

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

CAROLINA FRANCISCO

**DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO EM *JEANS* PARA  
MULHERES, INCLUINDO AS PÓS-BARIÁTRICAS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2016

CAROLINA FRANCISCO

**DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO EM *JEANS* PARA  
MULHERES, INCLUINDO AS PÓS-BARIÁTRICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná-UTFPR, Câmpus Apucarana, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnologia.

Orientador: Celso Tetsuro Suono

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 205**

**Desenvolvimento de vestuário em *jeans* para mulheres, incluindo as pós-  
bariátricas**

por

**CAROLINA FRANCISCO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos vinte e quatro 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) CELSO TETSURO SUONO – ORIENTADOR(A)

---

PROFESSOR(A) GISELY ANDRESSA PIRES – EXAMINADOR(A)

---

PROFESSOR(A) MARÍLIA GABRIELA DUARTE SÊGA – EXAMINADOR(A)

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

## **AGRADECIMENTOS**

Seria impossível agradecer a todos que me deram forças e estiveram sempre dispostos a me ajudar nesse trabalho, porém citarei algumas pessoas em especial.

Sou extremamente grata aos meus pais, pois eu mudei de curso repentinamente e eles me deram todo o apoio para seguir no caminho em que eu fosse mais feliz. Reconheço o esforço que fizeram para que eu estivesse realizando um sonho. Todas as vezes que eu chegava desesperada, dizendo que não ia dar tempo, que estava difícil, eles me disseram palavras que me reergueram.

Agradeço ao meu namorado por me dar apoio emocional e também me ajudar na formatação do trabalho todas as vezes que embaralhava tudo.

Reverencio meu orientador professor Celso Tetsuro Suono por me repassar ideias e conhecimentos, além de nortear meu trabalho.

Agradeço também à professora Andressa Karen Rossi, que foi minha orientadora na primeira parte do projeto, em que as ideias começaram a surgir.

A todo o corpo docente da universidade e os colegas de turma, gostaria de dizer que foi muito satisfatório trabalhar e conviver com vocês.

## RESUMO

FRANCISCO, Carolina. Desenvolvimento de vestuário em *jeans* para mulheres, incluindo as pós-bariátricas. 2016. 200 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso II de Tecnologia em Design de Moda – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2016.

Nota-se uma grande dificuldade das pessoas que gostam de consumir roupas *jeans* em encontrar peças que lhes satisfaçam pelo conforto. O mesmo acontece com as pós-bariátricas, que após o procedimento cirúrgico, sofrem rápida perda de muitos quilos, ocasionando sobras de pele e flacidez evidentes. Com esses resultados pós-cirúrgicos, muitas vezes, as funções que esse novo corpo pede não são atendidas pelo mercado. O trabalho fundamenta-se na pesquisa sobre funções ergonômicas relacionadas à moda, ressaltando o conforto dentro delas, a fim de atender as diferentes necessidades tanto de quem consome o *jeans* por gostar quanto para as pós-bariátricas. Também é pesquisado sobre a cirurgia bariátrica, o porquê de as pessoas recorrerem a ela e cita diferentes procedimentos cirúrgicos. Estudam-se os materiais adequados ao público, observando-se que é mais condizente a utilização de tecidos estruturados, que escondam a flacidez e dê segurança à consumidora. Contudo, acrescenta-se também a busca do uso do *jeans* na confecção das peças das pós-bariátricas. Estuda-se também questões antropométricas, com a finalidade de verificar as diferenças nas medidas do corpo de pessoas que não passaram por cirurgia bariátrica e outras que fizeram o procedimento. Utiliza-se métodos de pesquisas bibliográficas e coleta dados através da aplicação de um questionário a cada público mencionado. A pesquisa resulta em um diferencial no mercado da moda, atendendo as necessidades de públicos específicos, que vem expandindo na sociedade e aumentando o consumo.

**Palavras-chave:** Cirurgia Bariátrica. Conforto. *Jeans*.

## **ABSTRACT**

FRANCISCO, Carolina. Development of clothing in jeans for women, including post – bariatric. 2016. 200 pages. Course Completion of Work II Technology of Fashion Design – Technological Federal University of Parana. Apucarana, 2016.

It shows a great difficulty for people who like to consume denim clothes to find pieces that satisfy them for comfort. The same applies to the post-bariatric that after surgery, undergo rapid loss of many kilos, causing skin leftovers and apparent laxity. With these post-surgical results, often the functions that this new body needs are not met by the market. The work is based on research on ergonomic functions related to fashion, highlighting the comfort within them, in order to meet the different needs of both those who consume the jeans for like as for post-bariatric. It is also researching bariatric surgery, why people resort to it and cites different surgical procedures. It is studying the appropriate material to the public, noting that it is more consistent use of structured fabrics that hide the flab and give security to the consumer. However, it also adds up the pursuit of jeans use in the manufacture of parts of post-bariatric. It is also considering anthropometric questions, in order to verify the differences in body measurements of people who have undergone bariatric surgery and others who did the procedure. Used bibliographic research methods and data collection through the application of a questionnaire to each audience mentioned. The research results in a gap in the fashion market, meeting the needs of specific audiences, which has been expanding in society and increasing consumption.

**Keywords:** Bariatric Surgery. Comfort. Jeans.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagem antes e após cirurgia bariátrica .....	15
Figura 2: Volume abdominal.....	15
Figura 3: Banda Gástrica Ajustável .....	19
Figura 4: Fobi-Capella.....	20
Figura 5: Elvis Presley.....	29
Figura 6: Marilyn Monroe.....	30
Figura 7: <i>Hippies</i> , década de 70.....	31
Figura 8: Stella McCartney, influência da década de 70 .....	31
Figura 9: Tabela de medidas.....	36
Figura 10: Tabela de medidas para pós-bariátricas .....	37
Figura 11: Gráfico 1, renda mensal .....	39
Figura 12: Gráfico 2.....	40
Figura 13: Gráfico 3.....	41
Figura 14: Gráfico 4.....	42
Figura 15: Gráfico 5.....	43
Figura 16: Gráfico 6.....	44
Figura 17: Gráfico 7.....	45
Figura 18: Gráfico 8.....	46
Figura 19: Gráfico 9.....	47
Figura 20: Gráfico 10.....	48
Figura 21: Gráfico 11.....	49
Figura 22: Gráfico 12, renda mensal .....	50
Figura 23: Gráfico 13.....	51
Figura 24: Gráfico 14.....	52
Figura 25: Gráfico 15.....	53
Figura 26: Gráfico 17.....	55
Figura 27: Gráfico 18.....	56
Figura 28: Gráfico 20.....	57
Figura 29: Gráfico 21.....	58
Figura 30: Gráfico 22.....	59
Figura 31: Logo da empresa .....	60
Figura 32: Calça da marca Lança Perfume.....	62
Figura 33: <i>Look</i> da marca <i>Forever 21</i> .....	63
Figura 34: Projeto da fachada da loja.....	64
Figura 35: Projeto interior da loja .....	64
Figura 36: Projeto fachada da loja 2.....	65
Figura 37: Projeto do interior da loja 2 .....	65
Figura 38: <i>Tag</i> de roupas para pós-bariátricas (grupo 1) .....	67
Figura 39: <i>Tag</i> de roupas para mulheres que gostam de consumir o <i>jeans</i> (grupo 2) .....	67
Figura 40: Cartão de visita da marca (frente e verso) .....	68
Figura 41: Sacola opção 1.....	69
Figura 42: Sacola opção 2 .....	69
Figura 43: Imagem de Público alvo .....	71
Figura 44: Imagem que representa macrotendência.....	72
Figura 45: Imagem que representa macrotendência.....	72
Figura 46: Microtendência .....	73
Figura 47: Calça anos 70 .....	74

Figura 48: Referência da Coleção.....	76
Figura 49: <i>Shapes</i> das peças.....	77
Figura 50: <i>Mix</i> de coleção.....	79
Figura 51: Painel Semântico.....	80
Figura 52: Cartela de materiais.....	81
Figura 53: Cartela de aviamentos.....	81
Figura 54: Cartela de lavagem 1.....	82
Figura 55: Cartela de lavagem 2.....	82
Figura 56: Cartela de bordado.....	83
Figura 57: <i>Look</i> 1.....	84
Figura 58: <i>Look</i> 2.....	85
Figura 59: <i>Look</i> 3.....	86
Figura 60: <i>Look</i> 4.....	87
Figura 61: <i>Look</i> 5.....	88
Figura 62: <i>Look</i> 6.....	89
Figura 63: <i>Look</i> 7.....	90
Figura 64: <i>Look</i> 8.....	91
Figura 65: <i>Look</i> 9.....	92
Figura 66: <i>Look</i> 10.....	93
Figura 67: <i>Look</i> 11.....	94
Figura 68: <i>Look</i> 12.....	95
Figura 69: <i>Look</i> 13.....	96
Figura 70: <i>Look</i> 14.....	97
Figura 71: <i>Look</i> 15.....	98
Figura 72: <i>Look</i> 16.....	99
Figura 73: <i>Look</i> 17.....	100
Figura 74: <i>Look</i> 18.....	101
Figura 75: <i>Look</i> 19.....	102
Figura 76: <i>Look</i> 20.....	103
Figura 77: <i>Look</i> 21.....	104
Figura 78: <i>Look</i> 22.....	105
Figura 79: <i>Look</i> 23.....	106
Figura 80: <i>Look</i> 24.....	107
Figura 81: <i>Look</i> 25.....	108
Figura 82: <i>Look</i> 1.....	109
Figura 83: <i>Look</i> 2.....	110
Figura 84: <i>Look</i> 3.....	111
Figura 85: <i>Look</i> 4.....	112
Figura 86: <i>Look</i> 5.....	113
Figura 87: <i>Look</i> 6.....	114
Figura 88: <i>Look</i> 8.....	115
Figura 89: <i>Look</i> 9.....	116
Figura 90: <i>Look</i> 11.....	117
Figura 91: <i>Look</i> 15.....	118
Figura 92: <i>Look</i> 18.....	119
Figura 93: <i>Look</i> 20.....	120
Figura 94: Ficha técnica da calça tendência (folha 1).....	121
Figura 95: Ficha técnica da calça tendência (folha 2).....	122
Figura 96: Ficha técnica da calça tendência (folha 3).....	123
Figura 97: Ficha técnica da calça tendência (folha 4).....	124



