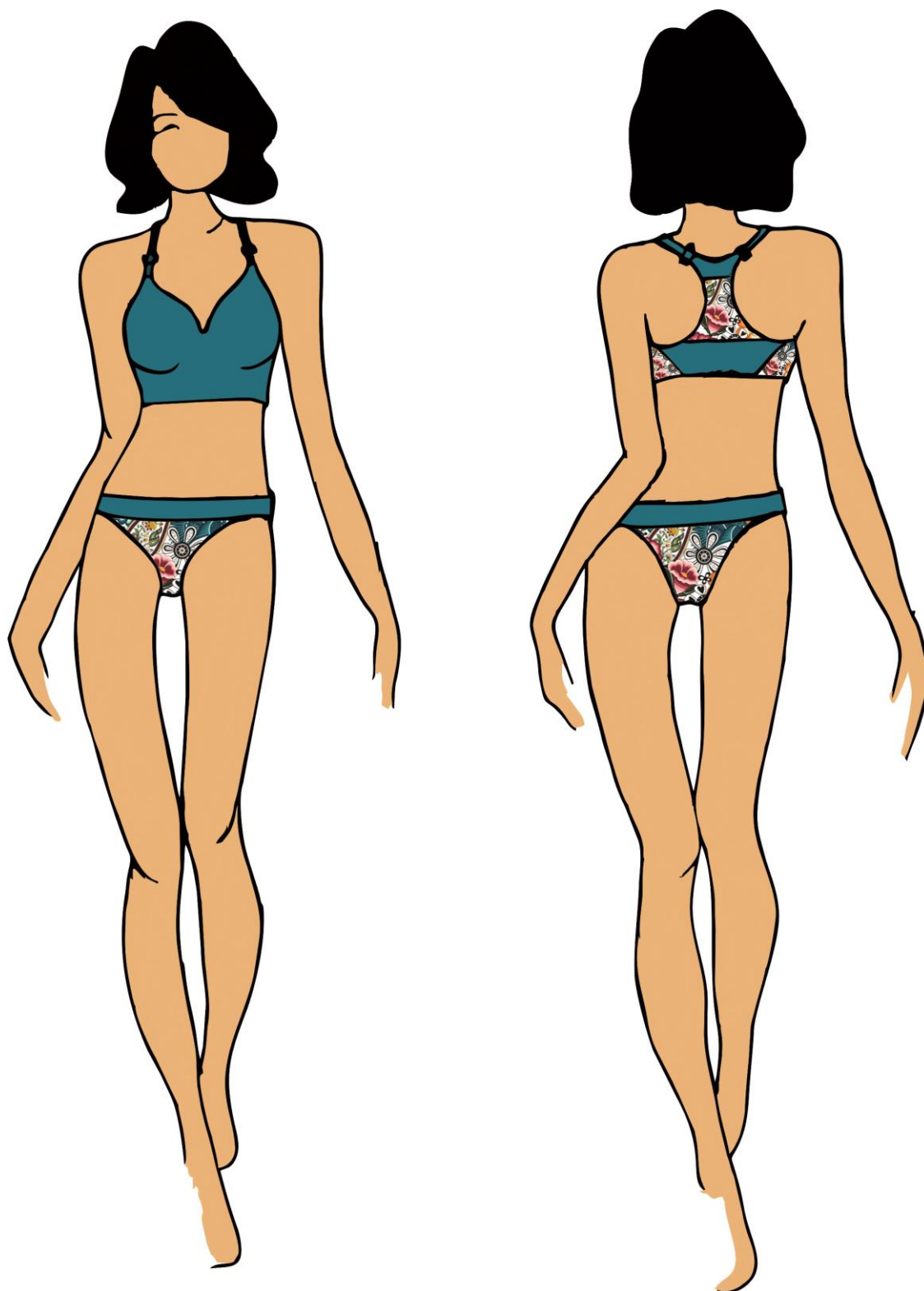


Figura 45 – Look 01
Fonte: Autora (2016)

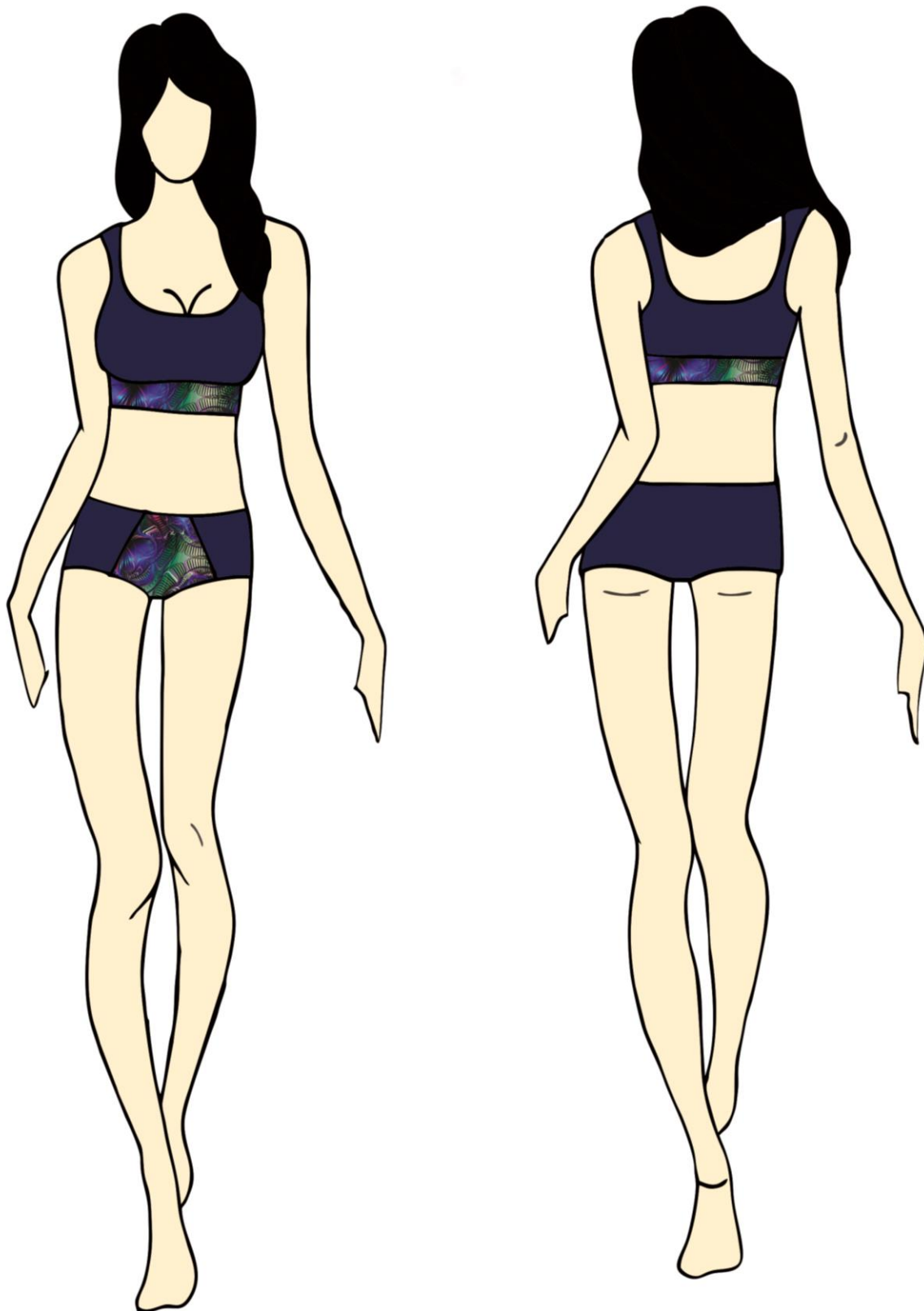


Figura 46 – Look 02
Fonte: Autora (2016)

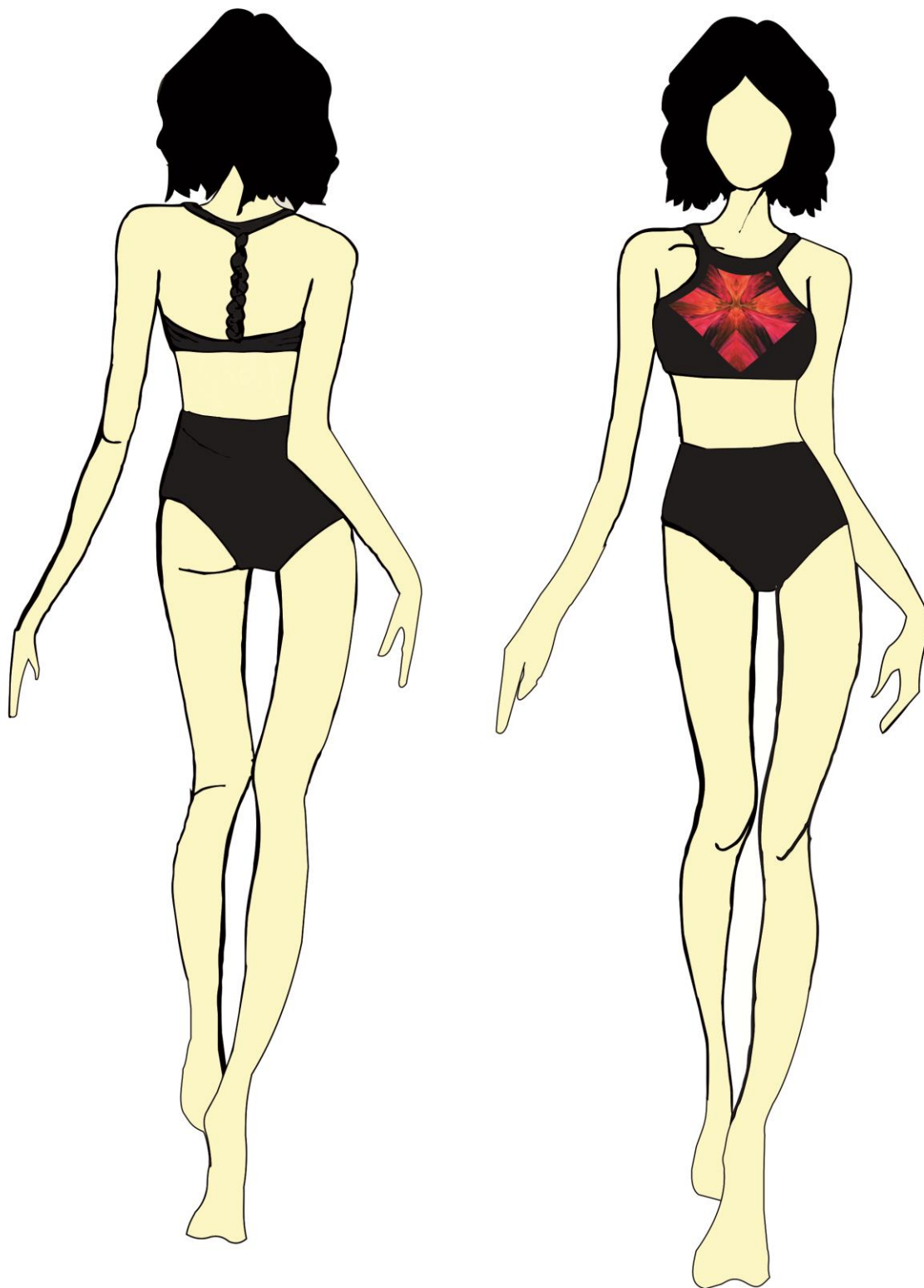


Figura 47 – Look 03
Fonte: Autora (2016)

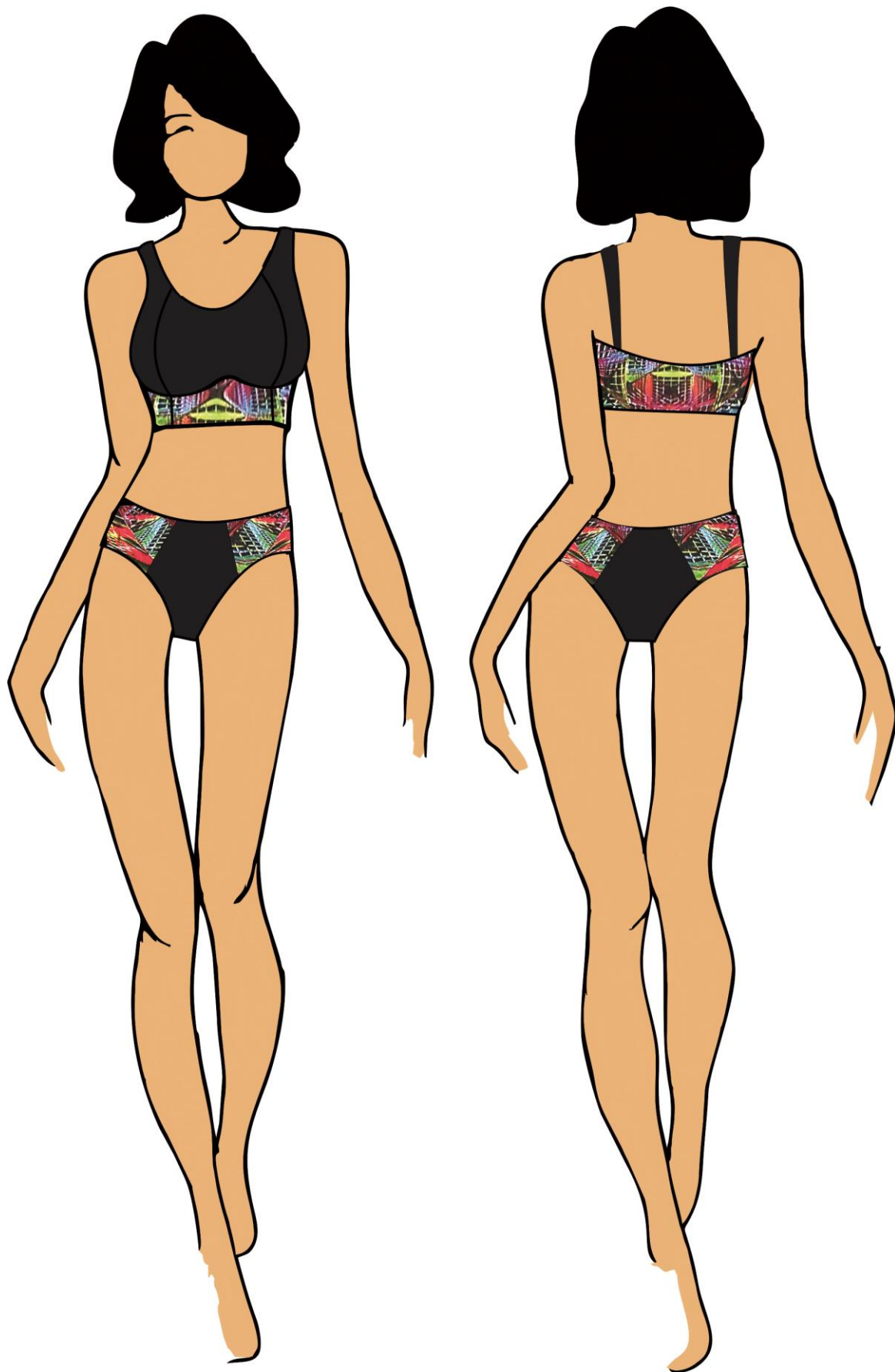


Figura 48 – Look 04
Fonte: Autora (2016)

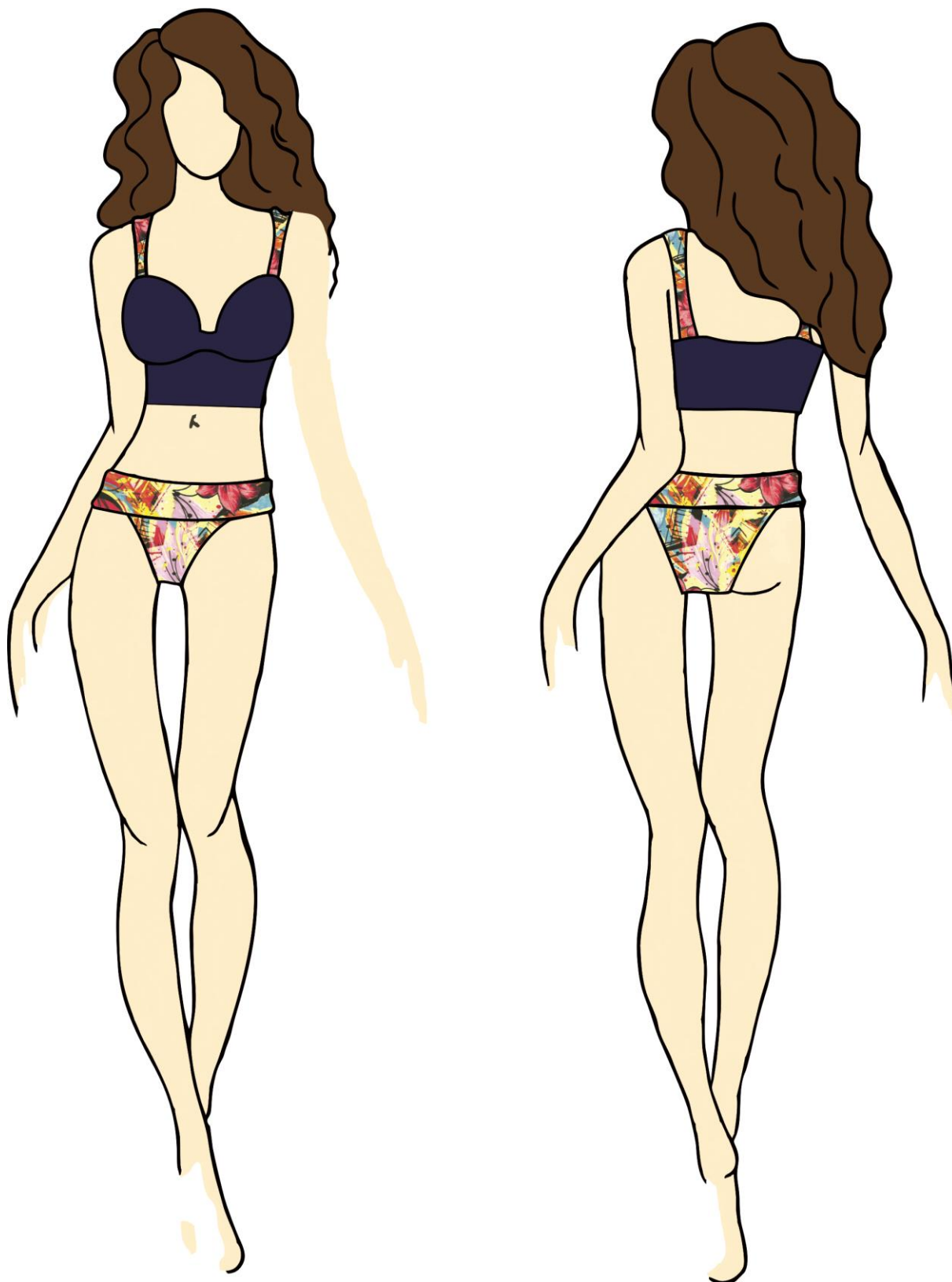


Figura 49 – Look 05
Fonte: Autora (2016)