Figura 98: Ficha técnica do <i>blazer</i> com recortes (folha 1).....	125
Figura 99: Ficha técnica do <i>blazer</i> com recortes (folha 2).....	126
Figura 100: Ficha técnica do <i>blazer</i> com recortes (folha 3).....	127
Figura 101: Ficha técnica do <i>blazer</i> com recortes (folha 4).....	128
Figura 102: Ficha técnica do vestido com nervuras (folha 1).....	129
Figura 103: Ficha técnica do vestido com nervuras (folha 2).....	130
Figura 104: Ficha técnica do vestido com nervuras (folha 3).....	131
Figura 105: Ficha técnica do vestido com nervuras (folha 4).....	132
Figura 106: Ficha técnica da calça com nervuras nas laterais (folha 1).....	133
Figura 107: Ficha técnica da calça com nervuras nas laterais (folha 2).....	134
Figura 108: Ficha técnica da calça com nervuras nas laterais (folha 3).....	135
Figura 109: Ficha técnica da calça com nervuras nas laterais (folha 4).....	136
Figura 110: Ficha técnica da calça com recorte nas barras (folha 1).....	137
Figura 111: Ficha técnica da calça com nervuras nas barras (folha 2).....	138
Figura 112: Ficha técnica da calça com nervuras nas barras (folha 3).....	139
Figura 113: Ficha técnica da calça com nervuras nas barras (folha 4).....	140
Figura 114: Ficha técnica da camisa com nervuras (folha 1).....	141
Figura 115: Ficha técnica da camisa com nervuras (folha 2).....	142
Figura 116: Ficha técnica da camisa com nervuras (folha 3).....	143
Figura 117: Ficha técnica da camisa com nervuras (folha 4).....	144
Figura 118: Ficha técnica da camisa com recortes sobrepostos (folha 1).....	145
Figura 119: Ficha técnica da camisa com recortes sobrepostos (folha 2).....	146
Figura 120: Ficha técnica da camisa com recortes sobrepostos (folha 3).....	147
Figura 121: Ficha técnica da camisa com recortes sobrepostos (folha 4).....	148
Figura 122: Ficha técnica da jaqueta com detalhes do avesso (folha 1).....	149
Figura 123: Ficha técnica da jaqueta com detalhes do avesso (folha 2).....	150
Figura 124: Ficha técnica da jaqueta com detalhes do avesso (folha 3).....	151
Figura 125: Ficha técnica da jaqueta com detalhes do avesso (folha 4).....	152
Figura 126: Ficha técnica do vestido com bordado xadrez (folha 1).....	153
Figura 127: Ficha técnica do vestido com bordado xadrez (folha 2).....	154
Figura 128: Ficha técnica do vestido com bordado xadrez (folha 3).....	155
Figura 129: Ficha técnica do vestido com bordado xadrez (folha 4).....	156
Figura 130: Ficha técnica da saia de microtendência (folha 1).....	157
Figura 131: Ficha técnica da saia de microtendência (folha 2).....	158
Figura 132: Ficha técnica da saia de microtendência (folha 3).....	159
Figura 133: Ficha técnica da saia de microtendência (folha 4).....	160
Figura 134: Prancha do <i>look</i> 1.....	161
Figura 135: Prancha do <i>look</i> 2.....	162
Figura 136: Prancha do <i>look</i> 3.....	163
Figura 137: Prancha do <i>look</i> 4.....	164
Figura 138: Prancha do <i>look</i> 5.....	165
Figura 139: Prancha do <i>look</i> 6.....	166
Figura 140: <i>Look</i> confeccionado 1 (frente, perfil e costas).....	167
Figura 141: <i>Look</i> confeccionado 2 (frente, perfil e costas).....	167
Figura 142: <i>Look</i> confeccionado 3 (frente, perfil e costas).....	168
Figura 143: <i>Look</i> confeccionado 4 (frente, perfil e costas).....	168
Figura 144: <i>Look</i> confeccionado 5 (frente, perfil e costas).....	169
Figura 145: <i>Look</i> confeccionado 6 (frente, perfil e costas).....	169
Figura 146: <i>Site</i> página inicial.....	170
Figura 147: <i>Site</i> (sobre a marca).....	170

Figura 148: <i>Site</i> (coleção) .....	171
Figura 149: <i>Site</i> (comprar) .....	171
Figura 150: <i>Site</i> (atendimento) .....	172
Figura 151: Catálogo impresso (contracapa e capa).....	173
Figura 152: Catálogo impresso (verso da capa e página 1).....	174
Figura 153: Catálogo impresso páginas 2 e 3.....	175
Figura 154: Catálogo impresso páginas 4 e 5.....	176
Figura 155: Catálogo impresso páginas 6 e 7.....	177
Figura 156: Catálogo impresso páginas 8 e 9.....	178
Figura 157: Catálogo impresso páginas 10 e 11.....	179
Figura 158: Catálogo impresso páginas 12 e 13.....	180
Figura 159: Catálogo impresso páginas 14 e 15.....	181
Figura 160: Catálogo impresso páginas 16 e 17.....	182
Figura 161: Catálogo impresso páginas 18 e 19.....	183
Figura 162: Catálogo impresso páginas 20 e 21.....	184
Figura 163: Catálogo impresso páginas 22 e 23.....	185
Figura 164: Catálogo impresso páginas 24 e 25.....	186
Figura 165: Catálogo impresso página 26 e verso da contracapa .....	187
Figura 166: <i>Make-up</i> .....	188
Figura 167: <i>Hair</i> .....	189
Figura 168: Sequência de entrada (1, 2 e 3).....	190
Figura 169: Sequência de entrada (4, 5 e 6).....	190

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.1 PROBLEMÁTICA .....	13
1.2 OBJETIVOS .....	14
1.2.1 Objetivo Geral .....	14
1.2.2 Objetivos Específicos .....	14
1.3 JUSTIFICATIVA .....	14
1.4 HIPÓTESE .....	16
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>18</b>
2.1 CIRURGIA BARIÁTRICA E SUA RELAÇÃO COM A MODA .....	18
2.2 ERGONOMIA NO VESTUÁRIO .....	22
2.2.1 Antropometria .....	26
2.3 JEANS .....	27
2.3.1 Origem .....	27
2.3.2 Contexto Histórico .....	28
2.3.3 O <i>Jeans</i> Atualmente .....	32
2.3.4 Inovação Tecnológica na Área Têxtil .....	33
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>34</b>
3.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	35
3.1.1 Delimitação do Objeto de Estudo .....	35
3.2 ESTRUTURA DA PESQUISA .....	35
3.3 ESTUDO DO CORPO PÓS-BARIÁTRICO .....	36
3.4 ANÁLISE DOS RESULTADOS .....	38
3.4.1 Resultados do Questionário do Grupo 1, aplicado às pós-bariátricas .....	39
3.4.2 Resultados do Questionário do Grupo 2, aplicado às mulheres que gostam de consumir <i>jeans</i> .....	50
<b>4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO</b> .....	<b>60</b>
4.1 EMPRESA .....	60
4.1.1 Nome da Empresa .....	60
4.1.2 Porte .....	60
4.2 MARCA .....	60
4.2.1 Conceito da Marca .....	61
4.2.2 Segmento .....	61
4.3 DISTRIBUIÇÃO .....	61
4.3.1 Sistemas de Venda .....	61
4.4 CONCORRENTES .....	62
4.5 <i>MARKETING</i> .....	63
4.5.1 Pontos de Venda .....	63
4.5.2 Preços Praticados .....	66
4.5.3 Promoção .....	66
4.6 PLANEJAMENTO VISUAL E EMBALAGEM .....	66
4.6.1 <i>Tag</i> e Cartão de Visita .....	66
4.6.2 Embalagem .....	69
4.7 PÚBLICO ALVO .....	70
4.7.1 Perfil de Consumidor .....	70
4.8 PESQUISA DE TENDÊNCIAS .....	71
4.8.1 Macrotendências .....	71
4.8.2 Microtendências .....	73
<b>5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO</b> .....	<b>75</b>

5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL .....	75
5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO .....	75
5.2.1 Conceito da Coleção .....	75
5.2.2 Nome da Coleção .....	75
5.2.3 Referência da Coleção .....	76
5.2.4 Cores .....	77
5.2.5 Materiais .....	77
5.2.6 Formas e Estruturas .....	77
5.2.7 Tecnologias .....	78
5.2.8 <i>Mix</i> de Coleção .....	79
5.3 PAINEL SEMÂNTICO .....	80
5.4 CARTELAS .....	81
5.4.1 Cartela de Materiais .....	81
5.4.2 Cartela de Aviamentos .....	81
5.4.3 Cartelas de Lavagens .....	82
5.4.4 Cartela de Bordados .....	83
5.5 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS .....	84
5.6 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS .....	109
5.7 FICHAS TÉCNICAS .....	121
5.8 PRANCHAS DOS LOOKS CONFECCIONADOS .....	161
5.9 LOOKS CONFECCIONADOS .....	167
5.10 DOSSIÊ ELETRÔNICO .....	170
5.10.1 Catálogo Impresso .....	173
5.11 DESFILE .....	188
5.11.1 <i>Make-up</i> .....	188
5.11.2 <i>Hair</i> .....	188
5.11.3 Produção de <i>Styling</i> .....	189
5.11.4 Trilha Sonora .....	189
5.11.5 Sequência de Entrada .....	190
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>191</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>192</b>
<b>APÊNDICE A – Questionário para o público alvo do grupo 1 .....</b>	<b>196</b>
<b>APÊNDICE B – Questionário para o público alvo do grupo 2 .....</b>	<b>199</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A proposta do presente trabalho é de confeccionar peças do vestuário em *jeans* para mulheres que gostam de consumir esse tipo de produto, mas procuram peças diferenciadas, principalmente, na questão de conforto, que dificilmente se encontra no mercado.

Isso se torna parecido com o que acontece com as pós-bariátricas. Nota-se que há uma limitação dos pós-bariátricos em encontrar roupas antes da cirurgia, pois as empresas não direcionadas a esse público têm grande dificuldade de confeccioná-las.

Após o procedimento cirúrgico e a perda de vários quilos, essas pessoas querem ter o prazer de comprar o que antes não tinham possibilidade, porém continuam não encontrando vestimentas que satisfaçam funções que seu corpo pede. Uma pequena parte da produção será voltada para as mulheres que passaram pela cirurgia bariátrica. Portanto, será comentado no trabalho sobre cirurgia bariátrica, ergonomia, antropometria e *jeans*.

### 1.1 PROBLEMÁTICA

A escassez de roupas no mercado que não chamam atenção apenas pela beleza é grande. Nesse caso, a falta de peças em *jeans* que além da estética prevalece o conforto é recorrente. Por isso as mulheres têm grande dificuldade em comprar roupas que acomodem suas curvas de modo confortável. Com as pós-bariátricas isso também acontece de forma parecida. Há falta de produtos destinados a elas que atendam às funções ergonômicas e estéticas, que propiciam contentamento e o prazer em consumir peças de moda. Além de esses produtos terem a capacidade de esconder toda a flacidez que o corpo adquiriu.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Confeccionar roupas em *jeans* que atendam as necessidades funcionais e estéticas das mulheres que apreciam o consumo do mesmo, destinando uma parte das peças para as mulheres pós-bariátricas.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- Pesquisar e aplicar conceitos de ergonomia nas peças;
- Construir modelagens que se encaixem melhor aos corpos;
- Buscar e acrescentar referências de moda à coleção;
- Utilizar o *jeans* como tecido base dos produtos, a fim de dar estrutura a eles;
- Conhecer melhor os problemas que as pessoas que passaram por cirurgias bariátricas se deparam na compra de suas vestimentas.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

“No Brasil a porcentagem de indivíduos obesos e com sobrepeso vem aumentando em níveis alarmantes e destes, cerca de um milhão são considerados como portadores de obesidade mórbida”. (CARREIRO; ZILBERSTEIN, 2004, p. 9). Devido ao número de pessoas obesas no Brasil, o número de cirurgias bariátricas tem aumentado drasticamente, portanto o volume de pessoas que passam por esse processo de perda de peso muito rápido é cada vez maior.