5.5.2 Triângulo

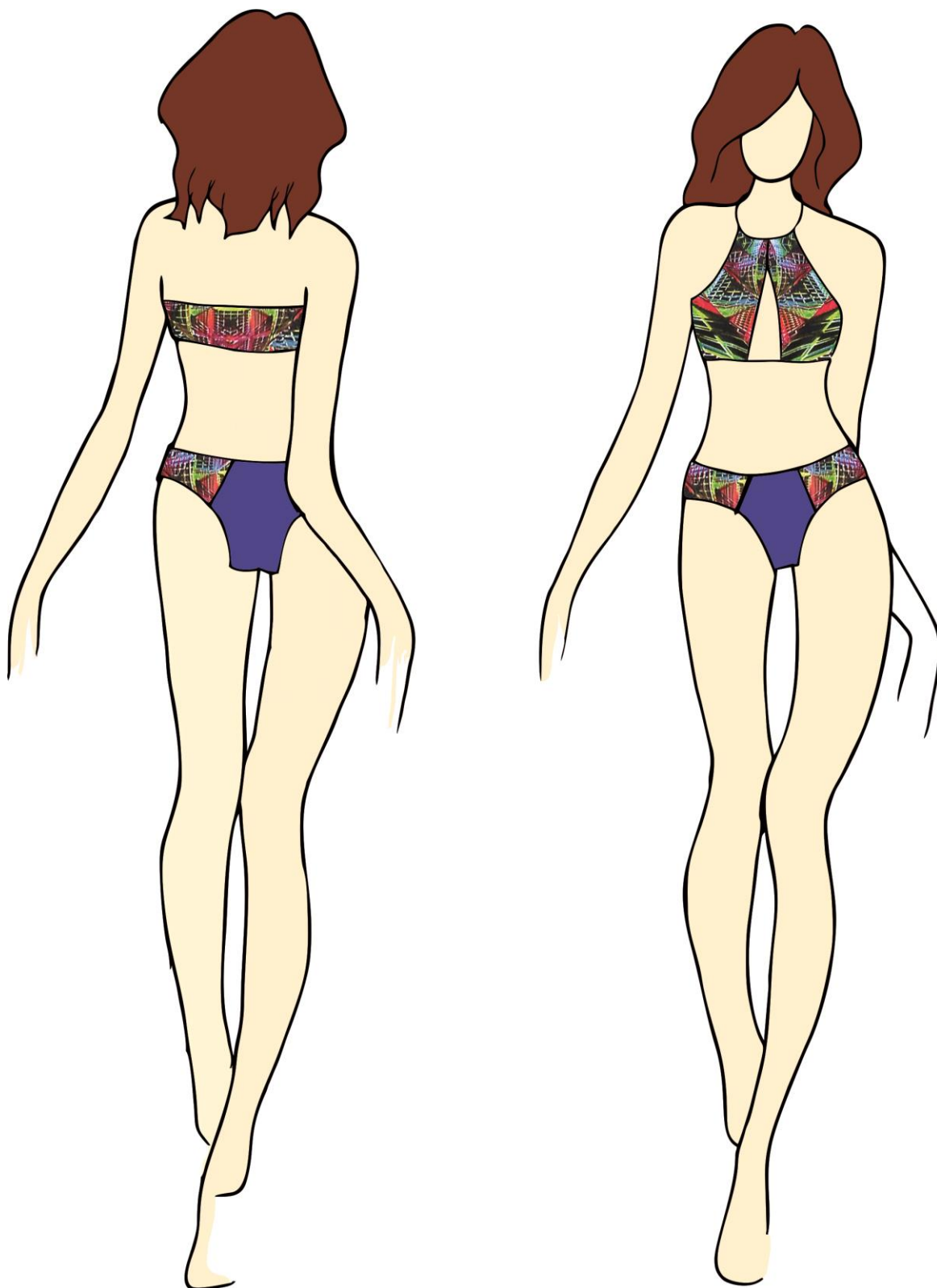


Figura 50 – Look 06
Fonte: Autora (2016)

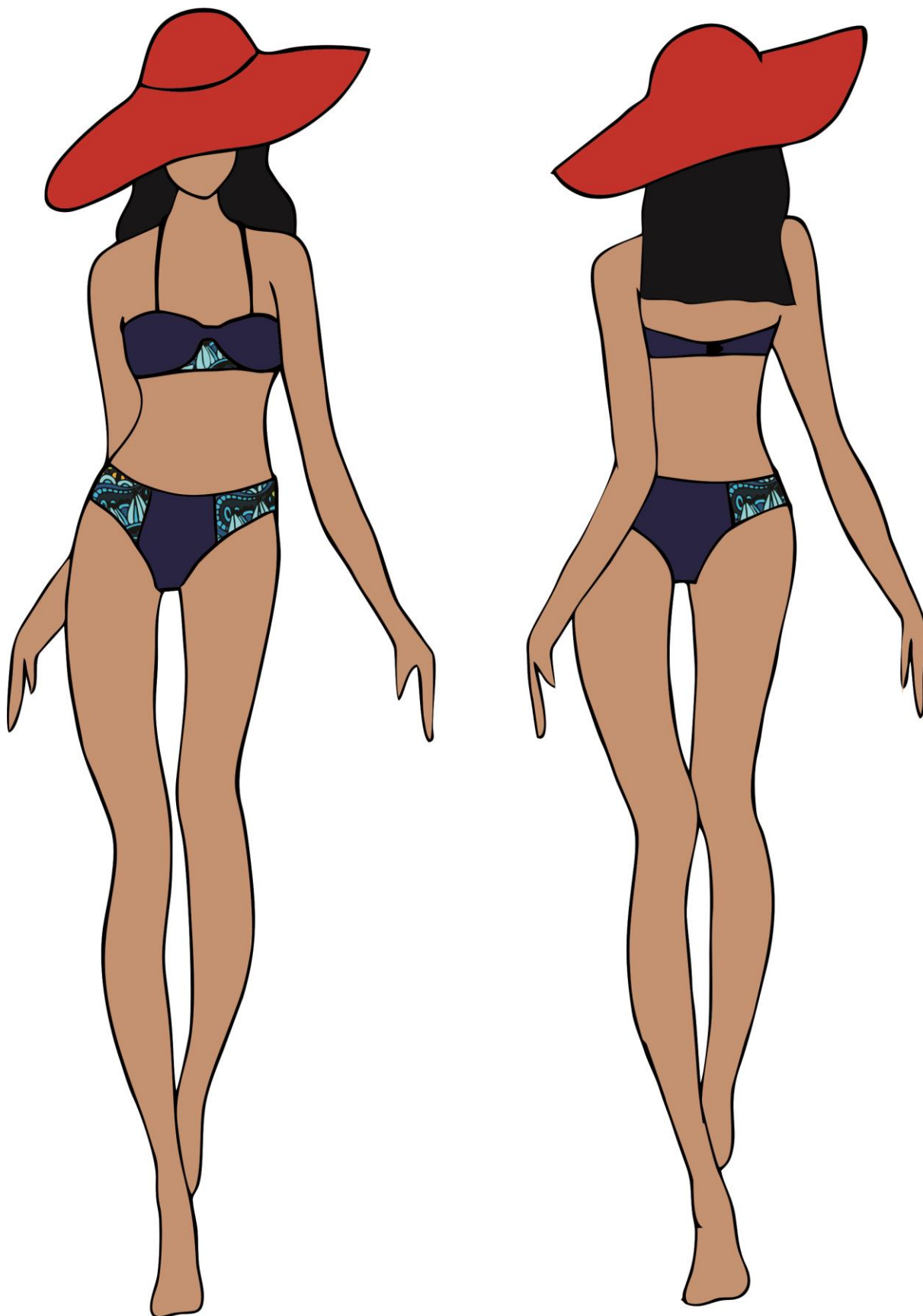


Figura 51 – Look 07
Fonte: Autora (2016)

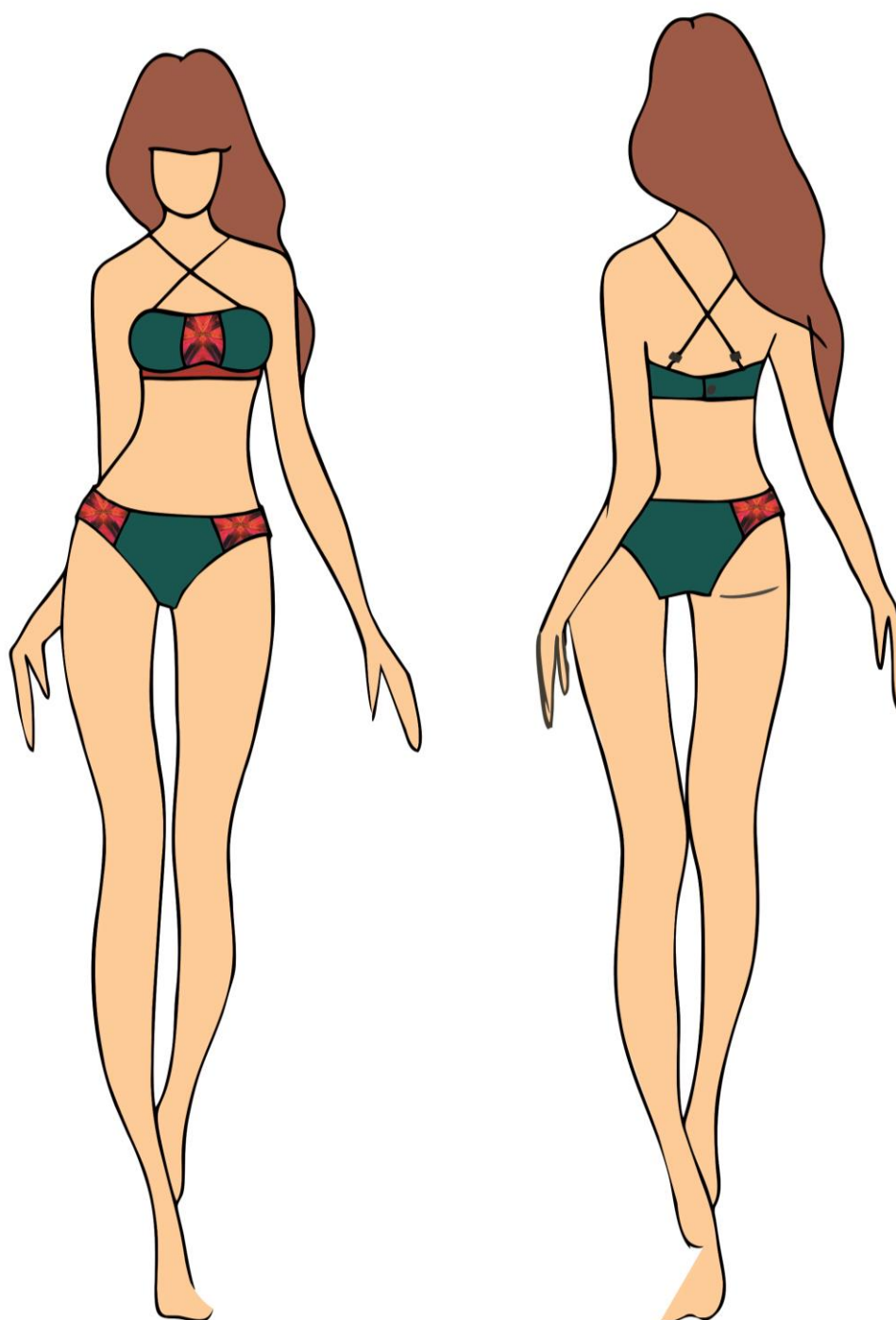


Figura 52 – Look 08
Fonte: Autora (2016)

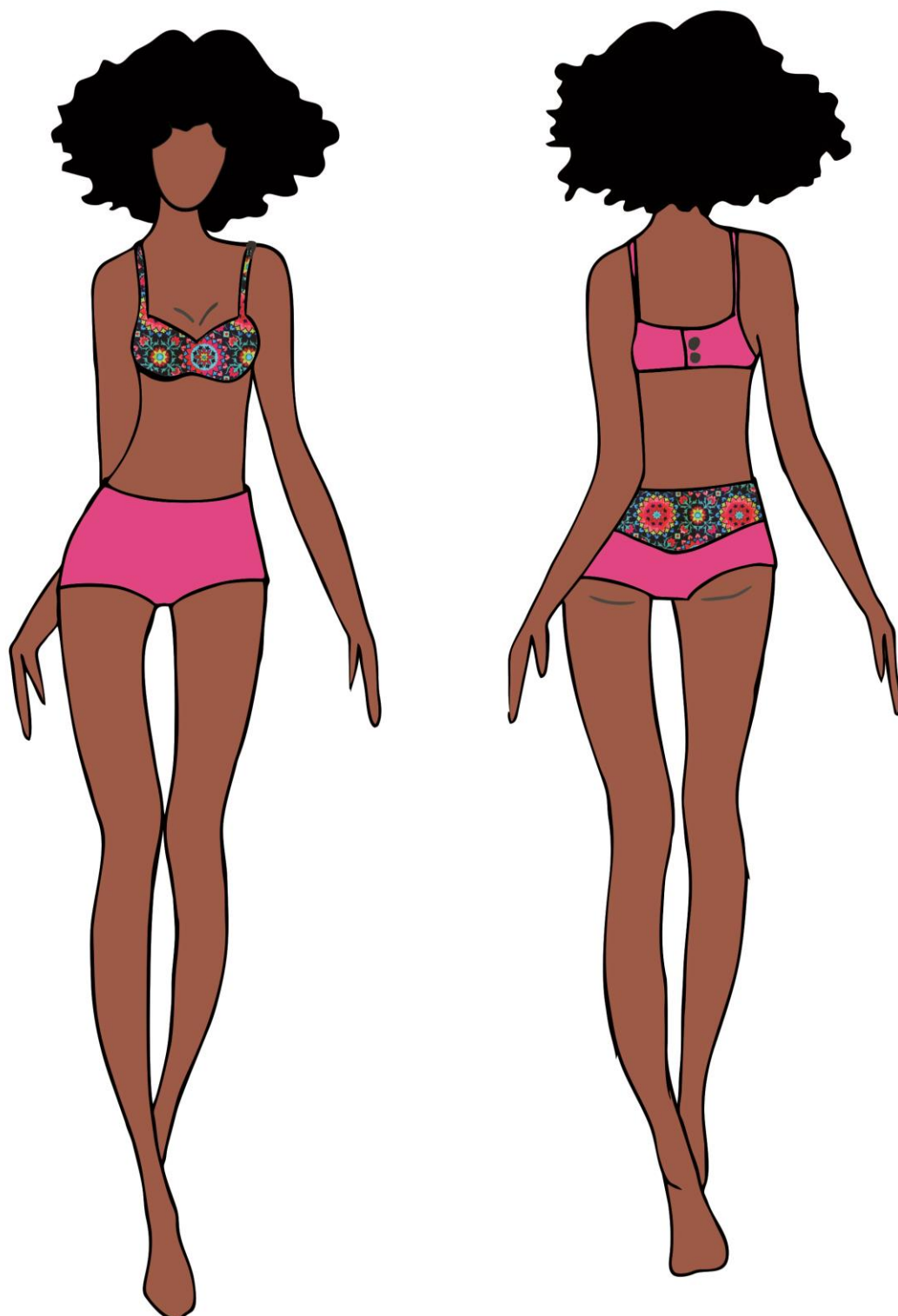


Figura 53 – Look 09
Fonte: Autora (2016)

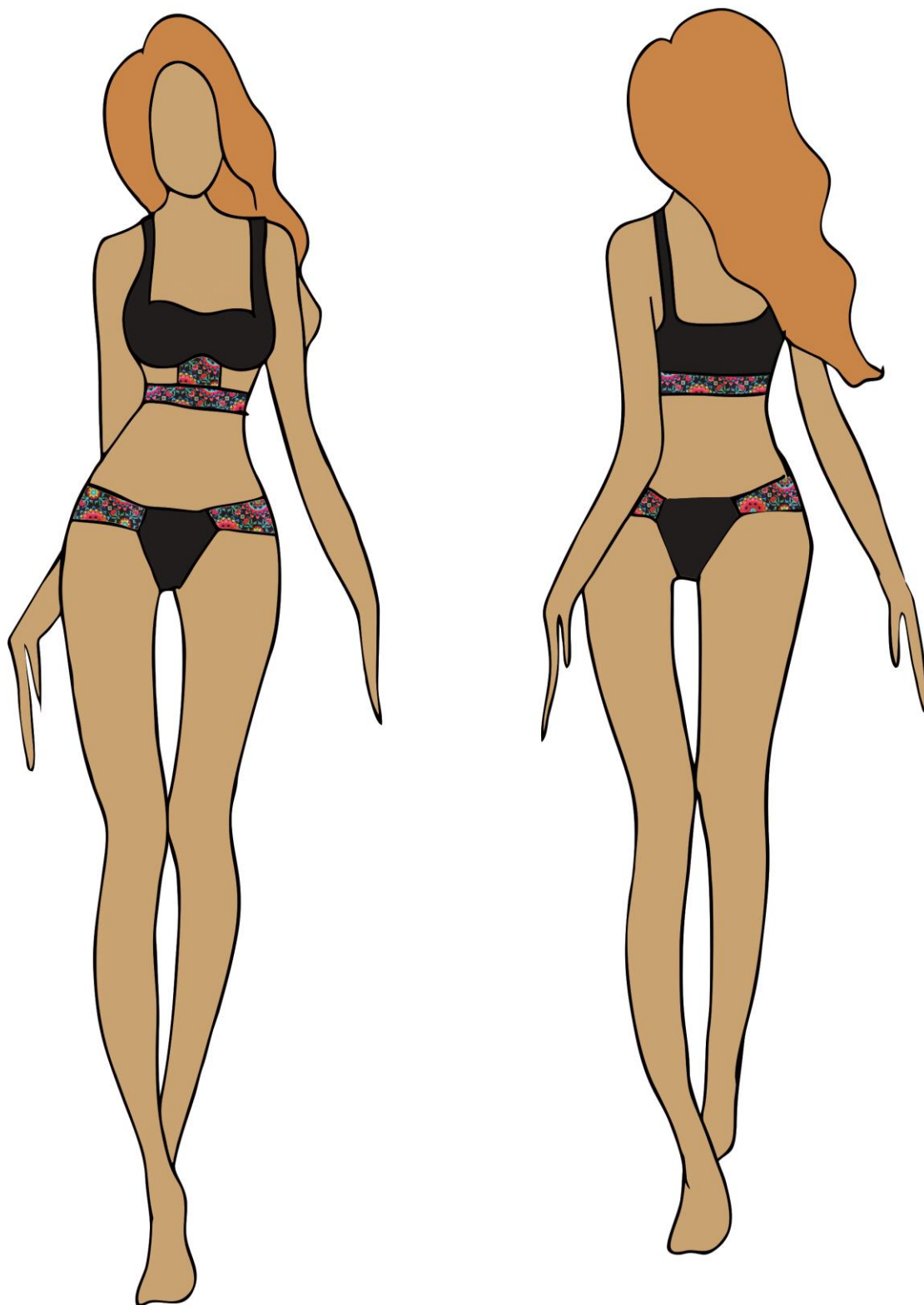


Figura 54 – Look10
Fonte: Autora (2016)

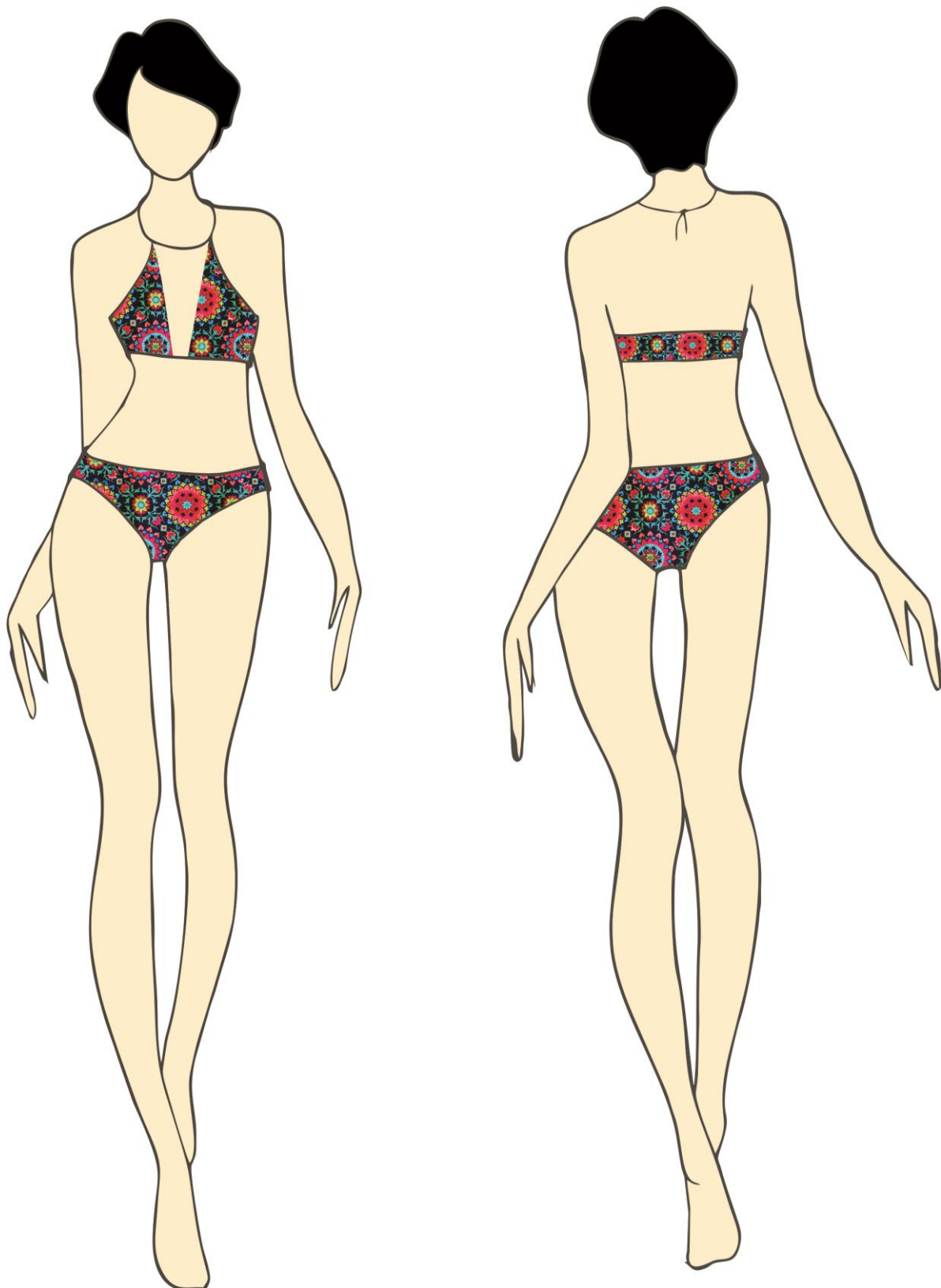


Figura 55 – Look 11
Fonte: Autora (2016)