Surge então, a necessidade de adquirir novas roupas, pois as antigas passam a não servir mais. Conseqüentemente, torna-se indispensável existir uma marca voltada a esse público, visto que eles se sentirão reintegrados na sociedade por estarem à vontade com determinada roupa.

Como pode-se ver na imagem a seguir (Figura 1), a diferença do corpo antes e após a cirurgia bariátrica é bem evidente. Com isso a flacidez é fortemente evidenciada, que nesse caso é possível observar, na imagem à direita, na região do braço.



**Figura 1: Imagem antes e após cirurgia bariátrica**  
**Fonte: Arquivo pessoal de Melânia Munhoz (2016)**

Já na próxima imagem (Figura 2) percebe-se o volume de sobras de pele na região abdominal.



**Figura 2: Volume abdominal**  
**Fonte: Arquivo pessoal de Melânia Munhoz (2016)**

Segundo a modelo da foto anterior, o que mais a incomoda na hora de comprar uma roupa é a revelação da flacidez de seus braços e de seu abdômen. Isso acontece porque as empresas não se prepararam para fornecer produtos diferenciados para cada corpo.

O *jeans* no vestuário é aceito por um número de pessoas muito grande. Ele vem cada vez mais sendo usado em diversas ocasiões e de muitas formas.

Considerado uma das peças mais democráticas do universo fashion, a calça jeans está presente em todos os guarda-roupas, independentemente de faixa etária ou classe socioeconômica. Além das calças, jaquetas, macacões, vestidos e shorts entram no rol de peças de denim. (DIVITIS, 2016, p. 30).

Através dessa informação, pode-se concluir que o *jeanswear* é um segmento de mercado muito forte. Com isso, será interessante apostar nele, pois as chances do negócio dar certo aumentam.

Sabe-se que o *jeans* é usado com muita frequência, por ser um tecido mais rígido que vários outros usados no dia a dia e ele pode trazer mudanças ao corpo.

Segundo Guzzo (2011), o uso de calças apertadas deforma o corpo, pois o local em que está sendo pressionado migra para a região que está livre de compressão, fazendo com que as curvas do corpo sejam modificadas. Isso acontece muito com calças de gancho baixo, criando uma segunda cintura.

São poucas as marcas de roupas, principalmente em *jeans*, que possuem modelagens e tamanhos pensados para proporcionar conforto ao seu consumidor. Contando que as marcas existentes vendem essas roupas com valores agregados altíssimos, sendo inviável para classes sociais mais baixas poderem consumir esse tipo de produto.

#### 1.4 HIPÓTESE

Os problemas de vestibilidade, tamanhos e desconforto seriam solucionados através do uso da modelagem plana em conjunto com a modelagem tridimensional. Seria feita a base da modelagem tridimensional e as demais interpretações de modelo na modelagem plana, a fim de criar uma modelagem mais próxima possível de um corpo real.



A utilização de um tecido tecnológico que aumentaria a microcirculação sanguínea, possibilitaria grande satisfação de pessoas que passaram por cirurgias bariátricas ao usá-la, pois ocasionaria a diminuição da flacidez como a tecnologia promete. A utilização de uma tabela de medidas que seja realmente proporcional ao tamanho do corpo das mulheres.

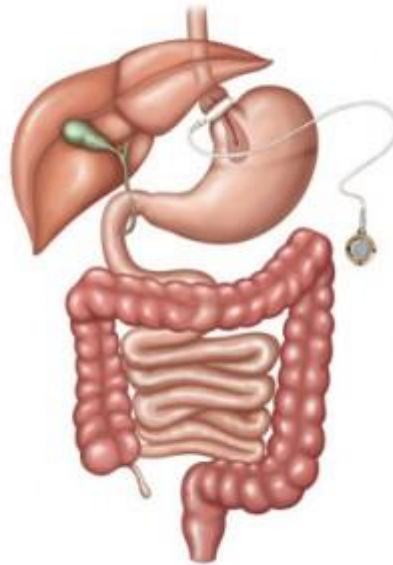
## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 CIRURGIA BARIÁTRICA E SUA RELAÇÃO COM A MODA

Cirurgias bariátricas são operações para a correção de obesidade mórbida, ou seja, elas têm como objetivo o emagrecimento das pessoas que estão muito acima do peso. Com isso, estas pessoas, chamadas pacientes, passam por vários exames físicos e psicológicos, a fim de avaliar se realmente há necessidade e se estão aptas para a cirurgia (CARREIRO; ZILBERSTEIN, 2004).

Há várias técnicas de cirurgias, portanto faz-se necessário a escolha do método adequado para cada pessoa através do médico. Dentre os tipos de cirurgias existentes Carreiro e Zilberstein (2004) citam algumas delas: Banda Gástrica Ajustável, Operação de Septação Gástrica pela Técnica de Fobi-Capella, Cirurgia de Derivação Bilio-Pancreática ou Scopinaro, Cirurgia de Duodenal Switch.

A Banda Gástrica Ajustável (Figura 3), é um procedimento feito por videolaparoscopia, em que se coloca uma banda gástrica ajustável na parte superior do estômago, criando uma bolsa, com cerca de 40 a 50ml, para armazenamento de alimento. Isso faz com que o alimento passe devagar e em menores quantidades da parte superior para o restante do estômago. A banda gástrica pode ser ajustada conforme a necessidade do paciente e esse ajuste pode ser feito, a partir da introdução de um líquido em uma válvula implantada abaixo da pele. Quanto mais líquido injetado, menor quantidade de alimento passa. As desvantagens dessa técnica são que os resultados de emagrecimento dependem do comportamento alimentar do paciente. No entanto existem as vantagens da manutenção do peso e de ser um método totalmente reversível. (CARREIRO; ZILBERSTEIN, 2004).



**Figura 3: Banda Gástrica Ajustável**

**Fonte: Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica e Metabólica (2014)**

Para esclarecer um pouco mais sobre como são feitas as cirurgias bariátricas há mais um exemplo de técnica realizada. Acrescentando-se que essa cirurgia é uma das mais realizadas no Brasil.

Outra técnica utilizada é a Operação de Septação Gástrica pela técnica de Fobi-Capella (Figura 4), que consiste em uma cirurgia mista, em que parte do estômago (cerca de 2%) é seccionado, criando uma pequena bolsa que é ligada diretamente a uma alça do intestino e é colocado um anel de silicone não ajustável nessa ligação, fazendo com que o alimento não seja digerido. Portanto há menor absorção de nutrientes. O restante do estômago tem o funcionamento normal. A cirurgia pode ser realizada tanto de forma convencional, que consiste na abertura do abdômen, quanto por videolaparoscopia, porém é mais utilizada a forma convencional. (CARREIRO; ZILBERSTEIN, 2004).



**Figura 4: Fobi-Capella**  
**Fonte: Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica e Metabólica (2014)**

A Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica e Metabólica exemplifica ainda mais um tipo de cirurgia bariátrica, a Gastrectomia Vertical. Demonstra também o Balão Intragástrico, que é uma terapia auxiliar, pois se trata de um tratamento pré-operatório para pessoas com superobesidade, ou seja, é realizado quando a pessoa não pode passar pela cirurgia bariátrica por extremo excesso de peso. Então o procedimento consiste no implante de uma prótese de silicone no estômago, que é preenchida com um líquido, a fim de aumentar a saciedade da pessoa, com consequente emagrecimento. “O paciente fica com o balão por um período médio de seis meses”. (SOCIEDADE..2014).

Nota-se que a implantação deste balão traz resultados satisfatórios de emagrecimento quando utilizado de forma correta e necessária. O problema é que vemos muitos que estão apenas um pouco acima do peso usando esse método. Essas pessoas chegam a emagrecer, mas quando é retirado o balão, voltam a engordar, pois não têm excesso de peso suficiente para passar pela bariátrica. No caso dessas pessoas, os médicos costumam indicar outro método de emagrecimento mais seguro.

Com a diversificação de técnicas de cirurgias existentes há necessidade de estudar particularmente os casos de obesidade. Cada pessoa tem seu tipo de organismo e problemas de saúde específicos. Com isso cada técnica é direcionada a um tipo de necessidade. Através desse leque de alternativas aumentam as chances de emagrecimento de toda a população com obesidade mórbida.

A obesidade chamada mórbida está associada a diabetes, hipertensão arterial, doenças cardiovasculares, doenças das articulações, disfunções respiratórias, incontinência urinária, refluxo gastro-esofágico, infertilidade. Alguns tipos de câncer, depressão e muitas outras doenças. (SILVA; KAWAHARA, 2005, p. 432).

A partir daí pode-se perceber quais os reais motivos que uma pessoa tem para passar por uma cirurgia bariátrica. Observa-se que os riscos de adquirir graves doenças são altamente significativos. Isso justifica a procura de tantas pessoas pela cirurgia bariátrica, em vez de outro método de emagrecimento.

“O objetivo da cirurgia bariátrica é a redução de 50% do excesso de peso”. (CARREIRO; ZILBERSTEIN, 2004 p. 59). Portanto é um emagrecimento de muitos quilos em pouquíssimo tempo e isso resulta em bastantes sobras de pele.

Após grandes emagrecimentos, proporcionados pela cirurgia bariátrica, o paciente pode apresentar grandes excessos de pele e de tecido subcutâneo, com muita flacidez localizada principalmente no abdômen, braços, pernas e mamas. Isso se deve à grande distensão da pele pela gordura durante longo período, levando à perda de elasticidade, comprometendo a retração adequada após a redução do peso. (CARREIRO; ZILBERSTEIN, 2004, p. 79).

Devido à flacidez os pacientes têm dificuldade de encontrar roupas que a disfarcem, pois antes da cirurgia, como são muito obesos, eles são obrigados a vestir as roupas que o mercado oferece, ou seja, muitas vezes compram não pelo gosto, mas sim, porque são as que servem.

Após a cirurgia isso muda, pois essas pessoas querem ter de volta o prazer de comprar, mas acabam se deparando novamente com vários problemas. A vontade de usar uma roupa mais justa, mais curta, ou com modelos da moda, não as satisfazem, pois não encontram peças adequadas uma vez que as sobras de pele e flacidez sempre aparecem.

Outro aspecto que é recorrente por pessoas que já passaram pela cirurgia bariátrica é a procura de cirurgias plásticas para a retirada de sobras de pele, porém a plástica é uma cirurgia muito dolorosa e pode deixar cicatrizes pelo corpo, além de a pessoa estar abalada psicologicamente por passar pela bariátrica. (PINHO et al., 2011, p. 689).

Dessa maneira, a cirurgia plástica é repensada inúmeras vezes antes de ser feita.

Quando se observa que a principal motivação cirúrgica está caracterizada em procurar satisfazer necessidades ou aspirações de terceiros, ainda que se trate de familiares ou cônjuges, faz-se necessária nova abordagem, com aconselhamento profissional e de caráter interdisciplinar, a fim de esclarecer ao paciente quais são suas reais possibilidades e que não se pode prever ou garantir as reações externas, vindas de outras pessoas, razão pela qual elas não devem ter peso tão importante na motivação para a cirurgia. (PINHO et al., 2011, p. 688).

Como consequência disso, há muitas pessoas que decidem não fazer a cirurgia plástica. Assim, considera-se que a necessidade de roupas direcionadas para essas pessoas é grande.

Por outro lado, considerando que a cirurgia plástica seja feita por algumas pessoas pós-bariátricas, a fase de emagrecimento é demorada e a liberação pelo SUS (Sistema Único de Saúde) para a cirurgia plástica só é feita quando o paciente chega à sua meta de emagrecimento, o que, muitas vezes, não acontece. Além disso, mesmo após a plástica, algumas vezes, um pouco menos de pele ainda sobra. (MUNHOZ, 2016).

## 2.2 ERGONOMIA NO VESTUÁRIO

A ergonomia surgiu “como consequência do trabalho interdisciplinar realizado por diversos profissionais, tais como engenheiros, fisiologistas e psicólogos”. (IIDA, 2005).

Segundo Jan e Weerdmeester (2004), a ergonomia “desenvolveu-se durante a II Guerra Mundial (1939-45)”. Os autores também explicam que:

O termo *ergonomia* é derivado das palavras gregas *ergon* (trabalho) e *nomos* (*regras*). Nos Estados Unidos, usa-se também, como sinônimo, *human factors* (fatores humanos). Resumidamente, pode-se dizer que a ergonomia é uma ciência aplicada ao projeto de máquinas, equipamentos, sistemas e tarefas, com o objetivo de melhorar a segurança, saúde, conforto e eficiência do trabalho. (JAN; WEERDMEESTER, 2004, p.1).

Portanto, entende-se que ela surgiu para melhorar a relação entre o homem e seu posto de trabalho, porém há uma discussão entre autores com várias definições, que vão evoluindo conforme o tempo.

Ergonomia é a disciplina científica, que estuda as interações entre os seres humanos e outros elementos do sistema, e a profissão que aplica teorias, princípios, dados e métodos, a projetos que visem otimizar o bem-estar

humano e o desempenho global do sistema. (*INTERNATIONAL ERGONOMICS ASSOCIATION*, 2000).

Entre essas e outras definições, a ergonomia mostra-se hoje em dia muito abrangente. Ela pode ser estudada em tudo o que está relacionado com o homem e sua interação, como, por exemplo, no vestuário, pois ela “objetiva adaptar o trabalho ao trabalhador e o produto ao usuário”. (MORAES; MONT’ALVÃO, 2010, p. 21).

Com base nessas informações pode-se dizer que a ergonomia pode ser aplicada no vestuário de uma maneira que envolva o usuário, proporcionando-o maior bem-estar durante o uso.

Para que a ergonomia seja de fato aplicada, é fundamental que sejam abordadas algumas características particulares da mesma. Entre elas, temos a ergonomia física, a ergonomia cognitiva e a ergonomia organizacional.

A ergonomia física se relaciona com toda a anatomia do corpo humano, suas medidas, seus movimentos e sua postura. A ergonomia cognitiva é referente à mente e todas suas relações com um meio. Por fim, a ergonomia organizacional propõe-se a melhorar a relação entre as pessoas e os sistemas técnicos. (IIDA, 2005).

Através desse pensamento pode-se dizer que a característica ergonômica a ser mais utilizada no presente trabalho é a física, pois na fabricação das roupas se lida com medidas (antropometria) e com toda a capacidade de movimento que o produto deve oferecer.

A ergonomia e a moda estão sempre relacionadas, pois para uma marca de roupas, é importante que o cliente sintam-se bem ao consumir um produto, tanto pela estética quanto pelo conforto proporcionado. Na visão de Cobra (2007, p. 58), “o consumidor compara alternativas em busca do produto que melhor satisfaça suas necessidades”. O mesmo autor acrescenta ainda que há três níveis de atribuição do produto em relação ao consumidor. São elas:

1. Atributos do produto. São características físicas do produto, tanto concretas quanto abstratas.
2. Consequências para o consumidor. O uso do produto proporciona ao comprador satisfações que podem ser funcionais, decorrentes do uso do bem, e psicossociais, decorrentes da sensação de posse do produto.
3. Valores do consumidor. O que o consumidor valoriza em um produto de moda pode ter significados instrumentais, em função do tipo de uso, e terminais, decorrentes da satisfação do uso. (Urda 2006 apud COBRA, 2007, p. 58).

No decorrer do tempo os consumidores aguçaram seus olhares e se tornaram mais seletivos, principalmente ao comprarem produtos de moda. Por isso cabe ao *designer* de moda entender o que seu público valoriza nas roupas para desenvolver produtos que vão de encontro com suas necessidades, adicionando seu diferencial, que no caso do público estudado, é a aplicação da ergonomia no vestuário. Segundo Gonçalves e Lopes (2007), a “ergonomia no vestuário agrega valor ao produto”.

Quanto às qualidades ergonômicas, ao relacioná-las às variáveis condicionantes de qualidade no produto industrial de Moda, percebe-se que quase todas influenciarão o princípio do conforto, nas decisões de projeto e desenvolvimento de produto. (GONÇALVES; LOPES, 2007, p. 7).

Desse modo, procura-se intensificar o conforto nos produtos a serem desenvolvidos para o público estudado. Sendo assim, o autor ressalta que: “o conforto em ergonomia para produtos está voltada mais para os aspectos físicos como: temperaturas, sensações térmicas, medidas e formas adequadas que facilitem o uso, informações e segurança”. (GONÇALVES; LOPES, 2007, p. 7).

Pensa-se, então em respeitar todas essas funções durante o desenvolvimento das peças de roupa, para que chegue ao consumidor com as características adequadas às funções que o corpo pede. No caso do grupo 1, que são as mulheres que procuram o *jeans* de forma diferenciada para o consumo, isso será aplicado de uma forma que facilite o movimento das articulações e o conforto. Já no caso do grupo 2, que são as pós-bariátricas, além das características aplicadas para o grupo 1, será adotado o fato de esconder a flacidez e proporcionar segurança.

Saltzman (2004, p. 30) afirma que:

[...] as articulações e seus diferentes ângulos de abertura e direcionamento exigem pensar a morfologia do vestuário segundo as atividades do usuário. Neste sentido, as articulações traçam limites formais que é preciso considerar para evitar tensões ou impedimentos ao desenvolvimento natural do corpo. (SALTZMAN, 2004, p. 30).

Por isso na construção do molde cabe ao modelista analisar os movimentos para que, se necessário, haja folgas nas articulações e facilidade de vestibilidade e movimentação.

A modelagem tem função participativa e ativa nos movimentos articulares. Nos movimentos, alguns músculos encolhem-se cerca de 30% da sua medida natural, dentro da posição anatômica (ou posição zero). Para atender uma



ordem na execução de um movimento, o cuidado com o cálculo determina a construção da peça, pois ela trabalhará simultaneamente com o corpo. Considerar a atividade (região do corpo), a localização e a consciência do movimento e ainda relevar ações involuntárias proporcionará qualidade de vestuário e bem-estar para o usuário. (GRAVE, 2004, p. 49).

Portanto, para que a roupa seja ergonomicamente confortável necessita-se de modelagens muito bem feitas.

A definição de conforto se dá por “estado agradável de harmonia fisiológica, psicológica e física entre o ser humano e o ambiente”. (SLATER, 1986, p. 157). Por isso se deve conhecer sobre o assunto para proporcionar conforto através do vestuário.

O conforto ergonômico é a capacidade da roupa de “vestir bem”. O conforto psico-estético é a “percepção subjetiva da avaliação estética, com base na visão, toque, audição e olfato, que contribuem para o bem-estar do usuário”. (VIANNA; QUARESMA, 2015).

Para que o conforto seja aplicado ao vestuário deve-se englobar diferentes tipos de conforto. Segundo Soutinho (2006), existe conforto termofisiológico, o psicológico, o físico e o ergonômico.

O conforto termofisiológico basicamente é o conforto térmico, relacionando ao frio e calor e ao suor. O conforto psicológico está relacionado com a estética do produto, ou seja, ao estar na moda. O conforto físico está relacionado com o contato entre a pele e a roupa, a sensação de “bem estar”. Por fim, o conforto ergonômico ele diz estar associado ao movimento. (SOUTINHO, 2006).

Como acrescenta Broega e Cabeço (2010), “O conforto ergonômico está na maior parte das vezes relacionado com a modelagem e confecção do vestuário. Os fatores que mais influenciam o conforto ergonômico são as costuras, os cortes, a forma de modelagem”.

Para que isso se realize é necessário que os fatores ergonômicos estejam compatíveis aos movimentos e às medidas do corpo. Já os estéticos devem ter ligação com as tendências de moda e também com as características técnicas dos tecidos, a fim de chamar a atenção do cliente. (GONÇALVES; LOPES, 2007).

Portanto, todas as considerações devem ser feitas de acordo com cada tipo de conforto quando aplicado ao vestuário, para que o usuário fique satisfeito com o produto e não busque consumir de outros locais ou marcas.

Sabe-se que na ergonomia também se estuda antropometria, portanto essas duas ciências estão completamente ligadas.

### 2.2.1 Antropometria

A fim de adequar a modelagem das peças para que elas se tornem ergonômicas ao público estudado, faz-se necessário um estudo antropométrico, tendo o conhecimento de que: “a antropometria é a ciência que lida com as medidas corpo humano”. (PETROSKI, 2003, p. 85).

Há diferentes tipos de corpos e *shapes*. Após a cirurgia bariátrica e o consequente emagrecimento acelerado, surge um perfil antropométrico diferente dos outros, pois se perde a gordura e as sobras de pele aparecem no corpo todo, mas em maior quantidade em lugares específicos. Essas sobras se apresentam em maior quantidade na região abdominal, braços, pernas e mamas. Nesses lugares então, as medidas são maiores se comparadas com pessoas do mesmo tipo de corpo e pesos parecidos.

Partindo das considerações feitas sobre o corpo, reafirma-se a ideia de que a modelagem está diretamente relacionada com as questões ergonômicas. Dessa forma a vestimenta deve proporcionar bem-estar ao usuário e o mesmo deve ter a sensação da roupa como se fosse parte do corpo, ou seja, sem provocar nenhum incômodo. Portanto, o modelista deve conhecer as dimensões do corpo para que sua modelagem seja adequada ao usuário, tanto ele estando parado, quanto em movimento.

Seguindo este raciocínio, (Martins 2005 apud BEZERRA; MARTINS, 2006) descreve que “assim como a pele está geneticamente adaptada ao corpo cumprindo suas funções básicas e fundamentais; da mesma forma o vestuário deve ser uma segunda pele que cobre o corpo, mas que precisa ser reconhecida e adaptada para os diferentes usuários em suas diferentes acepções”. Considera-se ainda que para cada condição de uso é necessário a utilização da pesquisa de diferentes materiais.