Figura 56 – Look 12
Fonte: Autora (2016)

5.5.3 Retângulo

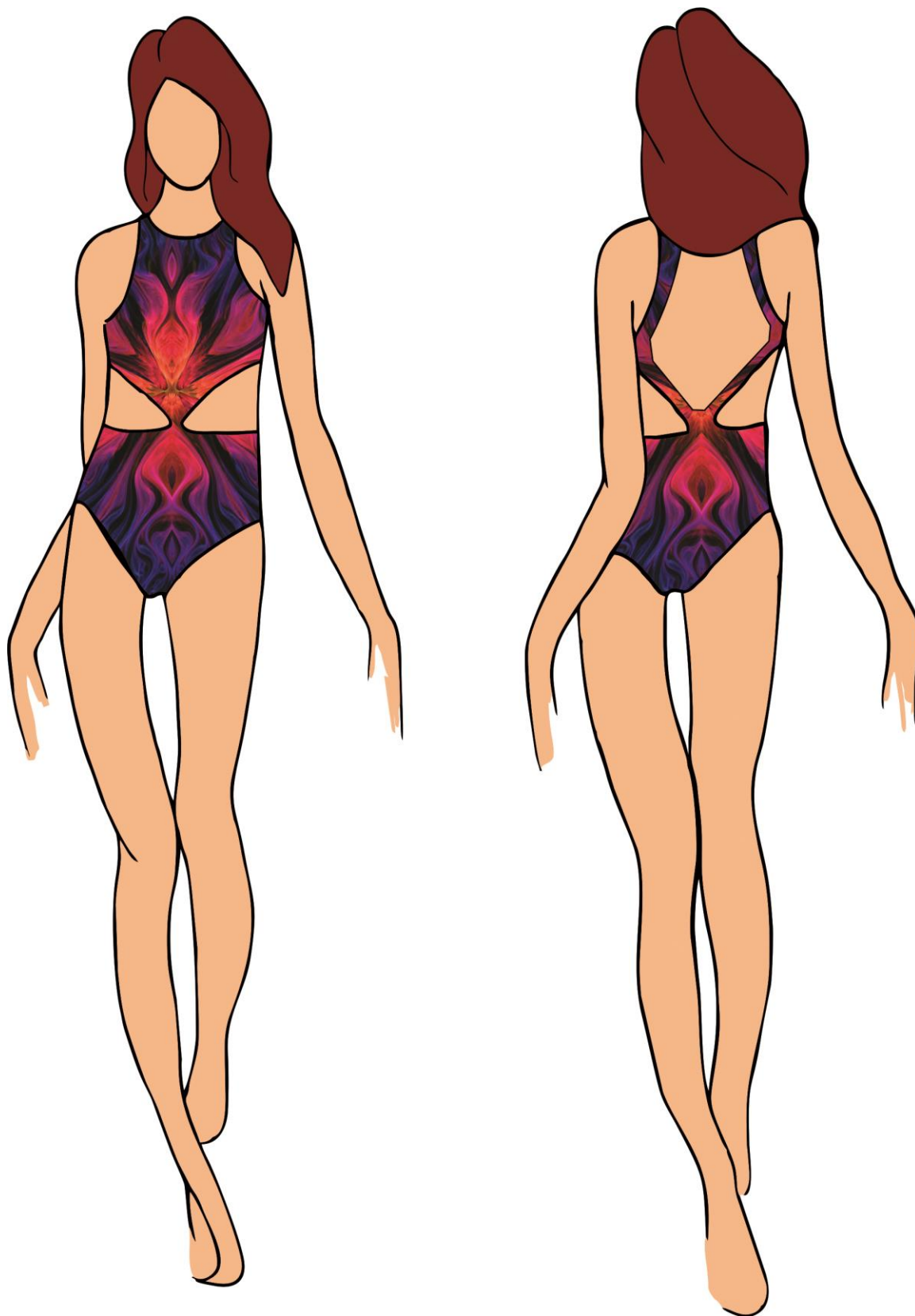


Figura 57 – Look 13
Fonte: Autora (2016)

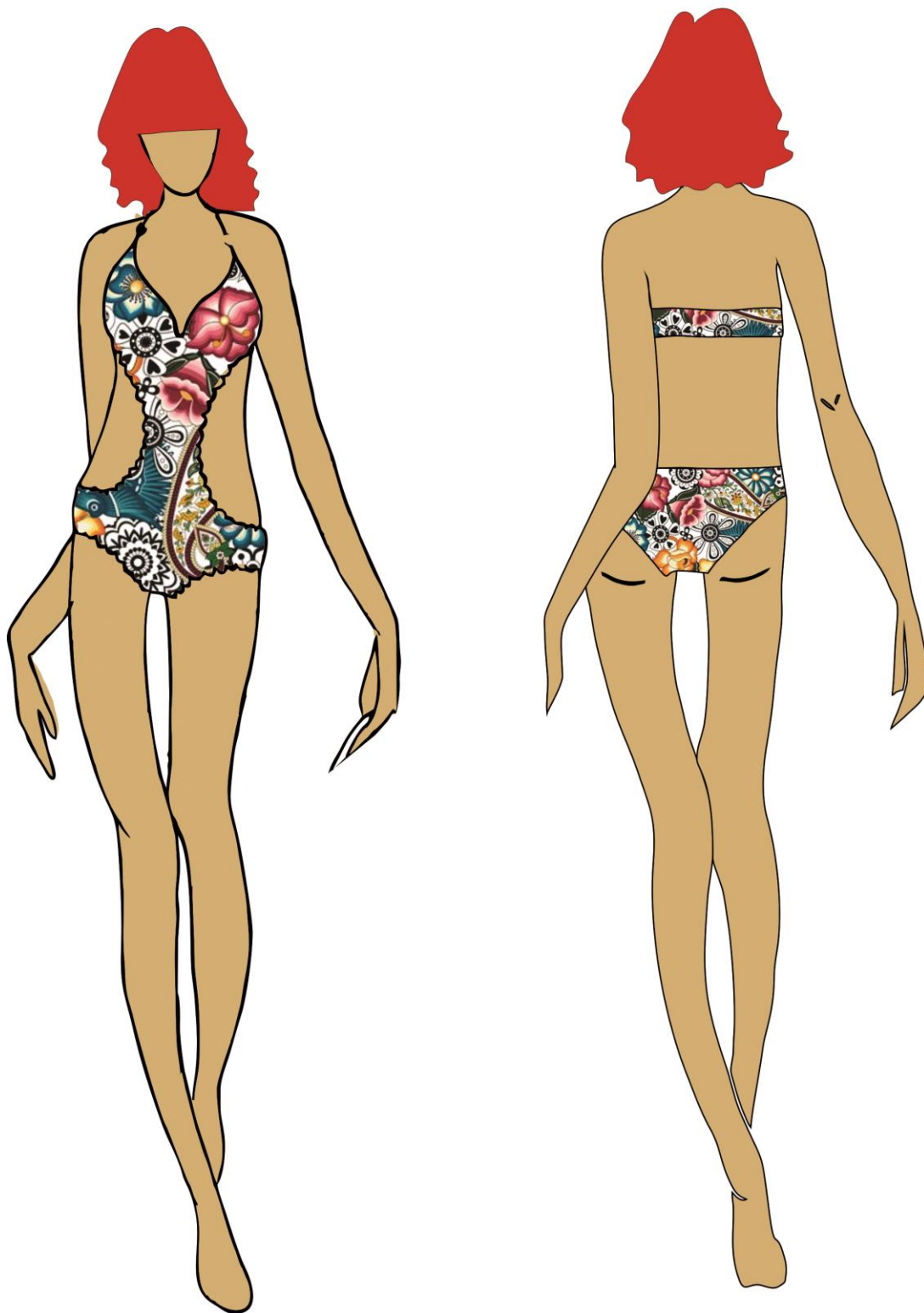


Figura 58 – Look 14
Fonte: Autora (2016)



Figura 59 – Look 15
Fonte: Autora (2016)

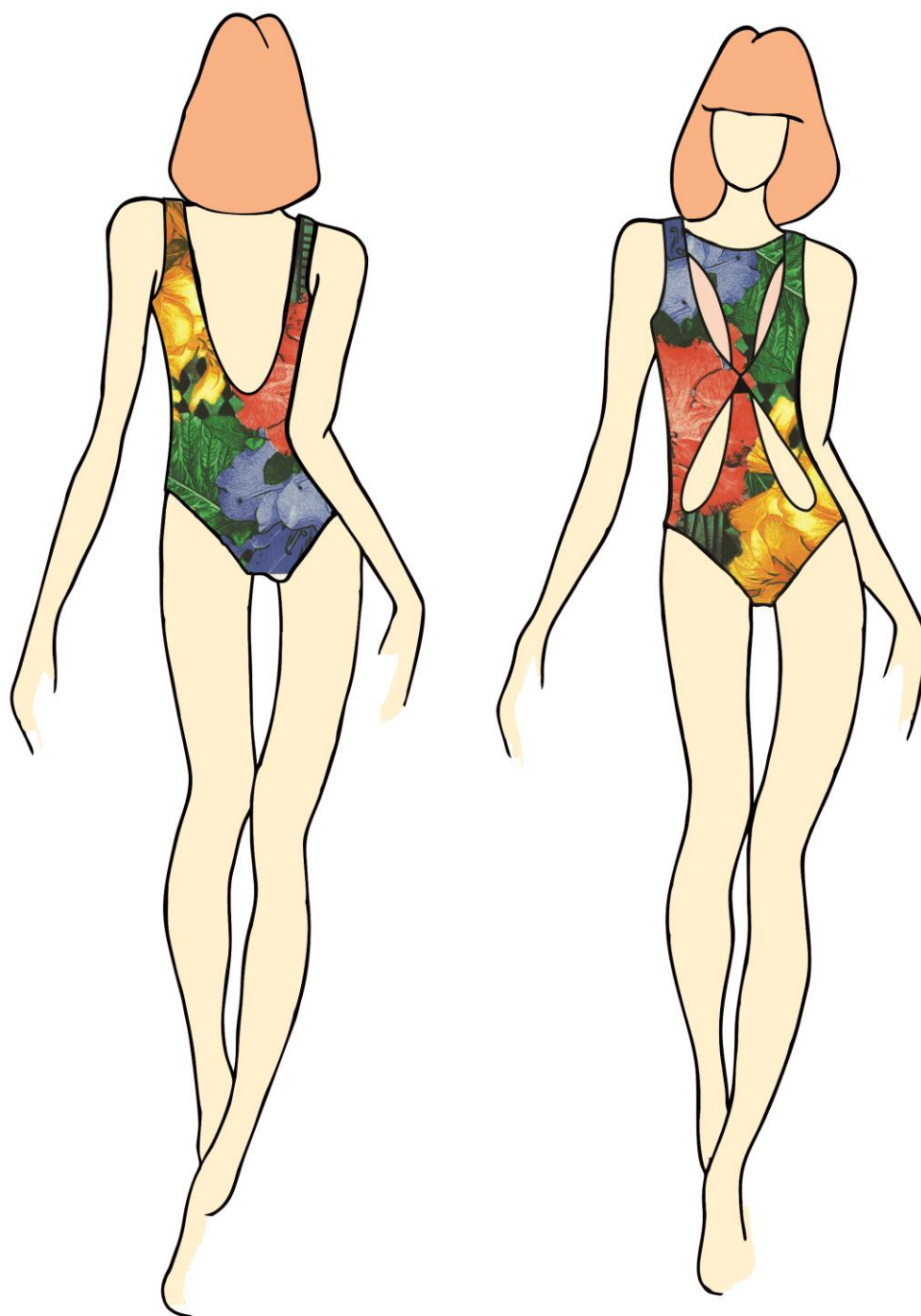


Figura 60 – Look 16
Fonte: Autora (2016)

5.5.4 Ampulheta

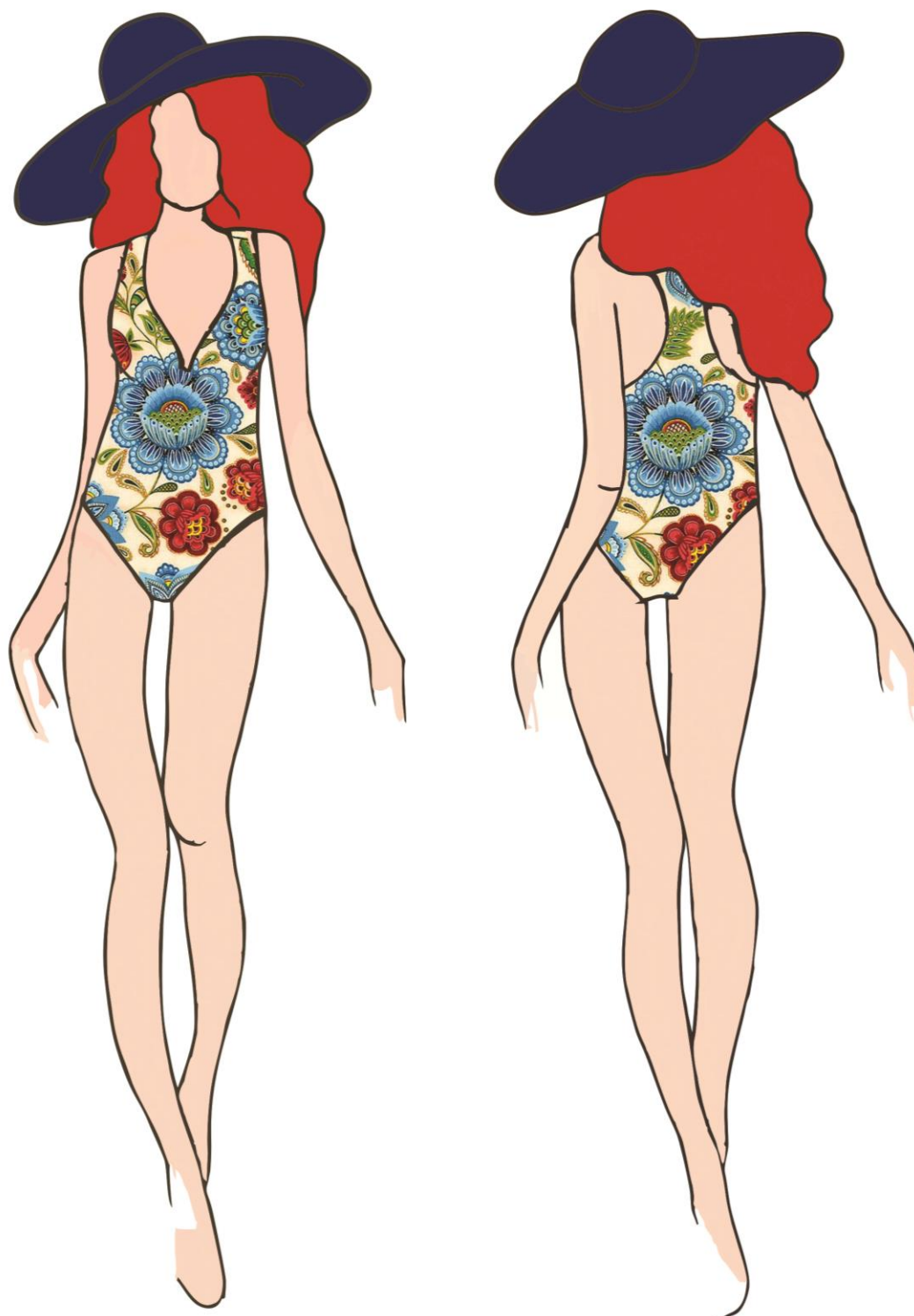


Figura 61– Look 17
Fonte: Autora (2016)

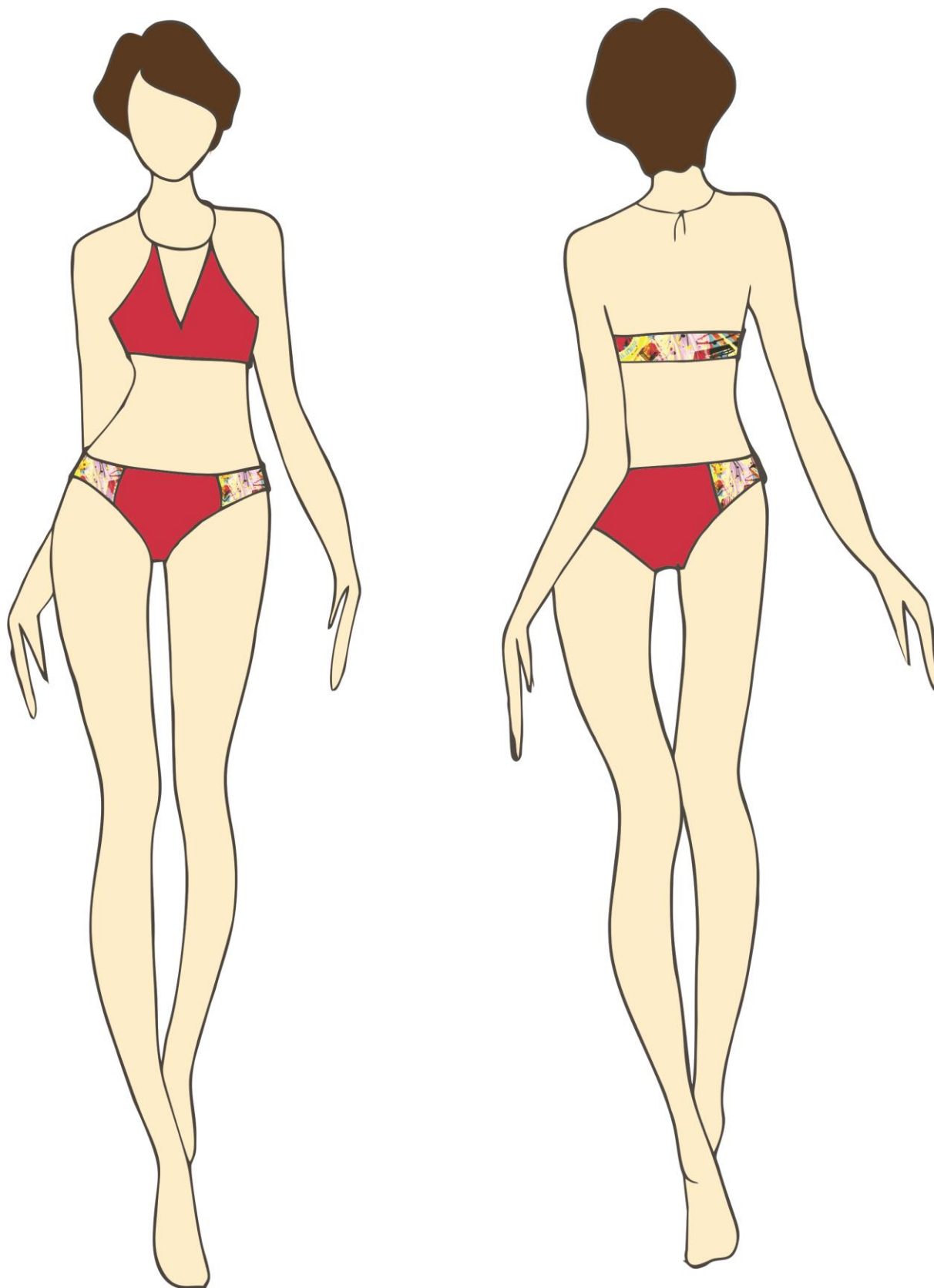


Figura 62 – Look 18
Fonte: Autora (2016)