Segundo o Portal *Use Fashion* (2011), a Associação Brasileira de Normas Técnicas criou em 1995 um padrão de tamanhos para roupas brasileiras. A norma foi utilizada com sucesso também em licitações, mas não era obrigatória para todas as empresas do vestuário. Como a norma é antiga e os corpos das pessoas vão mudando conforme o tempo, ela foi esquecida.

O portal afirma que na época a ABNT iria criar novos padrões, considerando gordos e magros, mas da mesma forma do anterior, não seria obrigatório. Contudo essa padronização ainda não aconteceu. (PORTAL *USE FASHION*, 2011).

Por isso, as indústrias hoje em dia, produzem peças de roupas com grandes diferenças de tamanho entre uma marca e outra, além de formas que não se adaptam aos corpos brasileiros. Como resultado desse fenômeno, a procura por modelagens ergonômicas é muito grande no mercado.

## 2.3 JEANS

### 2.3.1 Origem

Aventureiros europeus buscavam ouro na Califórnia, nos Estados Unidos. Assim, as mulheres desses mineiros começaram a escolher roupas que não aparecessem sujeira e fossem fáceis de lavar. (CAITORA, 2006).

Levi Strauss levou para os Estados Unidos um tecido forte para ser usado em coberturas de tendas ou vagões de minério. Com isso, um garimpeiro se atentou e convenceu Levi a fazer uma calça desse tecido. (CAITORA, 2006).

Conforme o tempo foi passando as calças *jeans* tomaram espaço maior no uso por trabalhadores de serviços pesados e surgiu, a necessidade de reforçá-las ainda mais. Com isso, começou-se a usar rebites de cobre, que antes eram usados apenas em equipamentos da cavalaria, nos cantos dos bolsos e no final das braguilhas. (MARTINS, 2009).

Hoje em dia fala-se em *jeans* e *denin*, mas muitos não sabem diferenciá-los. A palavra *denin* representa:

Expressão americana que denominou o tipo de tecido francês, conhecido como “toile de Nîmes”: (de+nin). Fabricado na cidade de Nîmes, desde a Idade Média, o tecido resistente era utilizado para a fabricação de velas de barcos e até roupas de marinheiros de Gênova – cidade que em francês é Gênes, origem da palavra *jeans*. (CAITORA, 2006, p. 82).

Também pode-se acrescentar que o nome “[...]Índigo refere-se a um corante azul, originalmente produzido a partir de algumas plantas originárias da Índia,

onde, há mais de cinco mil anos, alguns métodos de tingimento já eram utilizados para a aplicação desse pigmento sobre fibras naturais”. (BNDES 1999 apud GORINI, 1999).

O *jeans* é considerado um tecido globalizado: “é um tecido francês, as primeiras roupas foram italianas, mas o mérito é do alemão Levi Strauss, e o produto virou febre no mundo todo”. (CAITORA, 2006, p. 83).

### 2.3.2 Contexto Histórico

Desde o surgimento até a sua consolidação, o *jeans* foi marcado por fortes momentos históricos, tanto mundiais quanto nacionais.

Na década de 10, durante a Primeira guerra Mundial, a crise dos países fez com que houvesse um racionamento de roupas, as mulheres usavam uniformes para substituir o lugar dos homens que foram para a guerra, levando sustento para a casa. Foi nessa década que surgiram várias *Maison*, como Chanel e Madeleine Vionnet. (CAITORA, 2006).

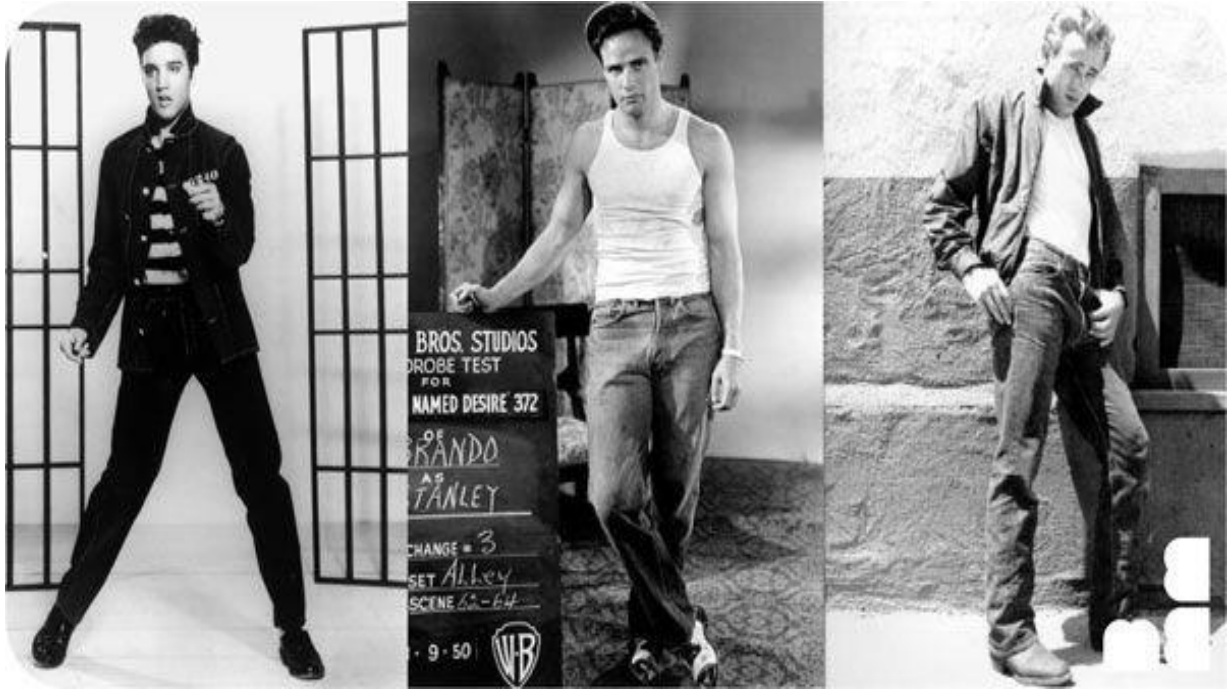
Na década de 20, que é o momento pós-guerra, o mundo volta ao normal. A arte moderna aparece com força através de artistas como Cândido Portinari e Tarsila do Amaral. Além de outros fatos históricos importantes. Na moda houve a libertação das mulheres em não usarem mais espartilhos. Também é nessa década que surge o primeiro atelier de alta costura no Brasil, a Casa Canadá, no Rio de Janeiro. (CAITORA, 2006).

Na década de 30, o mundo conheceu Hitler e sua fúria. Na moda, a estilista Elsa Schiaparelli utiliza o zíper nas roupas. A moda dessa década foi adepta de diversos estilos. Apareceram atrizes de cinema usando calças compridas. (CAITORA (2006).

A partir dessa década houve várias modificações nos *jeans* e as marcas tiveram que se adaptar. Uma delas foi o uso por mulheres, em que serviam como encorajadoras para o trabalho. (MARTINS (2009).

Na década de 40, durante a Segunda Guerra Mundial, a maioria das roupas eram feitas de brim. Através dos filmes americanos de *Far West*, surgiram os *cowboys* usando calças *jeans*. (CAITORA, 2006).

Na década de 50 o *jeans* começou a ser visto como sinônimo de rebeldia, por ser usado por astros do *rock*, como Elvis Presley (Figura 5). As calças *jeans* começaram a ser proibidas em lugares como escolas. (MARTINS, 2009).



**Figura 5: Elvis Presley**  
**Fonte: Haroldoenéas (2014)**

Os adolescentes se inspiravam em ícones da música e também do cinema, como Elvis Presley e Marilyn Monroe (Figura 6), no uso da calça *jeans*.



**Figura 6: Marilyn Monroe**  
**Fonte: Haroldoenéas (2014)**

Na década de 60, durante a construção do muro de Berlim. No Brasil, os jovens vão às ruas para lutar pela liberdade de expressão. A moda é feita para adolescentes e o *jeans* era usado somente por eles. Nesse momento o *jeans* era usado como forma de protesto. (CAITORA, 2006).

Mas foi na década de 70 que o *jeans* foi consolidado. Os *hippies* foram os primeiros a pensar no *jeans* com modelos e formas diferentes (Figura 7). Surgiu então, a calça boca-de-sino. Nesse período também começa a aplicação de customização no *jeans*. (MARTINS, 2009).

Nesse período o *jeans* ficou conhecido como o traje da época. (CAITORA, 2006).



**Figura 7: *Hippies*, década de 70**  
**Fonte: Haroldoenés (2014)**

Foi nesse período também que ele foi introduzido na Alta Costura em marcas como, Chanel, Fendi, Prada, Gucci, etc. (MAHLMEISTER, 2008).



**Figura 8: Stella McCartney, influência da década de 70**  
**Fonte: Appearance (2010)**

Na década de 80 acontecia a globalização, a queda do muro de Berlim. Na moda sobressaíram estilistas como, Ralph Lauren, Christian Lacroix e Karl Lagerfeld. O final dessa década foi marcado pelo culto ao corpo feminino e masculino, por práticas esportivas. A Lycra toma espaço composta com o *jeans*. (CAITORA, 2006).

Na década de 90 a internet veio à tona. Cria-se as microfibras e os tecidos inteligentes. O povo brasileiro usa o *jeans* para ir às ruas em busca do *impeachment* do presidente Collor. (CAITORA, 2006).

Nessa década o *jeans* continuou evoluindo. O aspecto desgastado veio à tona, por meio de lixados, rasgados e lavagens diferenciadas. Porém houve uma queda no seu consumo, pois ele foi substituído por peças, como malhas, moletons e brins. (MARTINS, 2009).

### 2.3.3 O *Jeans* Atualmente

A utilização de materiais mais encorpados na produção das peças do vestuário é fundamental para dar estrutura e segurança aos usuários. Porém o toque dos tecidos deve ser macio, pois a flacidez faz com que a pele se torne mais frágil, podendo causar lesões.

As fibras naturais, que podem ser de origem animal, vegetal ou mineral, continuam sendo largamente utilizadas. No entanto, as técnicas têxteis têm ampliado as suas aplicações e propriedades de forma a torná-las cada vez mais apropriadas e confortáveis ao uso. Misturar fibras sintéticas ou artificiais tem sido utilizado em grande escala pela indústria têxtil. A combinação das propriedades positivas de cada elemento contribui para a obtenção de produtos adequados a determinados usos e situações. (FILGUEIRAS, 2008).

Seguindo esse contexto, encontra-se o *jeans* como material que pode atender as funções citadas anteriormente. Ele é estruturado, mas ao mesmo tempo confortável, pois pode ser utilizado o elastano em sua composição, a fim de dar maior ajuste ao corpo. (ALMEIDA; EMÍDIO, 2012).

É sabido que o *jeans* tem grande espaço hoje em dia, em produtos do vestuário, como: calças, shorts, saias, camisas, coletes e jaquetas. Também está presente em outros lugares, como artigos de casa, cortinas, tapetes, sofás, entre outros. Ele está presente no guarda-roupa de todas as faixas etárias, como crianças, jovens, adultos e, até mesmo idosos. Essa versatilidade fez com que o *jeans* não



saísse da vida das pessoas, seja em qualquer forma de uso. No entanto, nem sempre foi assim, pois há um tempo atrás o cenário do *jeans* era bem diferente.

Segundo Dezan (2013), a calça *jeans* em sua modelagem atual, no Brasil, pode deformar o corpo, pois os modelos apertados e de cós muito baixos não estão de acordo com a maioria dos corpos das mulheres brasileiras. Esses modelos podem deixar marcas, onde estão muito justos, que jamais irão desaparecer do corpo, além de poderem prejudicar a saúde, diminuindo a circulação do local.

Atualmente, ainda vemos modelagens de calças *jeans* totalmente desproporcionais, ou seja, que não vestem confortavelmente na maioria dos *shapes*, visto que seus tamanhos não estão de acordo com o tamanho real de um corpo. Isso é ainda mais evidente nas calças sem elastano, pois elas não aderem melhor ao corpo.

#### 2.3.4 Inovação Tecnológica na Área Têxtil

Devido à evolução dos materiais têxteis, surgiram os tecidos tecnológicos, que exercem funções de facilitar e melhorar a relação das pessoas com o uso das vestimentas. Dentre esses tecidos criou-se um fio tecnológico de poliamida 66 que promete melhorar a circulação e diminuir a flacidez, através de minerais bioativos que absorvem o calor do corpo e envia raios infravermelhos novamente para a pele, com a propriedade de regulação térmica, que melhora a microcirculação sanguínea. “O Emaná® quando em contato com a pele, melhora a firmeza e a elasticidade da pele e ajuda na redução dos sinais da celulite”. (RHODIA, 2014).

A Canatiba em parceria com a Rhodia desenvolveu o *jeans* com a tecnologia desse fio. (GUIA JEANSWEAR, 2013).

A poliamida é uma fibra sintética que foi criada em 1934 através de um pesquisador chamado Hume Wallace Carothers. A poliamida 66 tem esse nome devido a sua formação molecular, que é mais complexa que os outros tipos de poliamidas. Hoje em dia ela é muito usada, somente a poliamida 6 a ultrapassa. (FANTONI, 2010).

### 3 METODOLOGIA

Almeida (2011, p. 19) descreve metodologia como “um conjunto de procedimentos adotados em estudos aos quais se atribui a confiabilidade do rigor científico”.

O presente trabalho fundamenta-se em pesquisa bibliográfica, em que são apresentadas citações a fim de demonstrar a relevância do tema estudado.

A pesquisa bibliográfica é usada com o propósito de resolver um problema ou de adquirir conhecimentos. Ela pode ser feita a partir de informações contidas em livros, revistas, sites, materiais sonoros, etc. Para a realização de pesquisa bibliográfica necessita-se ter conhecimento do assunto abordado por outros autores, para relacionar os aspectos que já foram abordados. (BARROS; LEHFELD, 2006, p. 70).

É também de caráter exploratório, pois é importante o esclarecimento do problema relacionado ao público. Segundo Gil (2002), a pesquisa exploratória tem como objetivo “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”. Portanto, se faz necessário pesquisar para evitar problemas que podem aparecer em relação ao produto final.

A pesquisa ainda se encaixa como qualitativa, em que ao contrário da quantitativa que se busca dados estatísticos, a qualitativa procura qualidade nas respostas. Com isso, se aplicará um questionário indutivo ao público alvo para analisar quais são as principais dificuldades que eles encontram na compra de roupas e verificar se o estudo está sendo corretamente direcionado ao que eles procuram no consumo de vestuário. A pesquisa ainda se torna importante para verificar o grau de aceitação de inovações em modelagens que o público estudado se interessaria em um produto de moda.

Os dados recolhidos são designados por qualitativos, o que significa ricos em pormenores descritivos relativamente a pessoas, locais e conversas, e de complexo tratamento estatístico. As questões a investigar não se estabelecem mediante a operacionalização de variáveis, sendo, outrossim, formuladas com o objetivo de investigar os fenômenos em toda sua complexidade e em contexto natural (BOGDAN; BIKLEN, 1994, p. 16).

Essa investigação induz o pesquisador a perceber características que seu público tem em comum, o que ajuda a nortear seu trabalho, para que ele seja visto como extremamente válido e que irá atribuir satisfação na vida das pessoas.

### 3.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Aplicação de um questionário ao público alvo do grupo 1 (pós-bariátricas), com dez questões, sendo todas de múltipla escolha. Também ocorreu a aplicação de um segundo questionário para o público alvo do grupo 2 (mulheres que gostam de consumir o *jeans*), que consistiu em nove questões com. O emprego de dois questionários ao trabalho se deve à pesquisa ser feita com dois públicos diferentes, ou seja, a marca voltada para mulheres que gostam de consumir roupas em *jeans*, porém não encontram peças com qualidade e conforto que desejam. E uma porcentagem das peças de cada coleção é voltada para mulheres que passaram por cirurgia bariátrica. Portanto, a essência da marca é o conforto, assim ela consegue atender simultaneamente os dois públicos.

#### 3.1.1 Delimitação do Objeto de Estudo

O emprego dos questionários foi através de contato pessoal com o público. Antes da aplicação do questionário foi realizada uma conversa a fim de nortear a elaboração das perguntas do questionário, e também para tentar absorver experiências únicas das pós-bariátricas. Esse encontro foi realizado através de amigos e familiares de pessoas que passaram pela cirurgia bariátrica. O número de participantes da pesquisa foi de dez mulheres e a região em que foi empregada é norte do Paraná, nas cidades de Apucarana, Londrina e Borrazópolis.

Já para o público do grupo 1 foram entrevistadas sessenta mulheres da seguinte maneira: foi aplicado o questionário para dez mulheres que se encaixam no perfil de público estudado, em que para cada uma delas foi entregue cinco cópias do mesmo questionário para que elas aplicassem em mais cinco mulheres. Dessa forma a coleta dos dados é direcionada ao público, facilitando a contabilização dos mesmos.

### 3.2 ESTRUTURA DA PESQUISA

1) Pesquisa Bibliográfica – pesquisa em sites e livros, incorporando citações dos mesmos no trabalho;

2) Pesquisa de Campo – elaboração e aplicação de questionários aos públicos aos quais se destinam o projeto, para conhecer melhor os problemas que

elas encontram no consumo do vestuário, verificar se a criação da marca voltada a elas lhes interessa e planejar possíveis soluções para os problemas relacionados às roupas;

3) Pesquisa Exploratória – busca de elementos importantes ao tema estudado, como: conhecimento da cirurgia bariátrica, como ela é feita, quais os tipos mais realizados, quem pode fazê-la, entre outros. Também a pesquisa sobre ergonomia, com a finalidade de verificar se sua inserção na modelagem das roupas pode melhorar o produto final. Além da pesquisa do material *jeans*, a fim de demonstrar sua adequação nesse tipo de vestuário.

### 3.3 ESTUDO DO CORPO PÓS-BARIÁTRICO

Para buscar qualidade na modelagem das peças, foi feito um estudo antropométrico das pós-bariátricas. Baseado na tabela de medidas (em centímetros), foram consideradas apenas medidas essenciais para o estudo (Figura 9). Essas medidas foram escolhidas porque são as mais utilizadas na criação de modelagens da marca “Cauina”.

Descrição das Medidas	Tamanhos	40	42	44	46	48	50
Cintura		74	78	82	86	90	94
Quadril		100	104	108	112	116	120
Altura do gancho		26	27	28	29	30	31
Comprimento da calça		105	106	107	108	109	110
Cintura/ joelho		55	56	57	58	59	60
Cintura/ quadril		20	20,5	21	21,5	22	22,5
Busto		92	96	100	104	108	112
Largura das costas		36	37	38	39	40	41
Ombro		11	11,5	12	12,5	13	13,5
Largura dos braços		27	28	29	30	31	32
Cava		40	42	44	46	48	50
Comprimento costas		43	43,5	44	44,5	45	45,5
Comprimento frente		43	43,5	44	44,5	45	45,5
Comprimento manga		57	58	59	60	61	62

**Figura 9: Tabela de medidas**  
**Fonte: Cauina Jeans (2016)**

Através dessa tabela foram tiradas medidas de uma amostra de dez mulheres pós-bariátricas, a fim de verificar as diferenças de tamanho de um corpo que passou pelo procedimento cirúrgico e um corpo que não passou por tal emagrecimento. As numerações das peças foram baseadas no tamanho dos quadris, para calças e no tamanho dos ombros, para a parte superior.

Assim, criou-se uma nova tabela de medidas para as pós-bariátricas. Durante as medições percebeu-se que os locais do corpo que sobram mais pele são nos braços e no abdômen. Portanto, as medidas são maiores nesses lugares, conforme a tabela (Figura 10).

Descrição das Medidas	Tamanhos	40	42	44	46	48	50
<b>Cintura</b>		<b>82</b>	<b>86</b>	<b>90</b>	<b>94</b>	<b>98</b>	<b>100</b>
Quadril		100	104	108	112	116	120
Altura do gancho		26	27	28	29	30	31
Comprimento da calça		105	106	107	108	109	110
Cintura/ joelho		55	56	57	58	59	60
Cintura/ quadril		20	20,5	21	21,5	22	22,5
Busto		92	96	100	104	108	112
Largura das costas		36	37	38	39	40	41
Ombro		11	11,5	12	12,5	13	13,5
<b>Largura dos braços</b>		<b>31</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>36</b>
Cava		40	42	44	46	48	50
Comprimento costas		43	43,5	44	44,5	45	45,5
Comprimento frente		43	43,5	44	44,5	45	45,5
Comprimento manga		57	58	59	60	61	62

Figura 10: Tabela de medidas para pós-bariátricas

Fonte: Da autora (2016)

A conclusão do estudo foi que o tamanho dos braços e o tamanho da cintura das pós-bariátricas são, normalmente, maiores do que na tabela de medidas normal, pois 100% das mulheres que foram medidas deu diferença nessas partes do corpo. Isso pode ser comparado nas partes em vermelho da tabela 2 com a tabela 1.

Portanto, a cintura das pós-bariátricas é, em média, dois tamanhos maior que a cintura de uma pessoa com a tabela de tamanho normal. Já os braços são, em média, quatro tamanhos maior do que a tabela normal.

Essas diferenças acontecem devido à flacidez após o emagrecimento. Nos outros locais do corpo a diferença aconteceu em 90% das pessoas que foram medidas, porém essa disparidade foi considerada irrelevante, pois era menos de um tamanho de diferença.