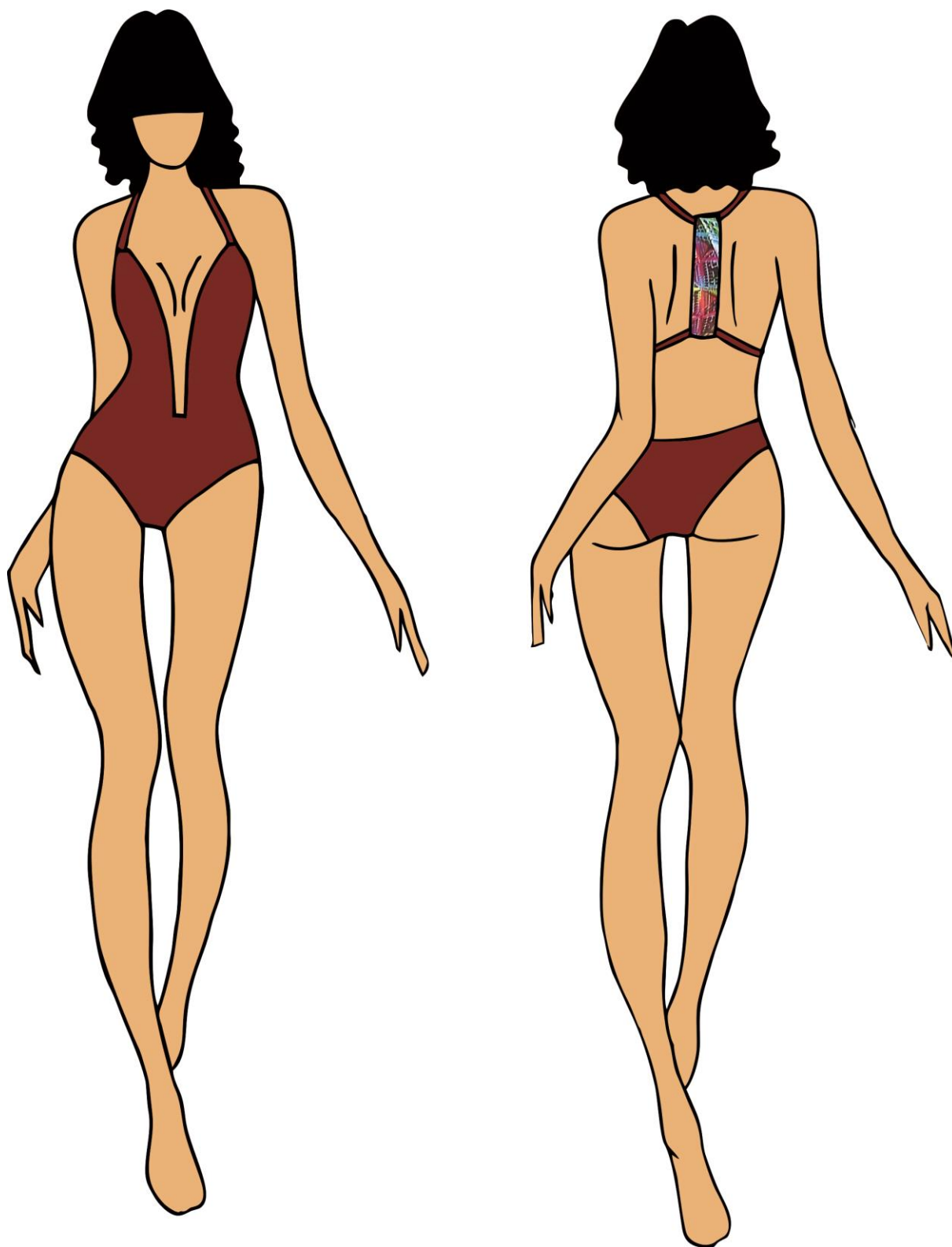


Figura 63 – Look 19
Fonte: Autora (2016)

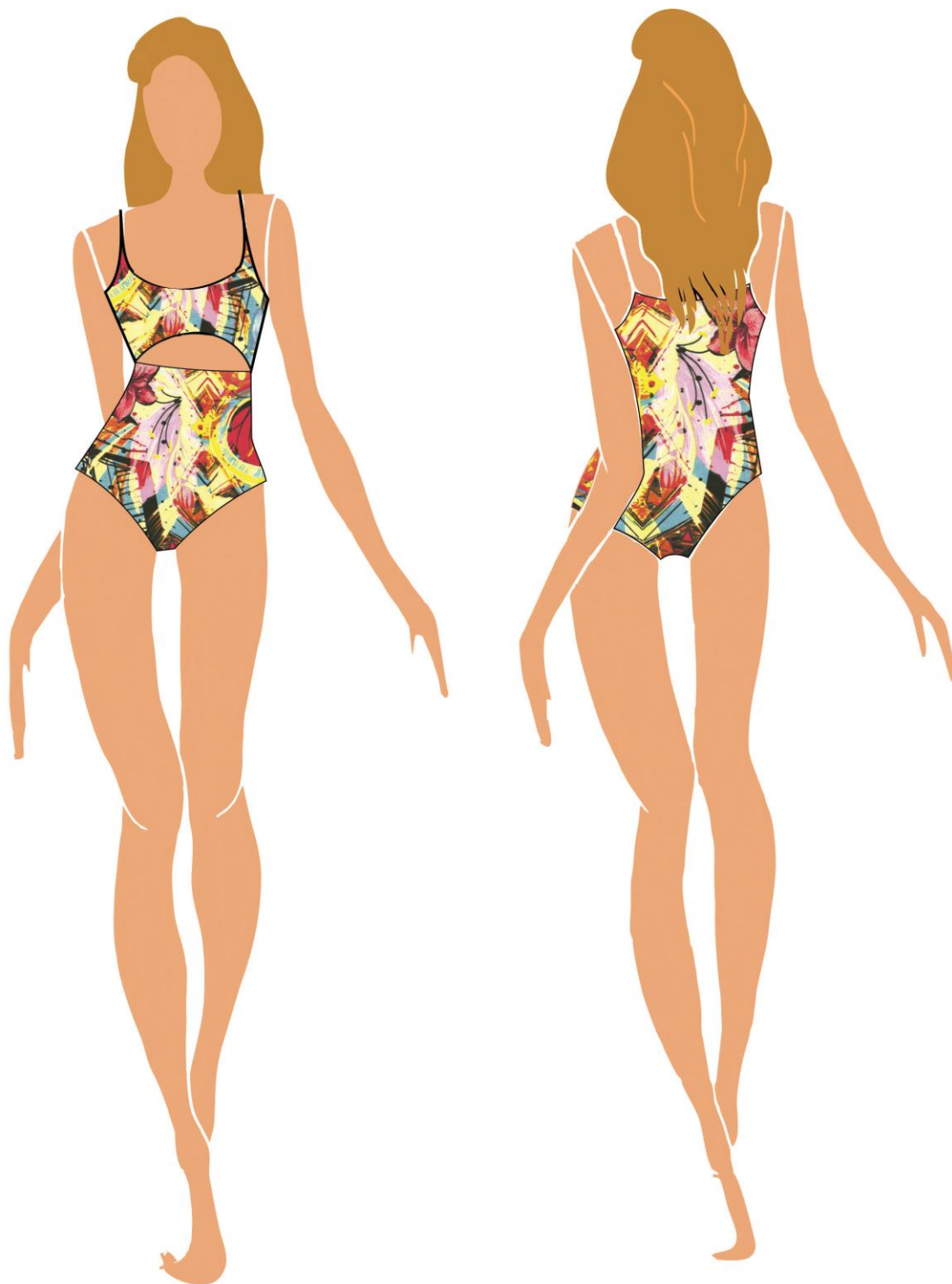


Figura 64 – Look 20
Fonte: Autora (2016)

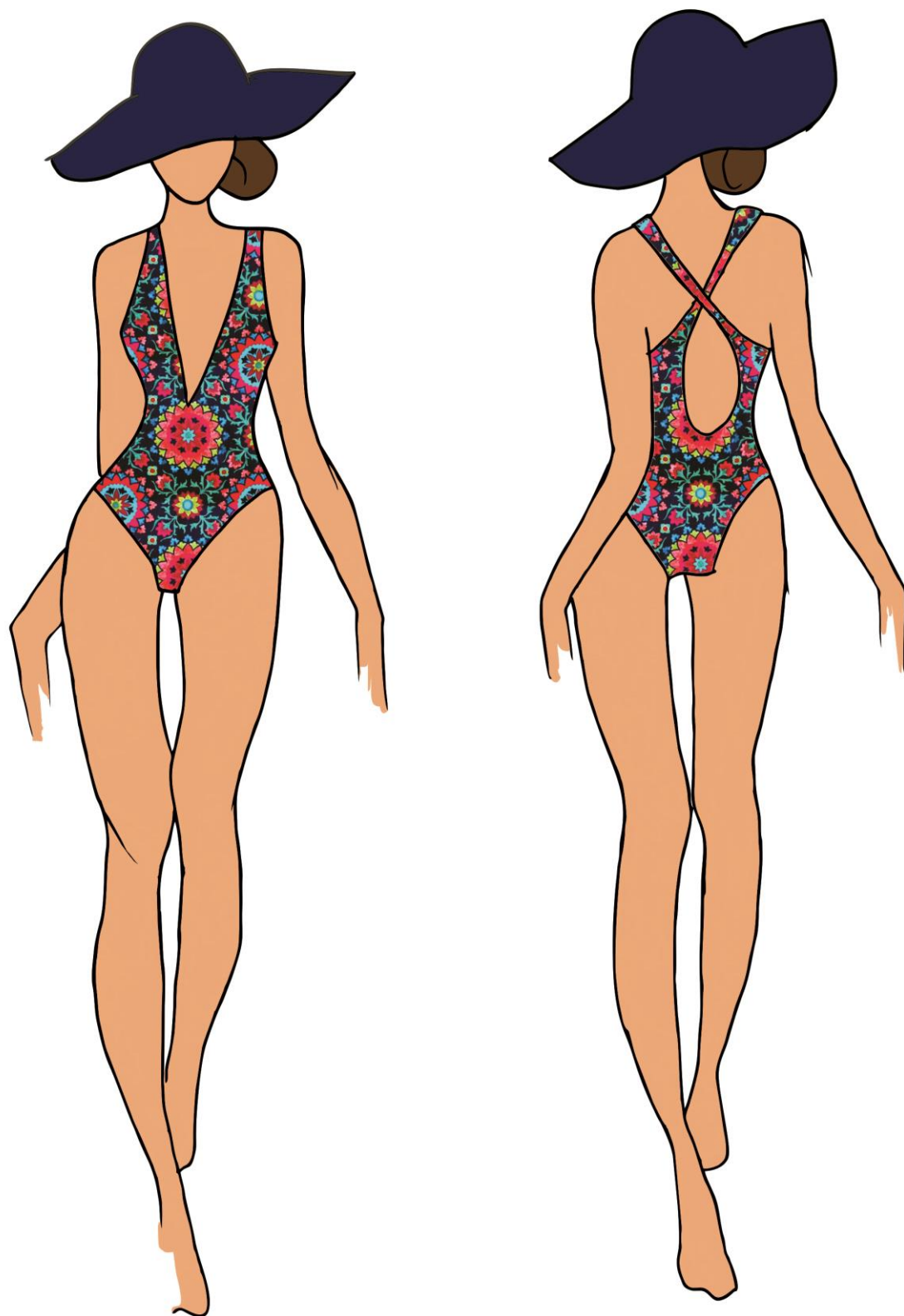


Figura 65 – Look 21
Fonte: Autora (2016)

5.5.5 Oval

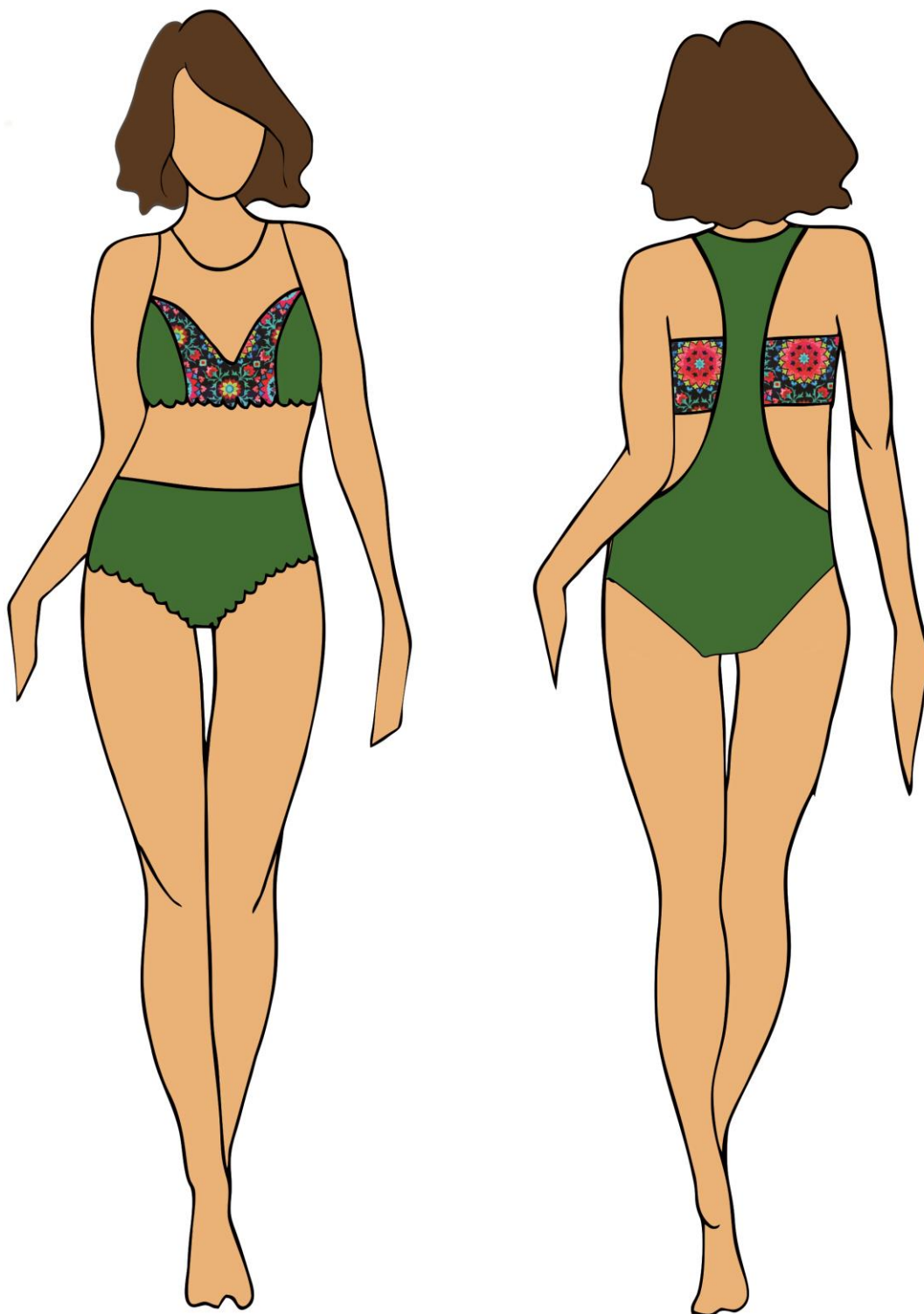


Figura 66 – Look 22
Fonte: Autora (2016)

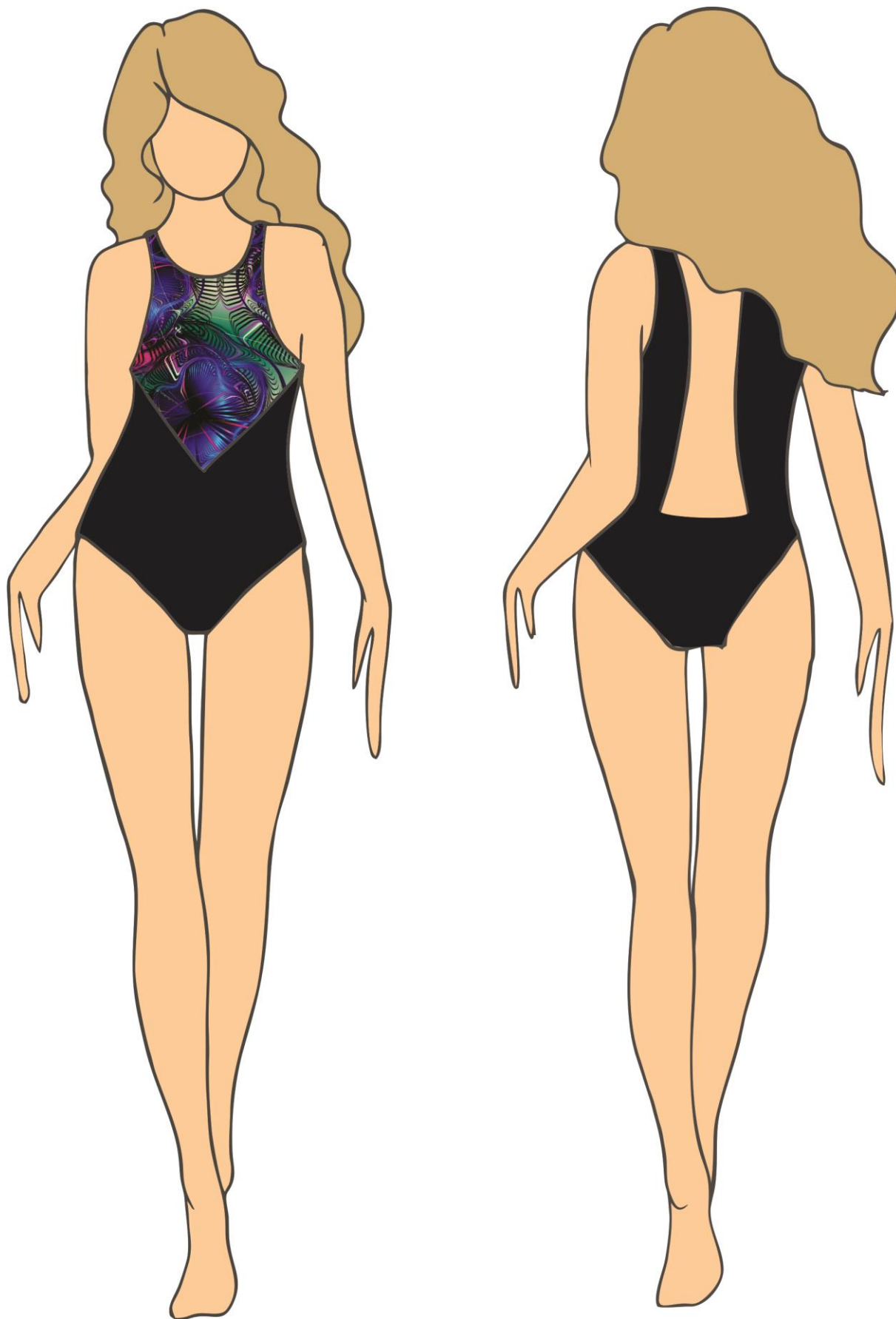


Figura 67 – Look 23
Fonte: Autora (2016)