### 3.4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

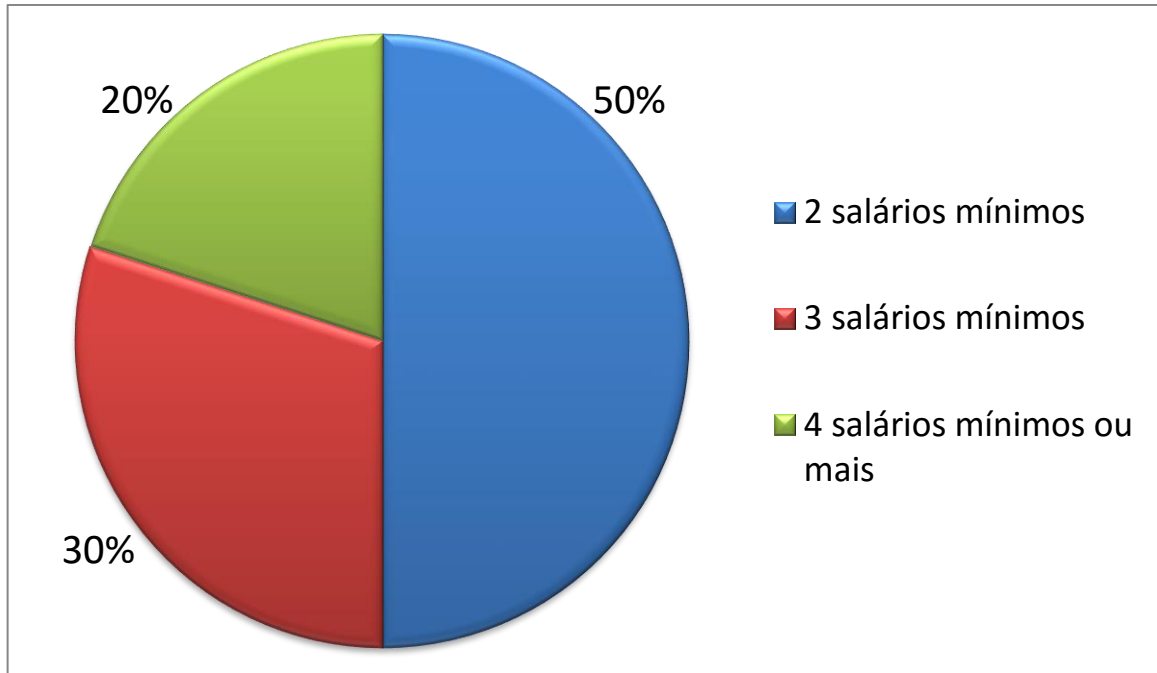
Referente aos questionários aplicados ao público do grupo 1 e ao público do grupo 2, realizou-se a análise e contabilização dos dados, em que os resultados obtidos serão demonstrados através de gráficos para que a visualização facilite o entendimento e contribua para o desenvolvimento das roupas. Os dados levantados serão dispostos nos gráficos através de porcentagens, considerando que alternativas que não foram assinaladas nenhuma vez não serão contabilizadas.

Observação 1: A renda mensal das mulheres entrevistadas nos dois questionários foi contabilizada através da quantidade de salários mínimos, a fim de facilitar a demonstração dos resultados.

Observação 2: Nas perguntas que poderão ser assinaladas mais de uma alternativa, os dados serão contabilizados através da quantidade de respostas ao invés de ser pelo número de mulheres entrevistadas.

### 3.4.1 Resultados do Questionário do Grupo 1, aplicado às pós-bariátricas

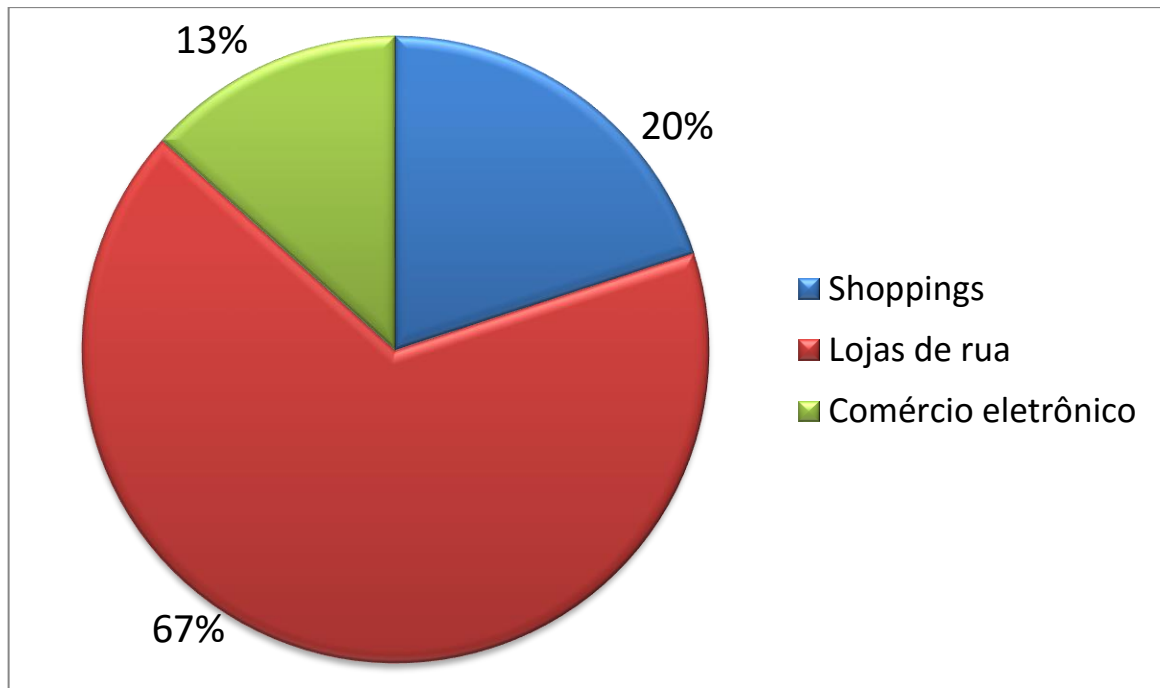
A análise dos resultados desse questionário será baseada no número de dez pessoas entrevistadas.



**Figura 11: Gráfico 1, renda mensal**  
Fonte: Da autora (2016)

Análise do gráfico 1: Do total de dez mulheres entrevistadas cinco delas (50%) dizem receber, aproximadamente, dois salários mínimos, ou seja, por serem maioria servem de base para estimar valores que os produtos finais serão vendidos.

Pergunta 1: Onde você costuma comprar roupas?  
(Pode assinalar mais de uma alternativa)

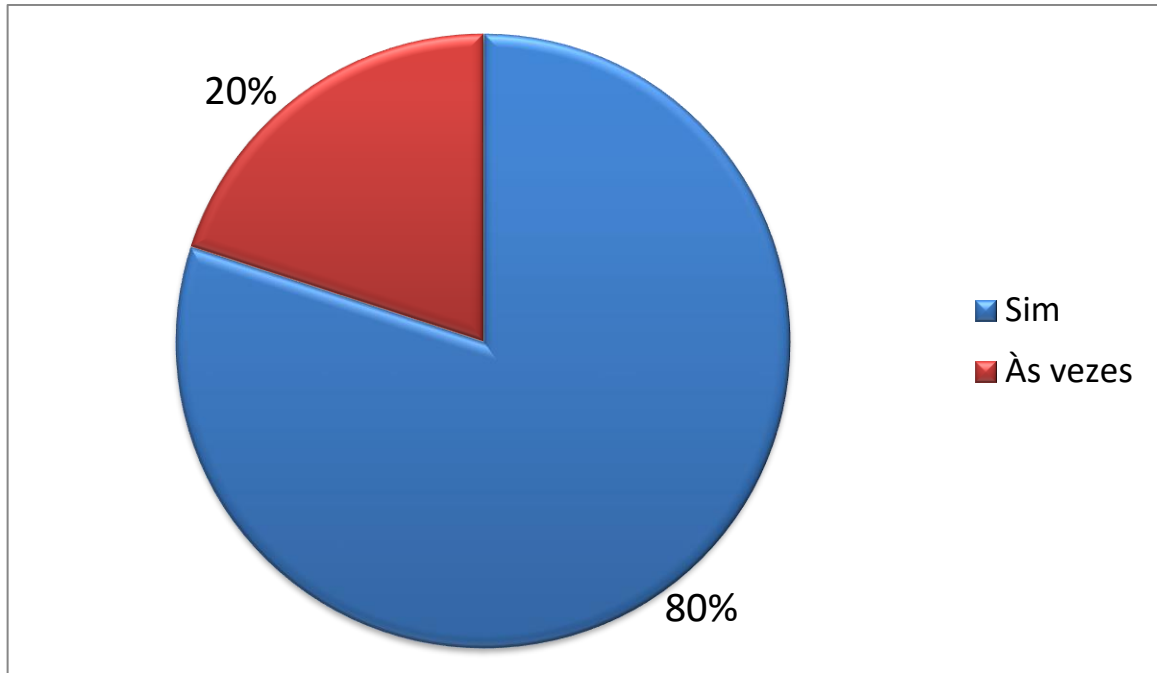


**Figura 12: Gráfico 2**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 2: Do total de 15 respostas dadas, 67% (10 respostas) afirmam comprar em lojas de rua, ou seja, constando que sentem-se mais à vontade em comprar roupas nas lojas convencionais. O gráfico mostra que as outras vias de comércio também são utilizadas, porém com menor frequência. 13% (2 respostas) apontam o comércio eletrônico como meio de consumo. Por fim, a compra em *shoppings* está em 20% (3 respostas).



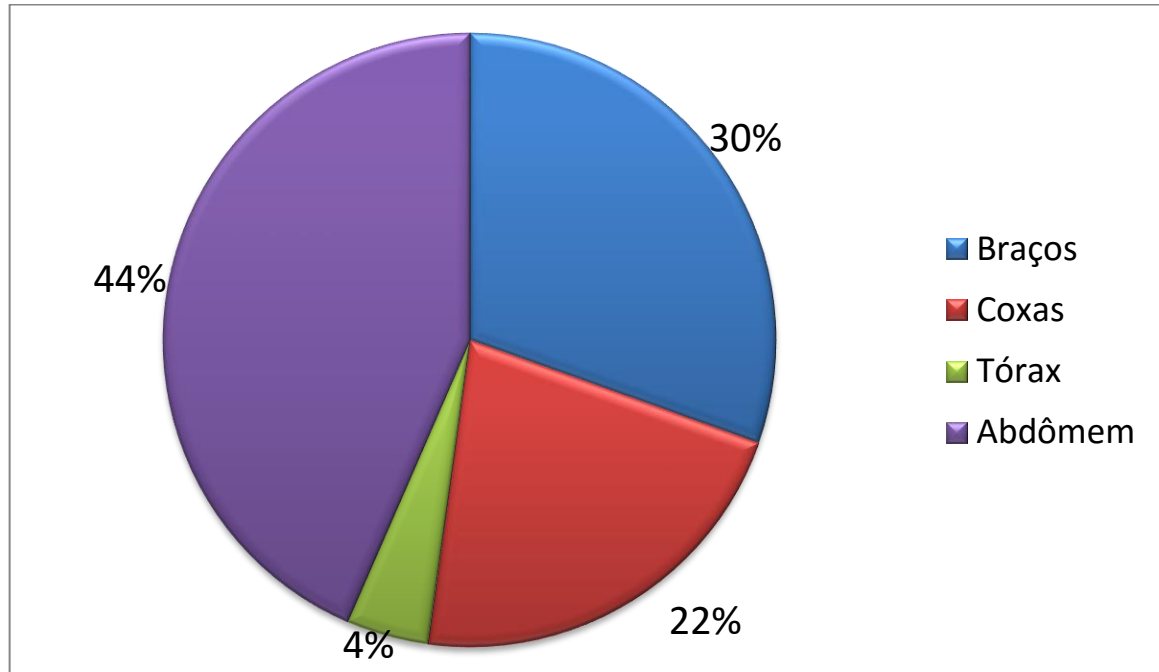
Pergunta 2: Sabe-se que o emagrecimento acelerado deixa a pele flácida e com sobras em lugares específicos. Pensando nisso, você diria que tem dificuldade em encontrar roupas que sejam confortáveis?