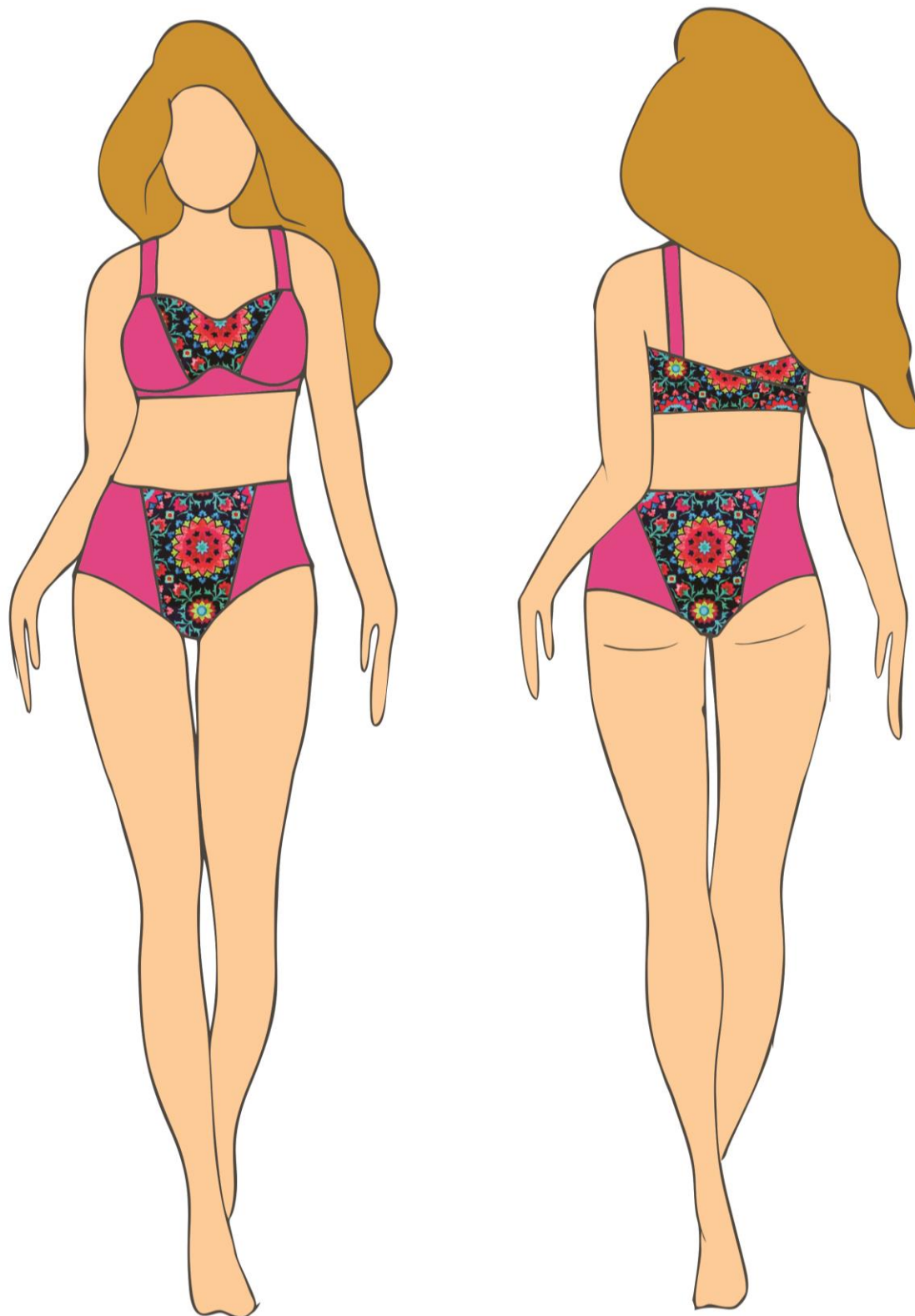


Figura 68 – Look 24
Fonte: Autora (2016)

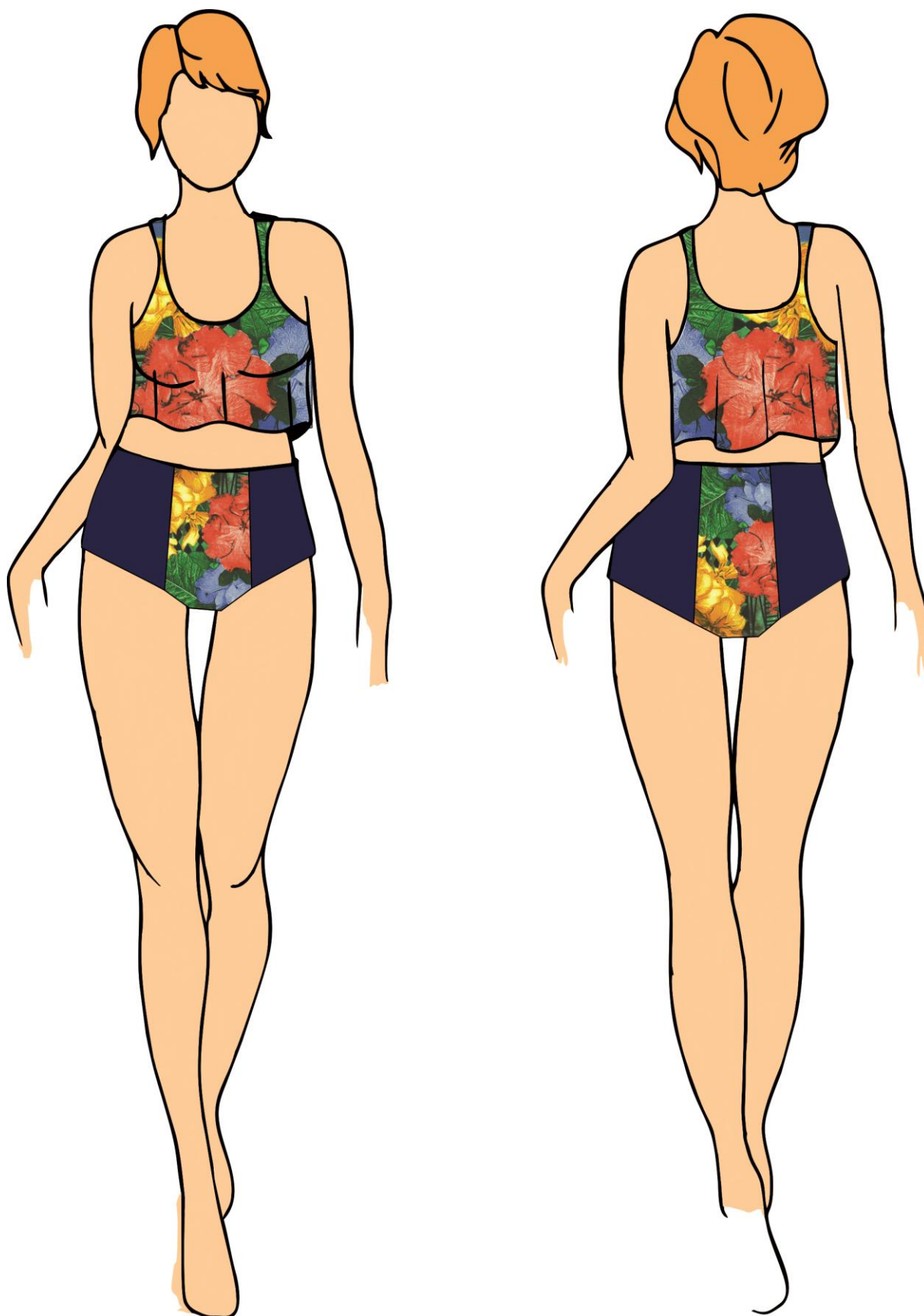


Figura 69 – Look 25
Fonte: Autora (2016)

5.6 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS

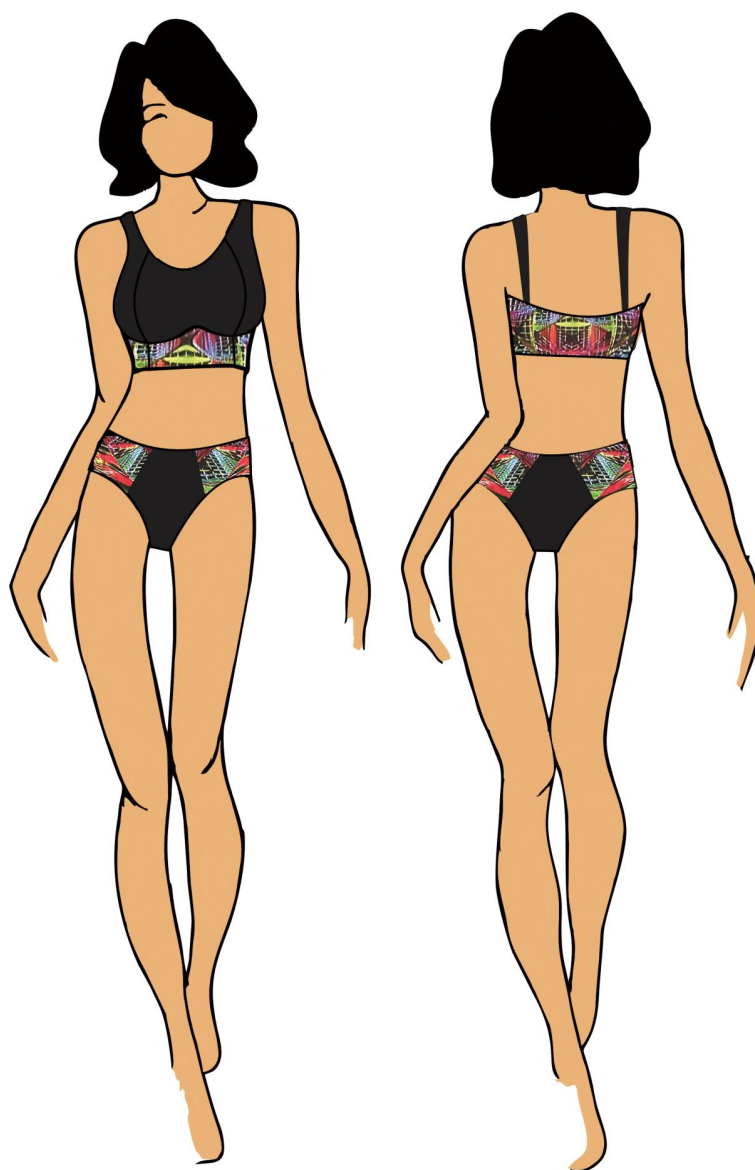


Figura 70 – Alternativa analisada 1 (look 04)
Fonte: Autora (2016)

Este look apresenta duas peças, sendo elas: um top com recortes estratégicos e alças mais grossas para sustentação do seio, na parte do tórax o top é mais largo fazendo com que o seio se acomode melhor a peça, com barbatana e costuras reforçadas para melhor conforto e segurança da consumidora. A cor escura na parte dos seios com estampa no tórax faz com que as partes estampadas se sobressaiam. A calcinha tem recortes estratégicos estampados para que o foco seja o quadril, dando proporcionalidade ao look, as laterais não possuem costura aparente para melhor conforto e caimento da peça.

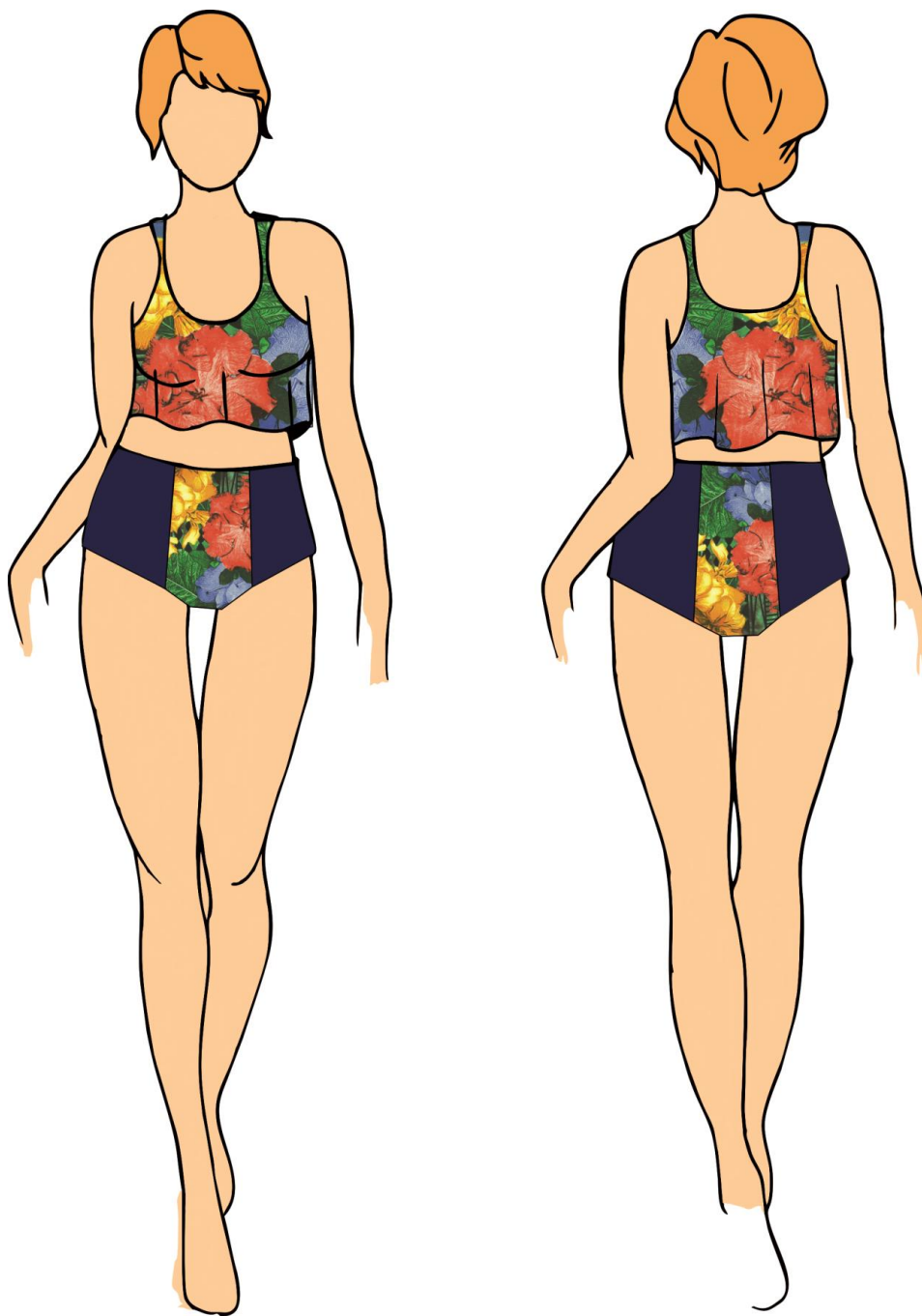


Figura 71 – Alternativa analisada 2 (look 25)
Fonte: Autora (2016)

Este look foi pensado para mulheres que possuem o biotipo oval. O *cropped* estampado com alças mais largas, garantem a sustentação dos seios e fazem desta peça uma alternativa para usar tanto na praia quanto na cidade. A calcinha com recortes nas laterais e estampados diminuem a silhueta e contornam o corpo, o acabamento à laser na parte inferior faz com que a peça fique mais confortável e se adeque melhor ao corpo.

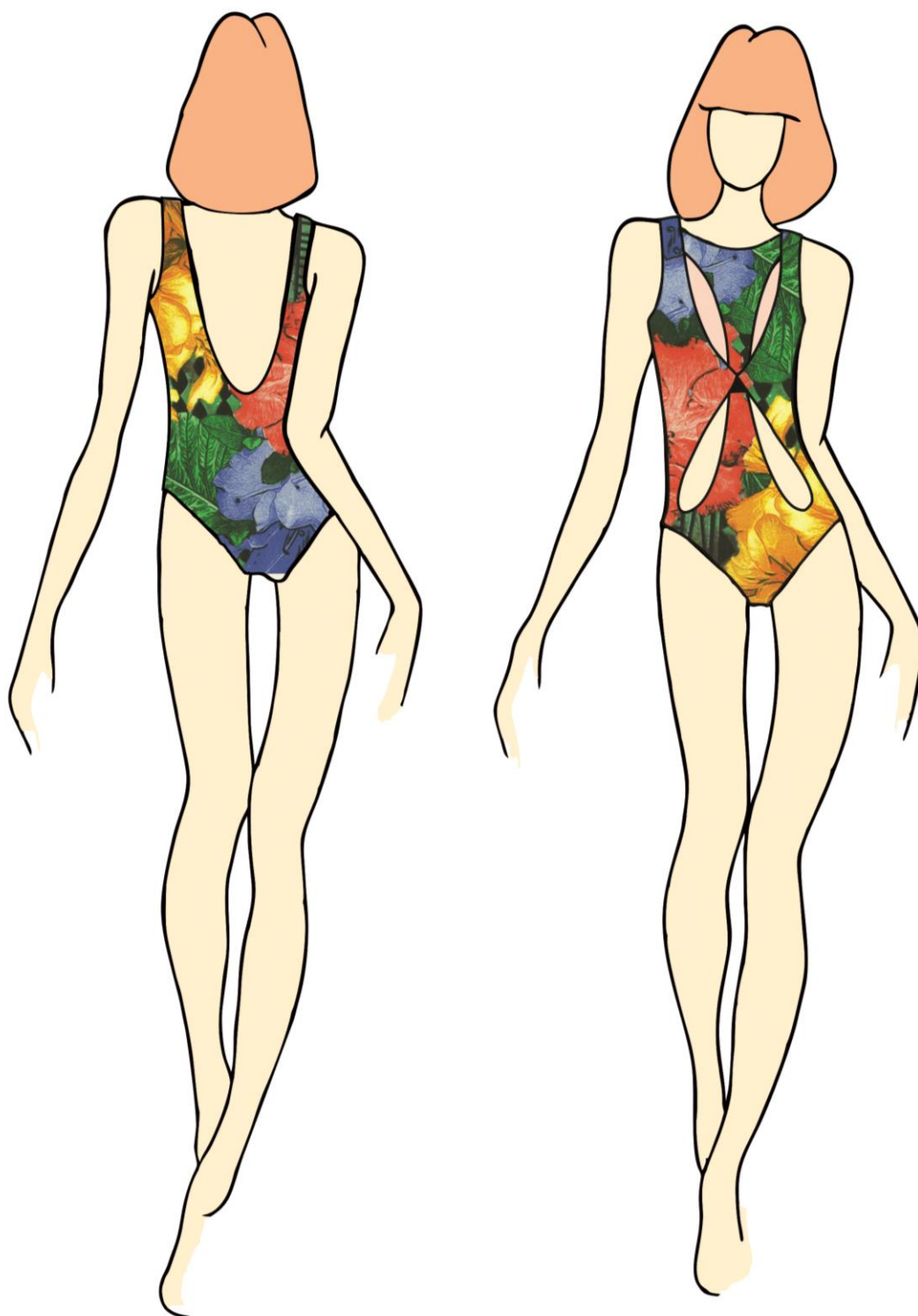


Figura 72 – Alternativa analisada 3 (look 16)
Fonte: Autora (2016)

Este Look foi desenvolvido para se adequar à mulheres que possuem um corpo retângulo com recortes para ressaltar a silhueta do corpo.

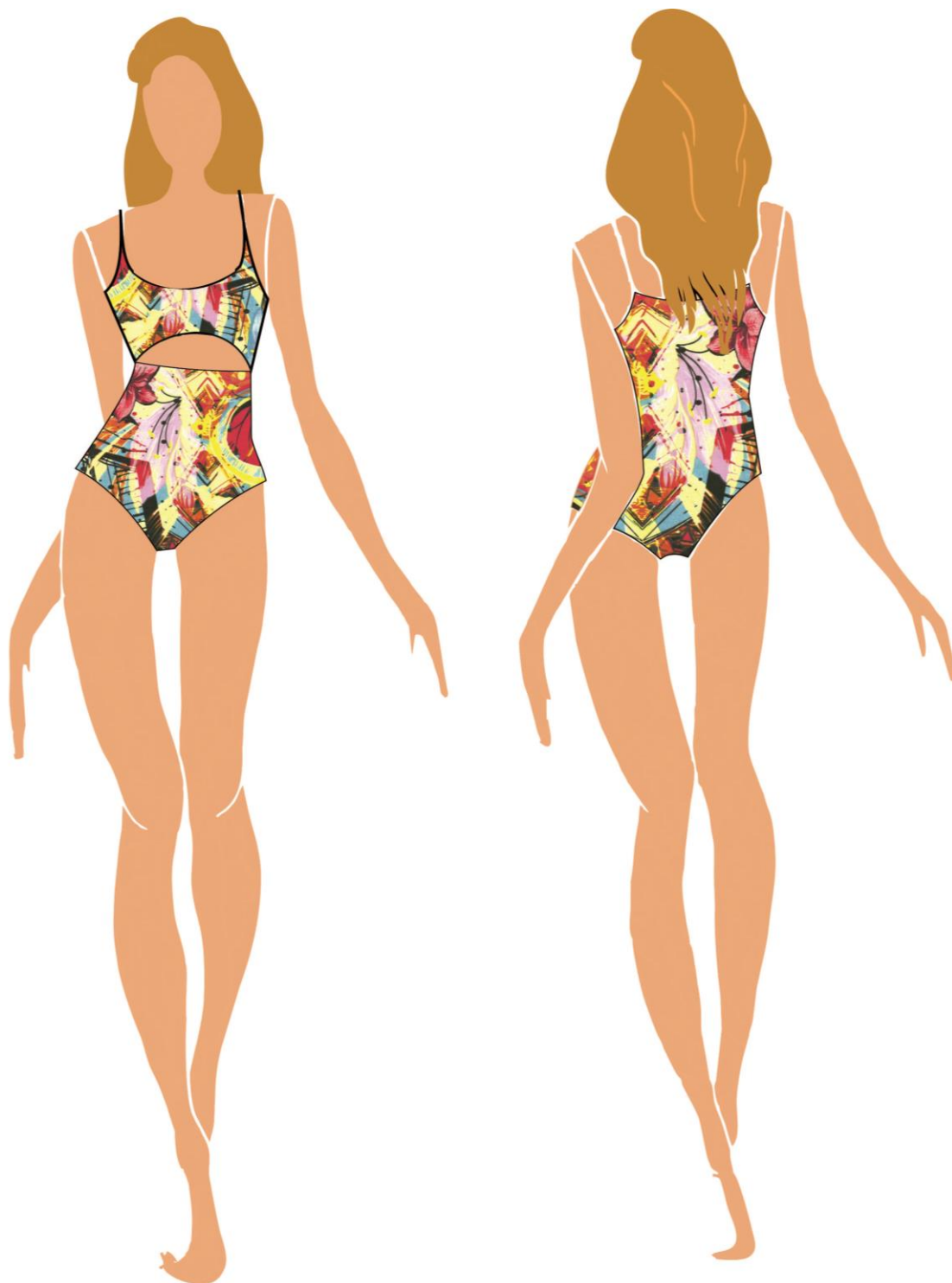


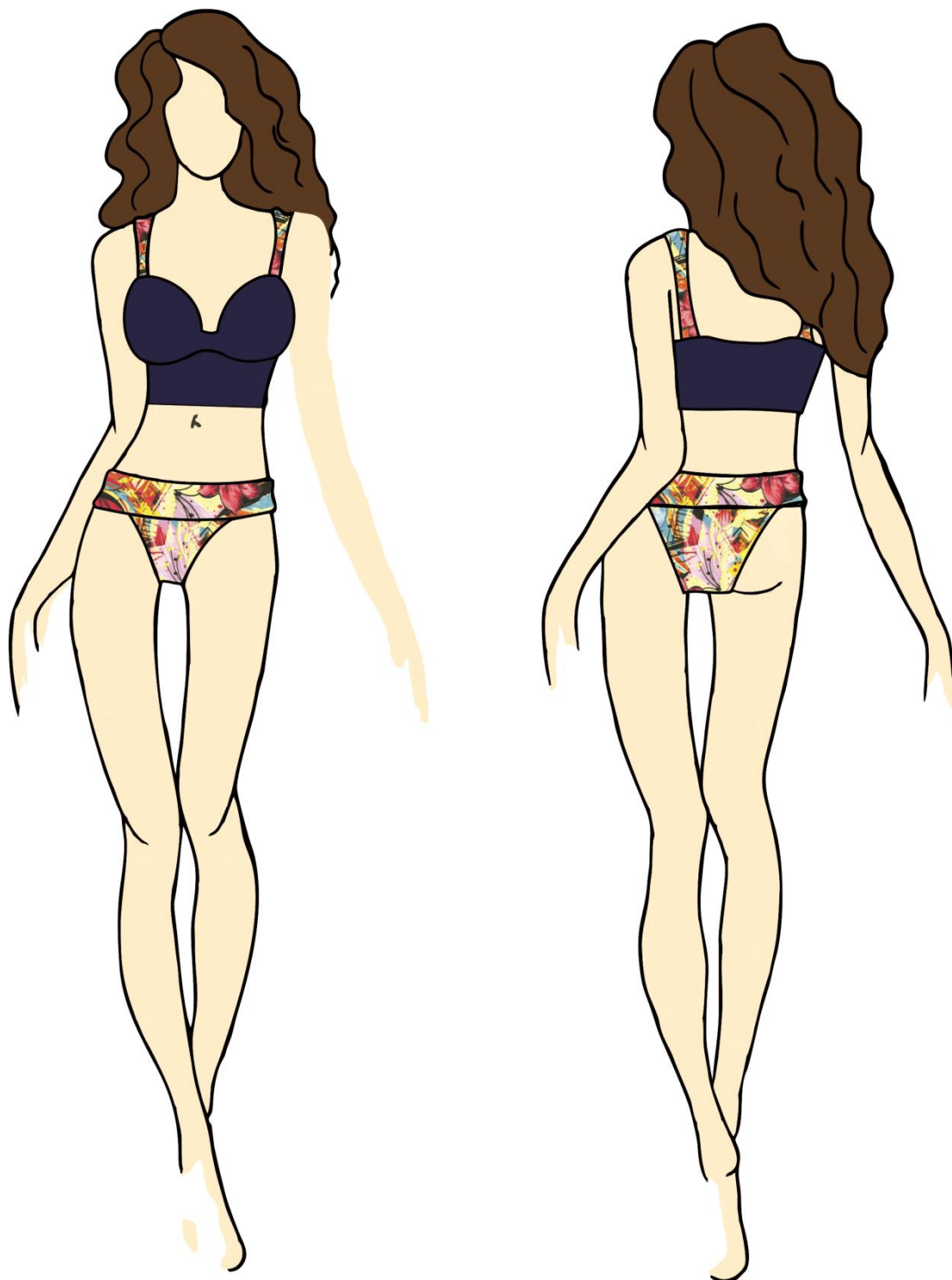
Figura 73 – Alternativa analisada 4(look 20)
Fonte: Autora (2016)

Este look foi desenvolvido com o intuito de ressaltar as curvas do corpo ampulheta e com o modelo com recorte na parte da frente e fechado na parte de trás pode ser usado com saia, shorts ou calça tornando-se um body ou cropped.



Figura 74 – Alternativa analisada 5 (look 12)
Fonte: Autora (2016)

Um Look pra se adaptar ao corpo triangulo que possui o quadril mais largo que o busto, ressaltando assim a parte superior do corpo com estampas, recortes e junção dos seios. Na parte inferior recortes estratégicos, levantam e diminuem o quadril, dando proporcionalidade ao corpo.



**Figura 75 – Alternativa analisada 6(look 05)
Fonte: Autora (2016)**

Este Look se adequa ao corpo triângulo invertido, com a circunferência do busto maior que a do quadril. Com seios grandes, a sustentação deste top com elástico largo no tórax e alças largas é o principal deste look. A parte inferior não tem costuras nas laterais para melhor se ajustar ao quadril, tornando o look confortável e que se ajuste bem ao corpo.

5.7 FICHAS TÉCNICAS DOS SELECIONADOS

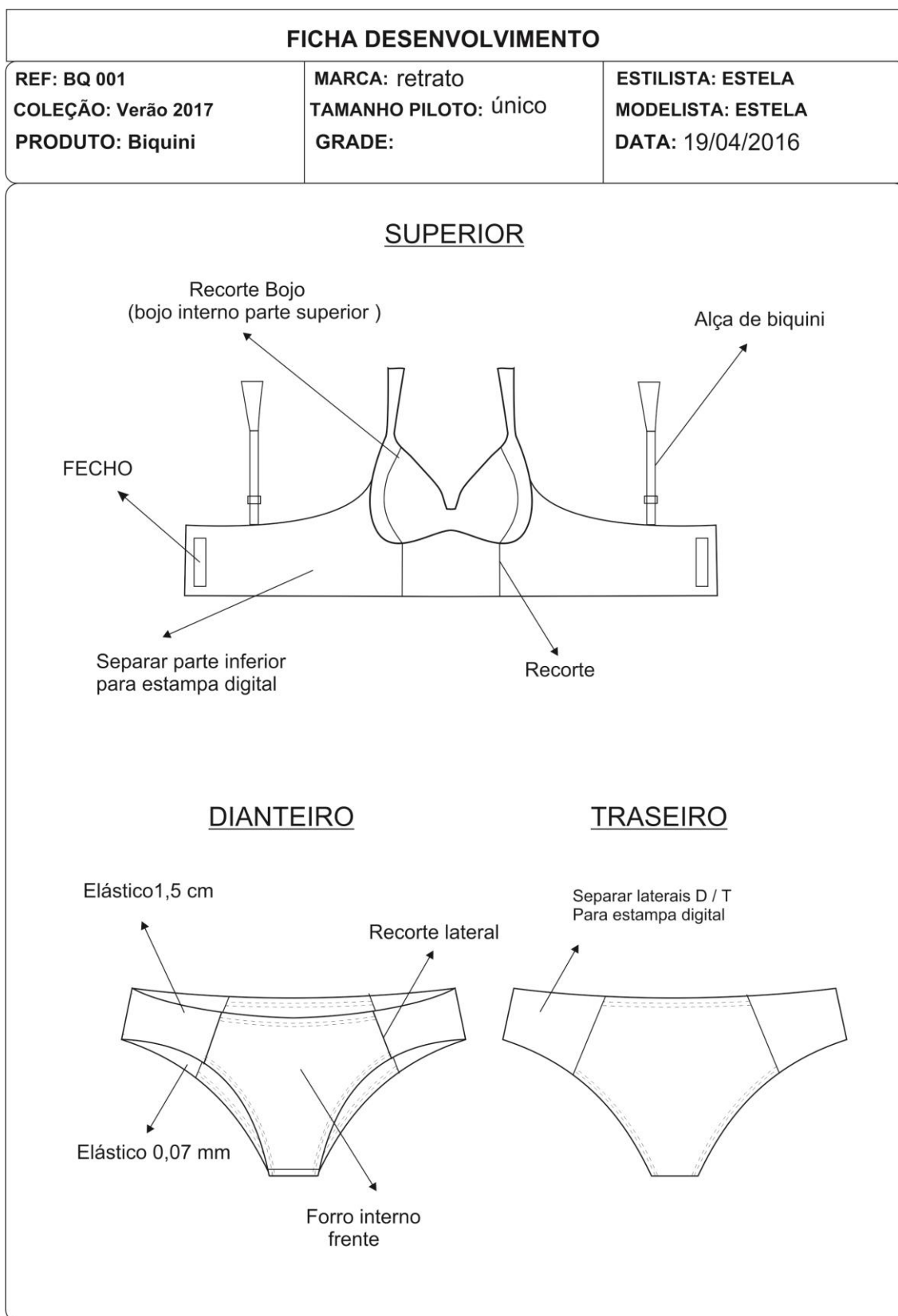


Figura 76 – Ficha técnica Ref 001
Fonte: Autora (2016)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Suplex	Costa Rica	86% poliamida 14% elastano	20 cm	R\$5,00
Lycra Praia	Rovantec Tecidos	82% poliamida 16% elastano	20 cm	R\$ 10,00
Forro	Rovantec Tecidos	100% polimida	20 cm	R\$5,00

AMOSTRAS				
				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Fecho com colchete	Tupi	preto	10 pares	R\$2,99
Barbatana	Tupi	branco	40 cm	R\$3,00
Regulador	Tupi	preto	2 pares	R\$3,00

ESTAMPARIA:

REF: 001
TAMANHO: 1 m²
VALOR: R\$10,00

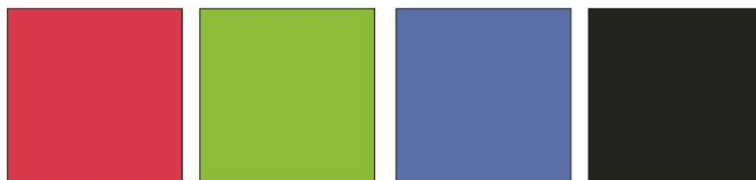
CORES:

Figura 77 – Ficha técnica Ref 001
Fonte: Autora (2016)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	SUPERIOR	
02		
03	UNIR RECORTE BAIXO BUSTO	OVERLOCK
04	FECHAR RECORTE BUSTO	OVERLOCK
05	PREGAR BOJO	OVERLOCK
06	PREPARAR ALÇA BIQUINI	OVERLOCK
07	PREGAR ALÇA	RETA
08	PREGAR BOJO	RETA
09	REBATER PARTE INFERIR SUPERIOR	MAQUINA DE ELÁSTICO
10		
11	INFERIOR	OVERLOCK
12	UNIR RECORTE LATERAL CALCINHA	OVERLOCK
13	UNIR LATERAL	OVERLOCK
14	UNIR FORRO NA PARTE DIANTEIRA	OVERLOCK
15	UNIR FUNDO CALCINHA	OVERLOCK
16	PREGAR ELÁSTICO CINTURA	MAQUINA DE ELÁSTICO
17	PREGAR ELÁSTICO PERNA	MAQUINA DE ELÁSTICO
18	REBATER ELÁSTICO CINTURA E PERNA	GALONEIRA
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		
31		

Figura 78 – Ficha técnica Ref 001
Fonte: Autora (2016)

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 002 COLEÇÃO: Aquario Urbano PRODUTO: Biquini Trinv	MARCA: retrato beachwear TAMANHO PILOTO: único GRADE:	ESTILISTA: Estela Munhoz Martins MODELISTA: Estela DATA: 22/06/2016
<p>The technical drawing illustrates the construction of a bikini set. It consists of four parts: a front view of the top, a back view of the top, a front view of the bottom, and a back view of the bottom. Labels indicate specific features: 'Alça estampada' (printed strap) for the shoulder straps, 'Bojo Liso' (smooth cup) for the bust cups, 'Elástico' (elastic) for the bottom edge of the top, 'Cós' (waistband) for the bottom, and 'Elástico com pesponto duplo' (double-stitched elastic) for the bottom edge of the bottom.</p>		

Figura 79 – Ficha técnica Ref 002
Fonte: Autora (2016)


TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Malha Poliamida Fitness	Costa Rica	91% poliamida 9% elastano	20 cm liso 20 cm estampado	R\$ 11,50
Forro Poliamida	Rovantec Tecidos	100% poliamida	50 cm	R\$ 5,00
AMOSTRAS				
				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Fio de overloque	Bonemania aviamentos	Branco	80 metros	R\$ 3,80
Linha	Bonemania aviamentos	Branco	80 metros	R\$ 3,80
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 80 – Ficha técnica Ref 002
Fonte: Autora (2016)

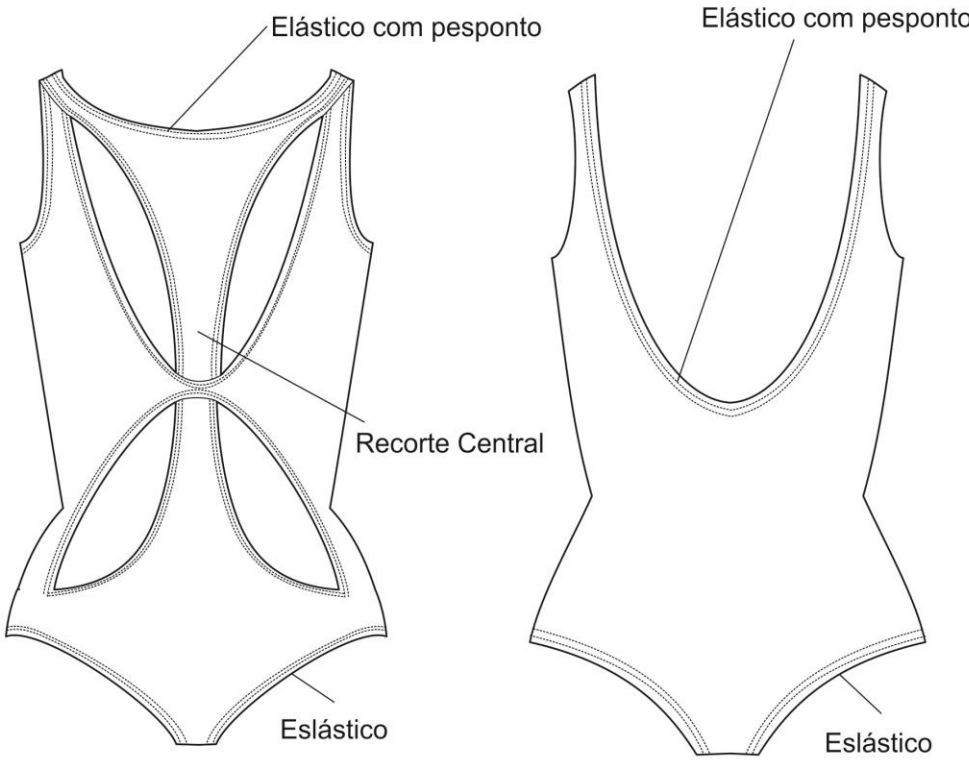
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 003 COLEÇÃO: Aquario Urbano PRODUTO: Maio Ret	MARCA: retrato beachwear TAMANHO PILOTO: único GRADE:	ESTILISTA: Estela Munhoz Martins MODELISTA: Estela DATA: 22/06/2016
 <p>The image displays two technical line drawings of a bikini top. The left drawing is the front view, showing a halter-style top with a central cutout and a wide elastic band at the bottom. The right drawing is the back view, showing a similar top with a wide elastic band at the bottom. Labels with leader lines point to specific features: 'Elástico com pesponto' (double-stitched elastic) at the top and bottom edges; 'Recorte Central' (central cutout) in the front view; and 'Eslástico' (elastic) at the bottom edge of both views.</p>		

Figura 82 – Ficha técnica Ref 003
Fonte: Autora (2016)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Malha Poliamida Fitness	Costa Rica	91% poliamida 9% elastano	50 cm	R\$ 12,50
AMOSTRAS				
				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Fio de overloque	Bonemania aviamentos	Branco	80 metros	R\$ 3,80
Linha	Bonemania aviamentos	Branco	80 metros	R\$ 3,80
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 83 – Ficha técnica Ref 003
Fonte: Autora (2016)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
	Junção do fundilho	overloque
	Colocação dos elásticos no recorte	overloque
	Junção do ombro	overloque
	Junção das laterais	overloque
	Viés no degolo e alça frente	galoneira
	Viés no decote e alça costas	galoneira
	Elástico nas cavas	overloque
	Elástico nos entrepernas	overloque
	Acabamento dos elásticos	galoneira

Figura 84 - Ficha técnica Ref 003
 Fonte: Autora (2016)

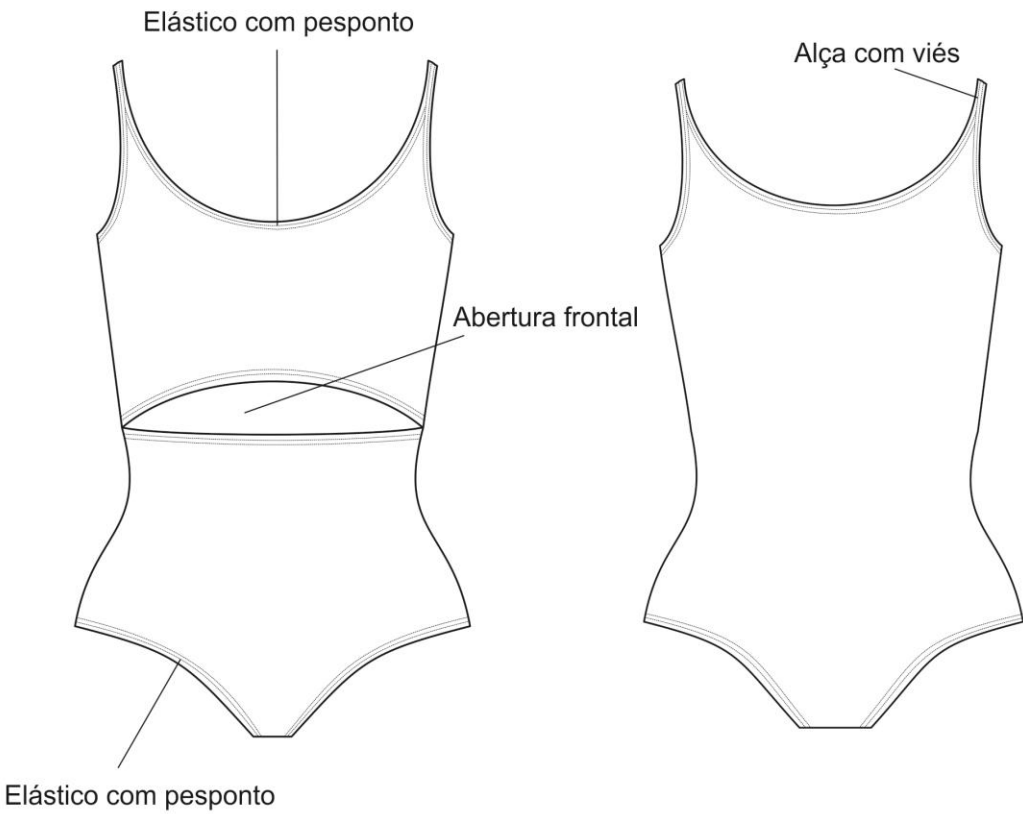
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 004 COLEÇÃO: Aquario Urbano PRODUTO: Maio Amp	MARCA: retrato beachwear TAMANHO PILOTO: único GRADE:	ESTILISTA: Estela Munhoz Martins MODELISTA: Estela DATA: 22/06/2016
 <p>Elástico com pesponto</p> <p>Abertura frontal</p> <p>Alça com viés</p> <p>Elástico com pesponto</p>		

Figura 85 – Ficha técnica Ref 004
Fonte: Autora (2016)


TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Malha Poliamida Fitness	Costa Rica	91% poliamida 9% elastano	50 cm	R\$ 12,50
AMOSTRAS				
				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Fio de overloque	Bonemania aviamentos	Branco	80 metros	R\$ 3,80
Linha	Bonemania aviamentos	Branco	80 metros	R\$ 3,80
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 85 – Ficha técnica Ref 004
Fonte: Autora (2016)


SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
	Junção do fundilho	overloque
	Colocação do elástico frente calcinha	overloque
	Colocação do elástico frente top parte inferior	overloque
	Junção das laterais	overloque
	Viés no degolo e alça frente	galoneira
	Viés no degolo e alça costas	galoneira
	Elástico nas cavas	overloque
	Elástico nos entrepernas	overloque
	Acabamento dos elásticos	galoneira
	Reforço da alças	travete
	Colocação do Bojo	manual

Figura 87 - Ficha técnica Ref 004
Fonte: Autora (2016)

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 005 COLEÇÃO: Aquario Urbano PRODUTO: Biquini OV	MARCA: retrato beachwear TAMANHO PILOTO: único GRADE:	ESTILISTA: Estela Munhoz Martins MODELISTA: Estela DATA: 22/06/2016
<p>The technical drawing shows four views of a bikini. The top row shows the front and back views of the bikini top, both labeled 'Pesponto duplo' (double hem) at the neckline. The back view also has a label 'Estampa' (print) pointing to the side. The bottom row shows the front and back views of the bikini bottom. The front view has labels 'Pesponto duplo' at the waistband, 'Estampa' on the center, and 'Recorte' (cut) at the side seam. The back view has labels 'Estampa' on the center, 'Elástico' (elastic) at the waistband, and 'Liso' (smooth) on the side panel.</p>		

Figura 88 – Ficha técnica Ref 005
Fonte: Autora (2016)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Malha Poliamida Fitness	Costa Rica	91% poliamida 9% elastano	20 cm liso 20 cm estampado	R\$ 11,50
Forro Poliamida	Rovantec Tecidos	100% poliamida	50 cm	R\$ 5,00

AMOSTRAS				
				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Fio de overloque	Bonemania aviamentos	Branco	80 metros	R\$ 3,80
Linha	Bonemania aviamentos	Branco	80 metros	R\$ 3,80

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

VARIAÇÃO CORES				

Figura 89 – Ficha técnica Ref 005
Fonte: Autora (2016)

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 006 COLEÇÃO: Aquario Urbano PRODUTO: Biquini Train	MARCA: retrato beachwear TAMANHO PILOTO: único GRADE:	ESTILISTA: Estela Munhoz Martins MODELISTA: Estela DATA: 22/06/2016
<p>The technical drawing shows four views of a bikini set. The top row shows the front and back views of the bikini top. The front view labels include 'estampa' (print), 'Bojo' (cup), 'elástico pesponto' (elastic trim), 'liso' (smooth), and 'recorte' (cutout). The back view labels include 'fecho amarração' (closure), 'bojo' (cup), 'estampa' (print), and 'elástico' (elastic). The bottom row shows the front and back views of the bikini bottom. The front view labels include 'liso' (smooth) and 'elástico' (elastic). The back view labels include 'liso' (smooth) and 'recorte - estampa' (cutout - print).</p>		

Figura 91 – Ficha técnica Ref 006
Fonte: Autora (2016)



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Suplex	Costa Rica	86% poliamida 14% elastano	50 cm	R\$ 10,00
Lycra Praia	Rovantec Tecidos	82% poliamida 18% elastano	50 cm	R\$ 15,00
Forro Poliamida	Rovantec Tecidos	100% poliamida	50 cm	R\$ 5,00
AMOSTRAS				
				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Fio de overloque	Bonemania aviamentos	Branco	80 metros	R\$ 3,80
Linha	Bonemania aviamentos	Branco	80 metros	R\$ 3,80
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 92 – Ficha técnica Ref 006
Fonte: Autora (2016)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
	junção do recorte traseiro calcinha	overloque
	junção do fundilho calcinha	overloque
	fechamento das laterias calcinha	overloque
	colocar elástico na cintura calcinha	overloque
	colocar elásticos nas pernas calcinha	overloque
	acabamento do elásticos calcinha	galoneira
	encaixe do bojo top	overloque
	junção dos recortes frontais top	overloque
	junção do recorte das costas	overloque
	junção das laterais	overloque
	colocação do elástico na parte inferior frontal top	overloque
	viés nas cavas	galoneira
	acabamento dos elásticos top	galoneira

Figura 93 – Ficha técnica Ref 006
Fonte: Autora (2016)

5.8 LOOKS CONFECCIONADOS (FRENTE COSTAS E PERFIL)



Figura 94– Look Confeccionado Ref 001
Fonte: Autora (2016)



Figura 95 – Look Confeccionado Ref 002
Fonte: Autora (2016)



Figura 96 – Look Confeccionado Ref 003
Fonte: Autora (2016)



Figura 97– Look Confeccionado Ref 004
Fonte: Autora (2016)



Figura 98 – Look Confeccionado Ref 005
Fonte: Autora (2016)



Figura 99 – Look Confeccionado Ref 006
Fonte: Autora (2016)

5.9 DOSSIÊ ELETRÔNICO

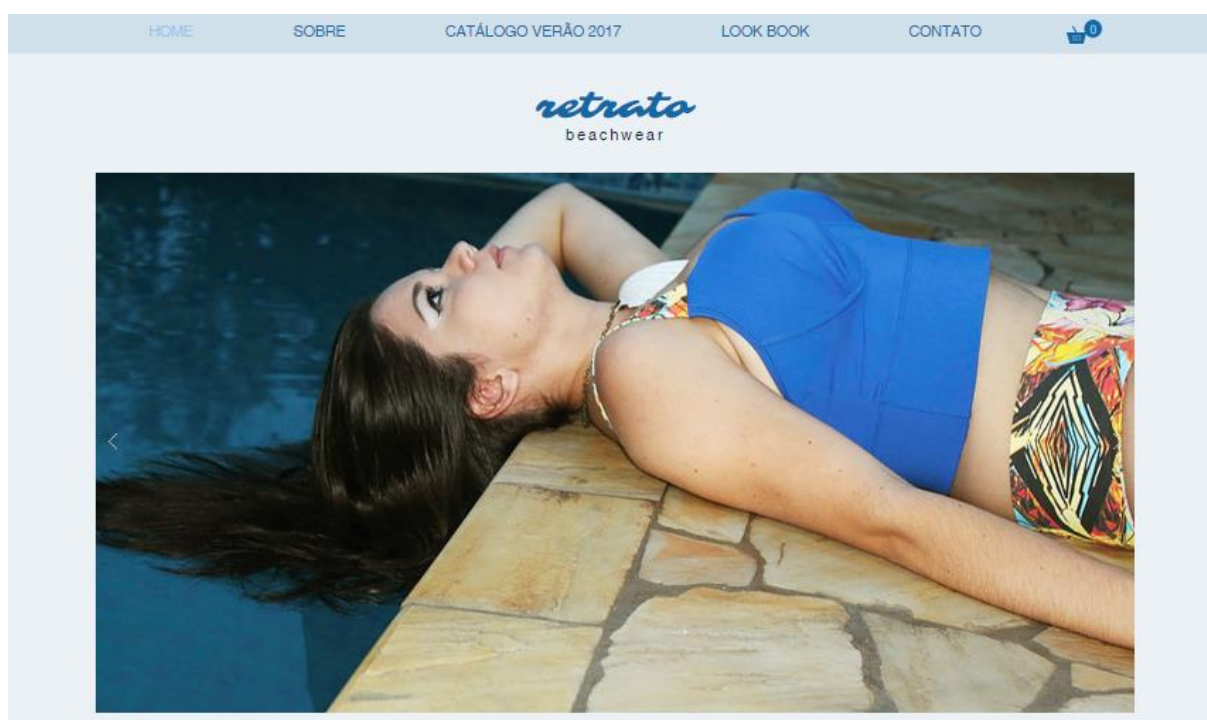


Figura 100 – Página inicial dossiê eletrônico
Fonte: Autora (2015)

5.10 CATÁLOGO IMPRESSO

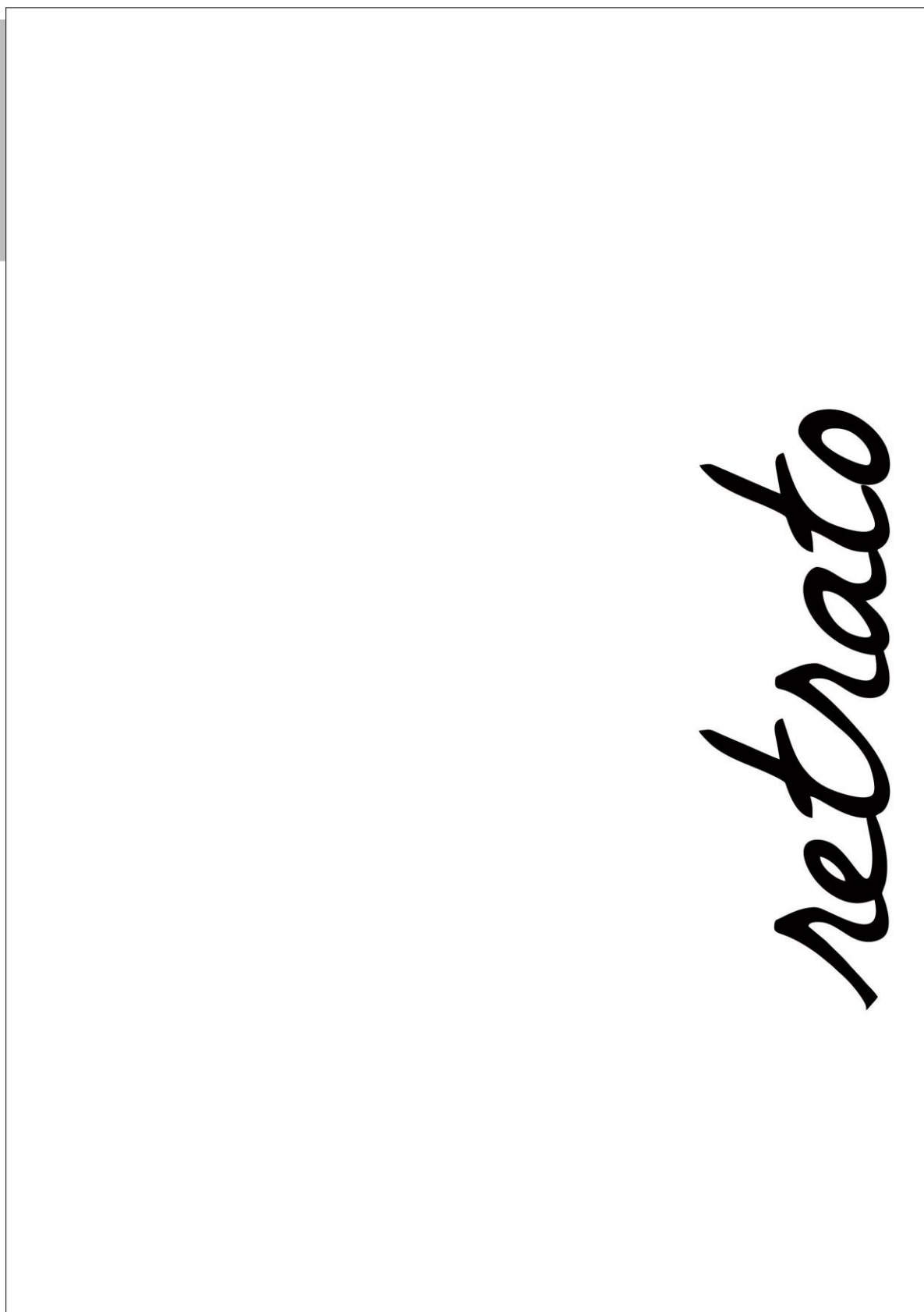


Figura 101 – Catálogo página 1
Fonte: Autora (2016)

AQUÁRIO URBANO

Retrato traz em sua mais nova coleção “Aquário Urbano”, seu conceito com inspirações nas vivências praianas e nas ondas que estes momentos oferecem. Destacamos os movimentos fluidos, reflexos do oceano, olhares transparentes, envolvendo a biota e a tecnologia urbana. Lançando luzes de liberdade para o verão 2017, a marca se torna líquida nos sentimentos daquelas que se identificam.

A coleção Aquário Urbano verão 2017 traz a inovação no processo de cada peça e o design voltado para a qualidade e conforto, utilizando tecidos estruturados e materiais diferenciados, dando exclusividade as peças, que foram inspiradas na macrotendência Elemental reconhecendo a importância da auto aceitação, desenvolvidas para mulheres autoconfiantes que buscam a diferenciação. As micro tendências escolhidas destacam as cores praianas com materiais e estruturas diferenciadas.

A coleção se inspirada na cidade de Cancun - México, fazendo a junção da tranquilidade praiana com o movimento dos grandes centros urbanos. Localizada a leste do Mar do Caribe, México, Cancún possui praias com areias brancas e águas com sete tons de azul cristalino. Se encontra na rota dos destinos mais comentados do mundo, com vida noturna agitada, ilhas paradisíacas e resorts.

COLEÇÃO

Figura 103 – Catálogo página 3
Fonte: Autora (2016)



Figura 104 – Catálogo página 4
Fonte: Autora (2016)



Figura 105 – Catálogo página 5
Fonte: Autora (2016)



Figura 106 – Catálogo página 6
Fonte: Autora (2016)



Figura 107 – Catálogo página 7
Fonte: Autora (2016)



Figura 108 – Catálogo página 8
Fonte: Autora (2016)



Figura 109 – Catálogo página 9
Fonte: Autora (2016)



Figura 110 – Catálogo página 10
Fonte: Autora (2016)



Figura 111 – Catálogo página 11
Fonte: Autora (2016)



Figura 112 – Catálogo página 12
Fonte: Autora (2016)



Figura 113 – Catálogo página 13
Fonte: Autora (2016)



Figura 114 – Catálogo página 14
Fonte: Autora (2016)



Figura 115 – Catálogo página 15
Fonte: Autora (2016)



Figura 116 – Catálogo página 16
Fonte: Autora (2016)

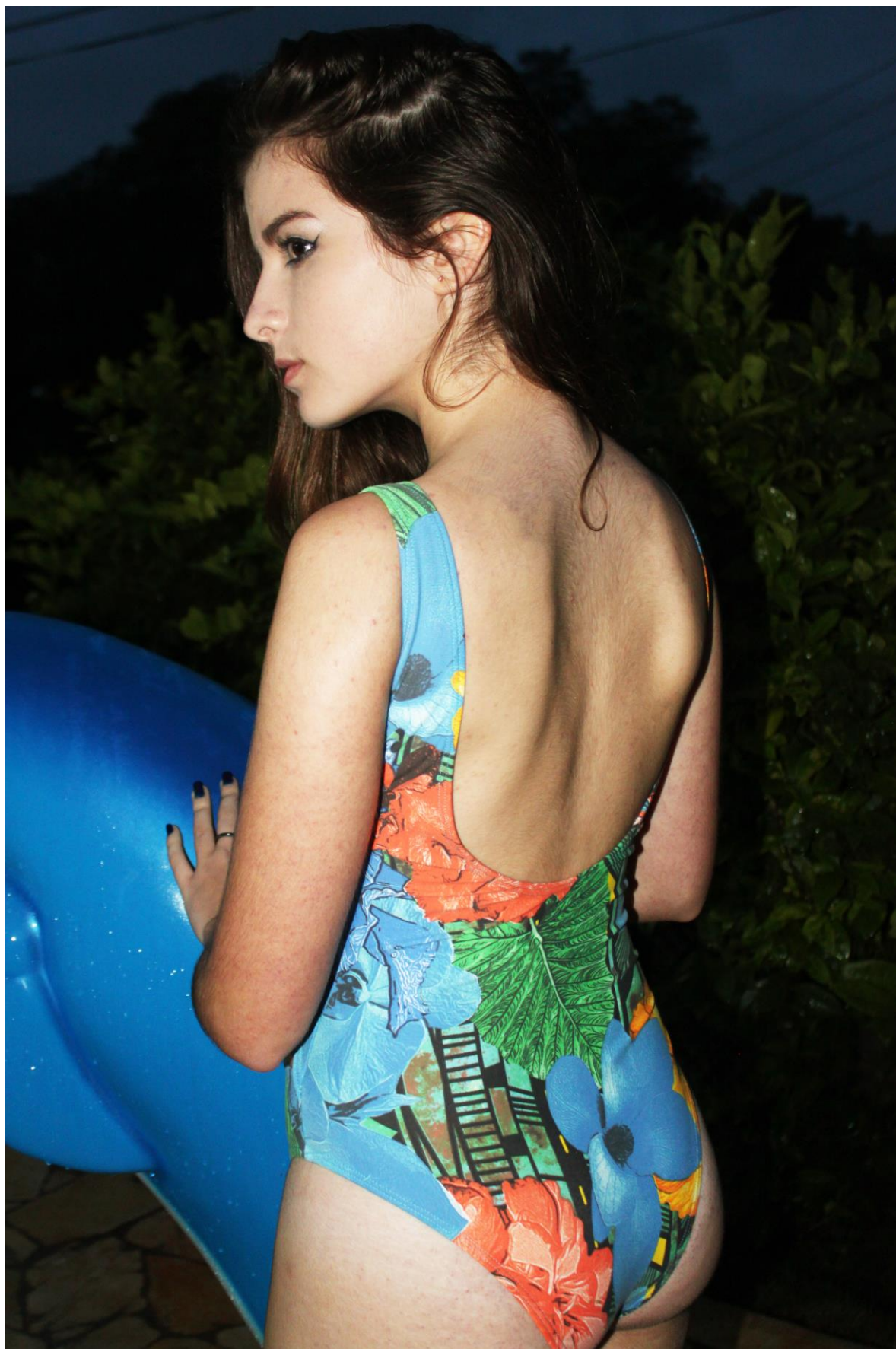


Figura 117 – Catálogo página 17
Fonte: Autora (2016)



Figura 118– Catálogo página 18
Fonte: Autora (2016)



Figura 118 – Catálogo página 19
Fonte: Autora (2016)



Figura 120 – Catálogo página 20
Fonte: Autora (2016)



Figura 121 – Catálogo página 21
Fonte: Autora (2016)

Coordenação
Estela Munhoz Martins

Produção e Fotografia
Camila Jéssica de Sousa

Modelos
Isabella Camilo Munhoz
Isabella Teobaldo
Larissa Munhoz Martins

Edição
Caroliny Frizo

Apoio
Rita de Cassia Munhoz Martins
Laerte de Souza Martins

Figura 122 – Catálogo página 22
Fonte: Autora (2016)

5.11 DESFILE

O desfile contará com uma produção de moda, onde as modelos entrarão com roupões individuais, uma delas entrará com uma mochila transparente cheia de água com um peixe vivo dentro, simbolizando um aquário. Todas as modelos estarão descalças para melhor representar o estilo praiano. A produção é baseada no micro tendência escolhida.

Os penteados serão feitos com tranças diferentes umas das outras e cabelos soltos, para mostrar a individualidade e diferenciação de cada mulher.



Figura 123 – Cabelo para desfile
Fonte: Adaptado (2016)

A maquiagem terá marcação nos olhos com delineador, e diferentes cores na parte de baixo, combinando com as estampas dos looks. A boca terá aspecto molhado feito com *gloss* transparente.



Figura 124– Maquiagem desfile
Fonte: Adaptado (2016)

Kygo - Firestone ft. Conrad Sewell foi a música escolhida, por ter uma batida que lembre as noites agitadas de Cancun com partes calmas que transmitem a leveza do mar.

I'm a flame short of fire
 I'm the dark in need of light
 When we touch you inspire
 Feel it changin' me tonight
 So take me up take me higher
 There's a world not far from here
 We can dance in desire
 Or we can burn in love tonight

Our hearts are like
 Firestones
 And when they strike
 We feel the love
 Sparks will fly
 They ignite our bones
 And when they strike
 We light up the world

We light up the world
 Oh-whoa
 World
 Oh-whoa
 Firestone

I'm from X
 You're from Y
 Perfect strangers in the night
 Here we are, come together
 To the world we'll testify

Our hearts are like
 Firestones
 And when they strike
 We feel the love
 Sparks will fly
 They ignite our bones
 And when they strike
 We light up the world

We light up the world
 We light up the world
 Oh-whoa
 World
 Oh-Whoa
 Firestone

Figura 125– Firestone
Fonte: Vagalume (2016)

Eu sou uma pequena chama do fogo
 Eu sou o escuro que precisa da luz
 Quando nos tocamos você inspira
 Sinto que está me mudando esta noite
 Então me leve, leve-me mais alto
 Há um mundo não muito longe daqui
 Podemos dançar no desejo
 Ou podemos queimar de amor esta noite

Nossos corações são como
 Pedras resistentes ao fogo
 E quando eles atacam
 Sentimos o amor
 Faíscas vão voar
 Eles inflamam nossos ossos
 E quando eles atacam
 Nós iluminamos o mundo

Nós iluminamos o mundo
 Oh, Whoa
 Mundo
 Oh, Whoa
 Pedra resistente ao fogo

Eu sou de X
 Você é de Y
 Perfeitos estranhos na noite
 Aqui estamos, reunidos
 Para o mundo que vamos testemunhar

Nossos corações são como
 Pedras resistentes ao fogo
 E quando eles atacam
 Sentimos o amor
 Faíscas vão voar
 Eles inflamam nossos ossos
 E quando eles atacam
 Nós iluminamos o mundo

Nós iluminamos o mundo
 Nós iluminamos o mundo
 Oh, Whoa
 Mundo
 Oh-Whoa
 Pedra resistente ao fogo

Figura 126– Pedra de fogo
Fonte: Vagalume (2016)

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma vez que a pesquisadora vivencia a problemática em questão e convive em meio a mulheres que também expõem os mesmo relatos, contatou-se assim a dificuldade de encontrar modelos do segmento *beachwear*, onde este vinha sendo desenvolvido de modo padrão para todas as mulheres, sendo diferenciado apenas pelos tamanhos, sem preocupação com o desenvolvimento de um novo modelo que busque um design inovador. Neste estudo ressaltou-se a diferença entre os corpos femininos existentes e a falta de produto neste segmento que atenda a qualidade estética e funcional.

Adaptando a modelagem de acordo com as necessidades estéticas e funcionais, compreendendo os conceitos e aplicações da inovação, o âmbito da inovação dentro do design, tendo estudo ergonômico com foco na qualidade estética e funcional com foco no conforto do público em questão, presou-se por uma pesquisa de segmentos moda praia e desenvolvimento de modelagem adequada para os diferentes tipos de corpos femininos. O método de pesquisa utilizado neste projeto se baseia na pesquisa de caráter explicativo, que procura identificar fatores que contribuem para a ocorrência dos fenômenos, podendo assim controlar as variáveis possíveis e compreender os métodos de produção.

A partir destes estudos criou-se então uma marca que produza coleções com produtos do segmento *beachwear* que se adequem a cada tipo de corpo, tendo como principal objetivo a satisfação de suas clientes, a valorização do corpo e a individualidade de cada mulher.

REFERÊNCIAS

A inovação: definição, conceitos e exemplos <<http://inventta.net/quem-somos>> Acesso em: 18 set. 2015.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5 edição. São Paulo: Atlas, 2002.

ARAÚJO, Mário de. **Tecnologia do Vestuário**. Lisboa Gulbenkian, 1996

BALDWIN, Nick. **A inovação: Definição conceitos e exemplos**. Inventta, 2015

BORJA DE MOZOTA, Brigitte. **Design management: using design to build brand value and corporate innovation**. New York: Allworth Press, 2003.

BRAGA, João. **Um século de moda**. Editora D'Livros. 2013

BRAGA, João; PRADO, Luis André do. **História da moda no Brasil**. São Paulo: Pyxis, 2011.

Calça Firmadora Estética Liz. Disponível em: <lingerie.com.br/prod,idloja,159,origem,mucca,idproduto,2706792,calca-firmadora-estetica-liz--50590?utm_source=mucca&utm_medium=cpa&utm_campaign=mucca> Acesso maio 2016

Calcinha com enchimento. Disponível em: <tudodelingerie.com.br/calcinha-com-enchimento-a-calcinha-do-bumbum.html> Acesso Maio 2016

Calcinha sem costura cóis alto invisível. Disponível em: <2rios.com/calcinha/calcinha-sem-costura-cos-alto-invisivel#descricao> Acesso em maio 2016

Cinco fotos polêmicas marcaram debate sobre ideais de beleza. Disponível em: <g1.globo.com/mundo/noticia/2012/11/cinco-fotos-polemicas-marcaram-debate-sobre-ideais-de-beleza> Acesso em abril 2016

COLE, Thomas G. et al. **(The) Bikini: Embodying the Bomb**. Genders, n. 53, 2011.

Coleção Água de Coco Verão 2016. Disponível em: <gpormimmesma.blogspot.com.br/2015_10_01_archive.> Acesso maio 2016

Conceito Fitsense Liz, disponível em: www.liz.com.br/fitsense. Acesso em fevereiro 2016

CORREIO, Xenia Miranda Salvetti. **As roupas nas práticas corporais e esportivas: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência** (435-444), 2014.

COSTA, S. A., Brites, M. M., FURUYA, D. C., COSTA, S. M. **Tecnologia e vestuário esportivo**, 2011.

CRAWFORD, A.C. **The art of fashion draping**. New York, Fairchild, 1998

DE MORAES, Anamaria; MONT'ALVÃO, Cláudia. **Ergonomia: conceitos e aplicações**. 2ab, 2000.

DE TOLEDO, José Carlos. **Gestão da mudança da qualidade de produto**. Gestão & Produção, v. 1, n. 2, p. 104-124, 1994.

DEMO, Pedro. **Metodologia do conhecimento científico**. Atlas, 2000.

Franzato, Carlo. "O processo de inovação dirigida pelo design: um modelo teórico." REDIGE 2.1 (2011).

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. 6 Edição, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1996.

GOMES FILHO, JOÃO. **Ergonomia do objeto**, 2003.

História da maca Liz, disponível em: www.liz.com.br/blog/2012/01/nossa-história. Acesso em março 2015

Inova modas caderno de tendências verão 2016/2017. SEBRAE Rio de Janeiro 2015

Instituto Nacional da Propriedade Industrial, disponível em <http://www.inpi.gov.br/>
Acesso em set 2015

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10a Edição, 7º reimpressão.

Lau, Liliane. **Formato do seu corpo. Consutoria de imagem**, 2013, disponível em:
<http://www.lilianelau.com.br/o-formato-do-seu-corpo/> acesso em outubro, 2015

MAIA, Raquel Carvalho. **Memórias da moda praia no brasil: um estudo da marca Manvar**. Moda documenta, 2015

MARTINS, R.; MERINO, E. **A Gestão do Design como Estratégia Competitiva**, Rio de Janeiro: Rio Books, 2011.

MARZANO, Stefano. **Finding your sculpture**. In: IDSA/ICSID CONNECTING'07 CONGRESS, San Francisco, 2007.

MEDEIROS, Graça. **Apostila Psicologia Geral**. 2012

Método de produção Triumph, disponível em: www.triumph.com/br. Acesso em março 2017.

MONTMOLLIN, Maurice de. **L'ergonomie**. Paris: La Découverte, 1996

O que é ergonomia. Disponível em:

abergo.org.br/internas.php?pg=o_que_e_ergonomia> Acesso maio 2016

Prentice Hall, 2000.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**-2ª Edição. Editora Feevale, 2013.

QUEIROZ, Julia Atroch; ROCHA, Maria Alice Vasconcelos. **A complexidade do processo de inovação em produtos de moda-vestuário**. 11º Colóquio de Moda, 2015.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima. **Projetando moda: diretrizes para a concepção de produtos. Design de Moda: olhares diversos.** São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre os lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico.** São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda, 1997.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** Cortez editora, 2014

SHELDON, William Herbert. **Somatotype theory** 1940

SOARES, Carmen Lúcia. **As roupas nas práticas corporais e esportivas: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência.** 2011.

SOUTINHO, H. F. C. **Vestuário desportivo: novos desenvolvimentos e novas funcionalidades.** 2006. Tese de Doutorado. Dissertação apresentada para obtenção de título de mestre em Design e Marketing Têxtil pelo Departamento de Engenharia Têxtil da Universidade do Minho, Guimarães (Portugal).

SOUZA, Walkiria Guedes de. **Modelagem no Design do Vestuário,** 2007.

Tabela de medidas Loungerie. Disponível em: <loungerie.com.br/o-sutia-perfeito.html tabela de medidas loungerie> Acesso maio 2016

Tabela de medidas Thiago Medina. Disponível em: <cerejanpimenta.wordpress.com/2012/11/16/>

Tabela de Medidas Triumph. Disponível em: <triumph.com/br/pt/727.html#.V170Y9lrLIU>

TIDD, Joe; BESSANT, Joe. **Gestão da inovação-5.** Bookman Editora, 2015.

TIGRE, PAULO. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia no Brasil.** Elsevier Brasil, 2006.

TIRONI, M. Rita. **“Conexões” design estratégico e economia criativa: inovação além do design de moda.** 10º Colóquio de Moda, 2014.

TOLEDO, José Carlos. **Gestão da mudança da qualidade de produto**. Gestão & Produção, v. 1, n. 2, p. 104-124, 1994.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. D. Treptow, 2003.

Triumph International Lingerie. Disponível em: <http://www.triumph.com/br/pt/index.html#.Vi55tn6rTIU>> Acesso em set 2015.

URBAN, Glen L.; HAUSER, John R.; URBAN, Glen L. **Design and marketing of new products**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1993.

US. United States Patent (Estados Unidos da América). Louis Brumberger. US3255754 A, 13 ago. 1963, 14 jun. 1966

US. United States Patent (Estados Unidos da América). Sheilah A. Van Sisseren, Andrea J. Staub, Tory M. Cross. US8631515 B2, 26 out. 2010, 21 jan. 2014.

US. United States Patent. (Estados Unidos da América). Andre Green. US5749768 A, 26 mar. 1997, 12 maio 1998

US. United States Patent. (Estados Unidos da América). Joanna M. Newman. US7118444 B2, 12 ago. 2003, 10 out. 2006.

US. United States Patent. (Estados Unidos da América). Joanna M. Newman. US8337275 B2, 15 abr. 2011, 25 dez. 2012.

US. United States Patent. (Estados Unidos da América). Kay Cohen. US7871305 B2, 9 jun. 2006, 18 jan. 2011.

WGSN. Tendências 2017. Disponível em: www.westwing.com.br/magazin/inspiracao/wgsn-tendencias-da-vanguarda. Acesso em Fevereiro 2016

ANEXO A - Estudo para tabela de medidas

Para criação de uma tabela de medidas adaptada aos diferentes biótipos femininos, foram estudados os métodos das marcas de moda íntima Lougerie, Liz e Triumph, que fazem seus produtos prezando o conforto e qualidade. Este estudo foi feito para adaptar uma tabela no segmento moda praia.

O sutiã perfeito para VOCÊ

Um sutiã Liz, com toda a sua tecnologia, modelagem e solução precisa ser vestido em seu tamanho perfeito.
Fit Sense é um serviço da Liz conceituado em 2007, que capacita tecnicamente profissionais de vendas para oferecerem às consumidoras a experiência de provar e usar o sutiã no tamanho correto.

BIOTIPOS

TAMANHO	TIPO	PROPORÇÃO	
SEIOS	PEQUENOS	Separados Juntos	Seios MENORES que as costas 
	MÉDIOS	Firmes Flácidos	Seios PROPORCIONAIS que as costas 
	GRANDES	Volúmosos Espalhados	Seios MAIORES que as costas 
	EXTRAGRANDES	Siliconados Mamilos salientes	

TAMANHO	BIOTIPO	TENDÊNCIA
CINTURA QUADRIS GLÚTEOS COXAS	MAGRO	BIÓTIPO PERA Cintura fina Quadril largo  <ul style="list-style-type: none"> - Coxas grossas - Culote - Glúteos avantajados - Abdome bem-definido
	IDEAL	BIÓTIPO MAÇÃ Cintura larga Quadril estreito  <ul style="list-style-type: none"> - Coxas finas - Glúteos achatados - Estômago e abdome com acúmulo de gordura
	SOBREPESO OBESO	BIÓTIPO EQUILIBRADO Cintura e quadril proporcionais  <p>O equilíbrio pode ser tanto para os biótipos magros como para o mais gordinho</p>

Descubra o seu tamanho Liz

PRIMEIRO PASSO:
Identificar o tamanho das costas

38
40
42
44
46
48
50

SEGUNDO PASSO:
Identificar o tamanho dos seios

Seios MENORES que as costas	A
Seios PROPORCIONAIS às costas	B
Seios 1 tamanho MAIOR que as costas	C
Seios 2 tamanhos MAIORES que as costas	D
Seios 3 tamanhos MAIORES que as costas	DD
Seios 4 tamanhos MAIORES que as costas	F
Seios 5 tamanhos MAIORES que as costas	G



Bojo: A B C D D D F G
Costas: 38 40 42 44 46 48 50

TERCEIRO PASSO: COMBINAR

Tamanho COSTAS (número)

+

Tamanho SEIOS (letra)

=

Tamanho LIZ

Figura 127 – Tabela de Medidas Liz
Fonte: Liz (2016)

medidas Lougerie

número lougerie	tórax CM		taça CM									
	de	a	A		B		C		D		E	
			de	a	de	a	de	a	de	a	de	a
40	63	67	74	78	78	82	82	86	86	90	90	94
42	68	72	78	82	82	86	86	90	90	94	94	98
44	73	77	82	86	86	90	90	94	94	98	98	102
46	78	82	76	90	90	94	94	98	98	102	102	106
48	83	87	90	94	94	98	98	102	102	106	106	110
50	88	92	94	98	98	102	102	106	106	110	110	114
52	93	97	98	102	102	106	106	110	110	114		

Descobrir a medida do seu sutiã perfeito é simples! Com uma fita métrica, meça o tórax, passando-a pelas costas, logo abaixo dos seios. Depois, o tamanho do busto, passando a fita pelas costas e sobre ele.

EXEMPLO: se a medida do seu tórax está entre 63 e 67 cm, o tamanho do seu sutiã perfeito é 40. Se a medida do busto ficou entre 74 e 78 cm, você é uma 40A. Para tirar suas dúvidas confira a tabela de medidas Lougerie.

Figura 128 – Tabela de Medidas Lougerie
Fonte: Lougerie (2016)

Tamanho	A					B					C					D			DD		
Seios	40	42	44	46	48	40	42	44	46	48	42	44	46	48	50	44	46	48	46	48	50
Costas	42	44	46	48	50	40	44	44	46	48	40	42	44	46	48	40	42	44	40	42	44
Seu melhor tamanho com letras	42A	44A	46A	48A	50A	40B	42B	44B	46B	48B	40C	42C	44C	46C	48C	40D	42D	44D	40DD	42DD	44DD



Figura 129 – Tabela de Medidas Thiago Medina
Fonte: Thiago Medina (2016)

Triumph Brazil | Onde Encontrar

Home | Coleção | Campanhas | Onde Encontrar | Dicas e Novidades

ABC da Lingerie | Cuidados | **Tabela de Medidas**

Tabela de Medidas

Tamanho ideal
Descubra o tamanho ideal para a sua lingerie. Clique aqui: [Tabela de Medidas](#)

Figura 130 – Tabela de Medidas Triumph
Fonte: Triumph (2016)

ANEXO B - Adaptação de modelagem

O processo de desenvolvimento do Look Ref 003 é mostrado a seguir como parte da metodologia de experimento para averiguação da pesquisa realizada.

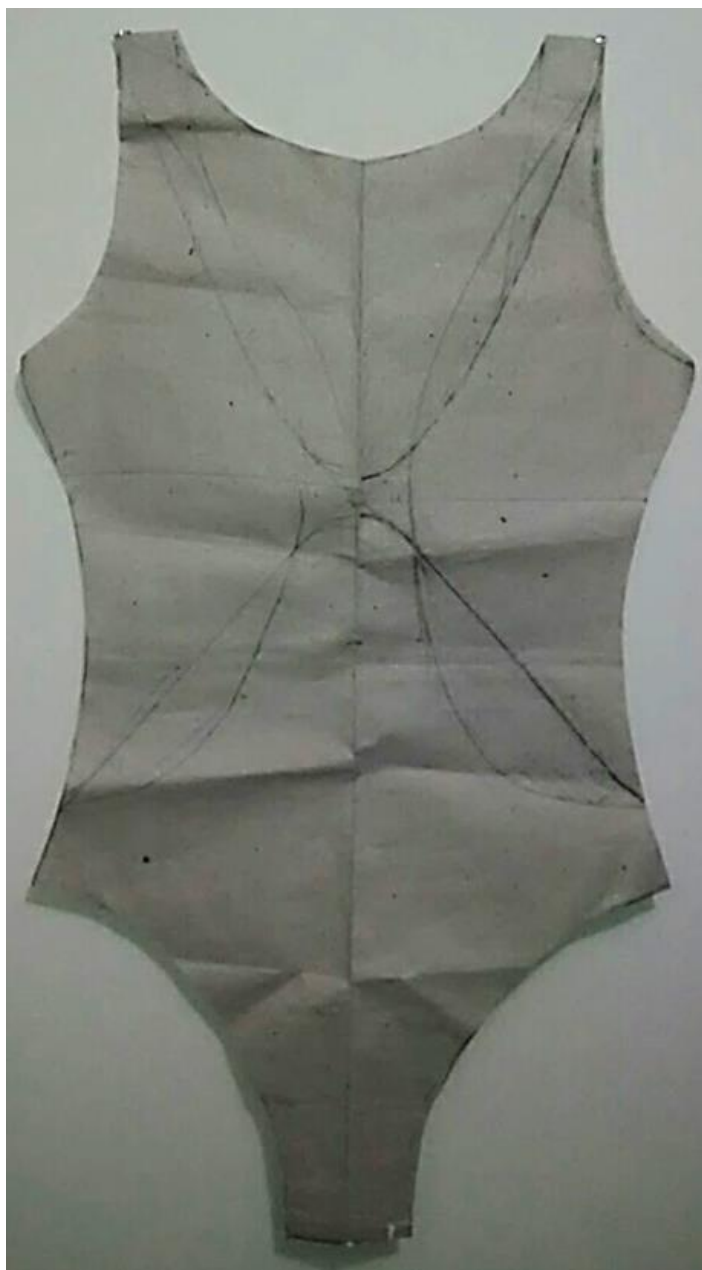


Figura 131 – Adaptação de molde parte frontal
Fonte: Autora (2016)



Figura 132 – Adaptação de molde parte traseira
Fonte: Autora (2016)



Figura 133 – Parte frontal Maiô Ref 003
Fonte: Autora (2016)



Figura 134 – Recorte parte frontal Maiô Ref 003
Fonte: Autora (2016)



Figura 135 – Parte traseira Maiô Ref 003
Fonte: Autora (2016)