**Figura 13: Gráfico 3**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 3: Das 10 pessoas entrevistadas 8 (80%) afirmam ter dificuldades para encontrar roupas que lhes deixem confortáveis, devido à flacidez da pele após o emagrecimento acelerado. Duas pessoas (20%) disseram que às vezes isso acontece. Nenhuma pessoa assinalou a alternativa que afirmava esse problema não acontecer.

Pergunta 3: Quais as partes do corpo você percebeu que ficaram mais flácidas? (Pode assinalar mais de uma alternativa)



**Figura 14: Gráfico 4**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 4: Do total de 23 respostas, (30%) 7 respostas afirmaram que as mulheres têm braços flácidos. Cinco respostas (22%) afirmam a flacidez nas coxas. Apenas uma resposta (4%) apontou o tórax como parte de maior flacidez. Contudo, a maior porcentagem (44%), que representam 10 respostas dadas afirmam ser o abdômen a parte do corpo com maior sobra de pele. Esses dados confirmam que os braços e o abdômen são as partes do corpo que mais se mantêm alteradas as medidas após o emagrecimento, por isso as modelagens vão ser mais estudadas nessas regiões.

Pergunta 4: O que você acha da criação de uma marca de roupas, visando o conforto e segurança, voltada às pessoas que tiveram esse emagrecimento acelerado?

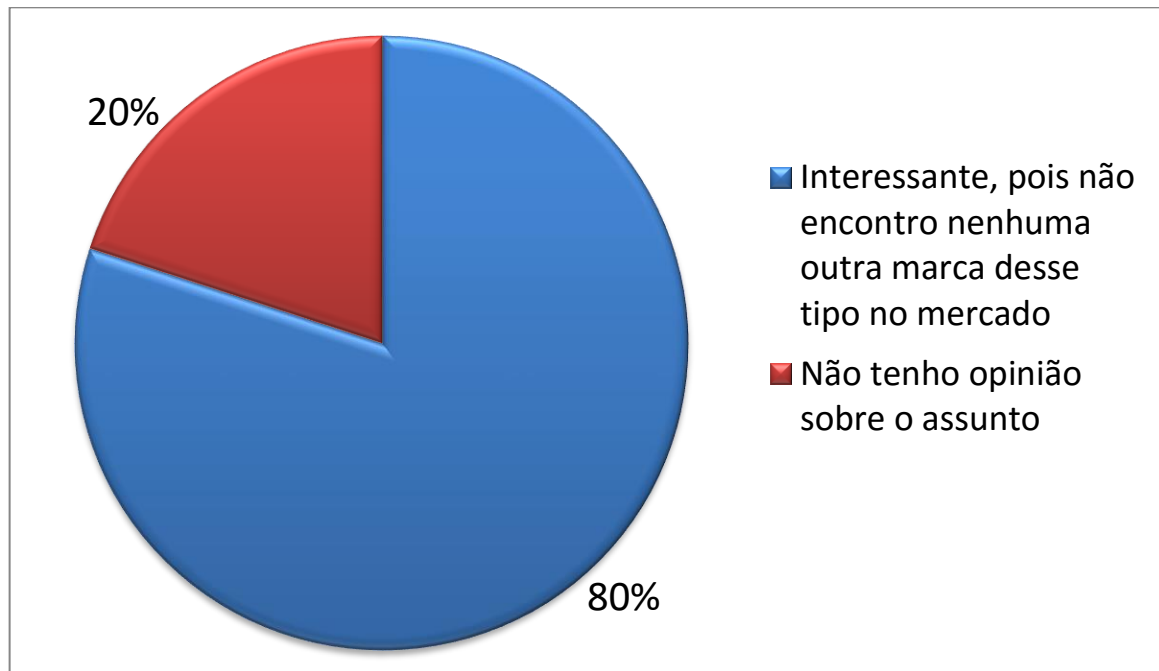
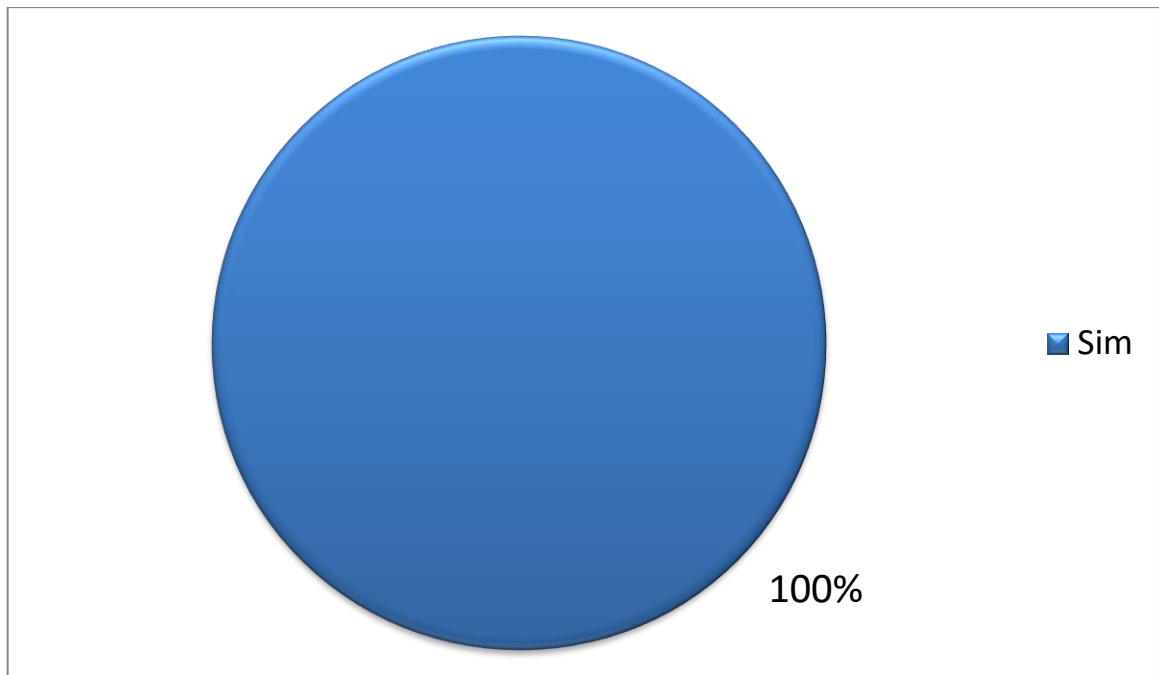


Figura 15: Gráfico 5  
Fonte: Da autora (2016)

Análise do gráfico 5: Oito (80%) das mulheres entrevistadas afirmam ser interessante ter uma marca de roupas voltada às pós-bariátricas. Em contrapartida, duas mulheres (20%) disseram não ter opinião sobre isso. Contudo, a grande maioria é a favor, assim entende-se que seria favorável a abertura de tal negócio.

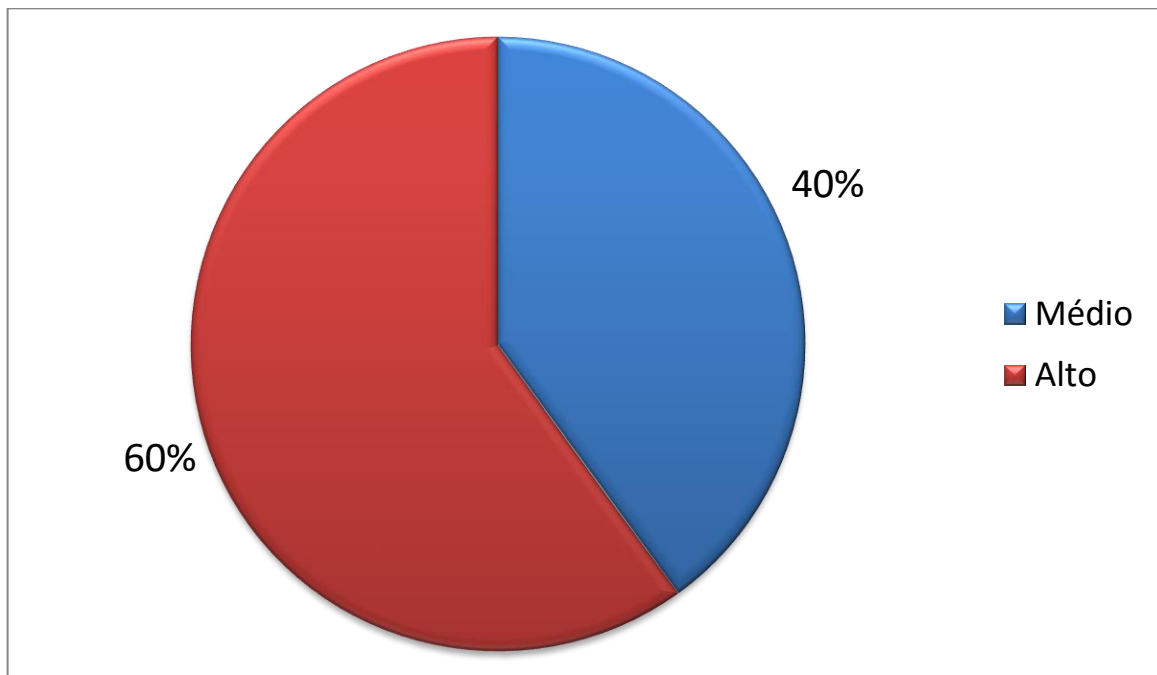
Pergunta 5: Você compraria peças de roupa em *jeans* que lhe deem conforto e disfarcem a flacidez da pele?



**Figura 16: Gráfico 6**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 6: 100% das respostas foram positivas, favorecendo ainda mais a criação de uma marca nesse segmento e comprovando que tem espaço no mercado para isso.

Pergunta 6: Com qual altura de gancho da calça você se sente mais confortável?



**Figura 17: Gráfico 7**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 7: Seis mulheres (60%) disseram preferir calças mais altas. Já 4 mulheres (40%) assinalaram a alternativa de gancho médio. Entretanto nenhuma pessoa escolheu a opção de gancho baixo. Referente a essa análise, entende-se que se pode aplicar nas roupas cós médio e alto.

Pergunta 7: Além de calças, você consumiria outros tipos de peças em *jeans*? ( Pode assinalar mais de uma alternativa).

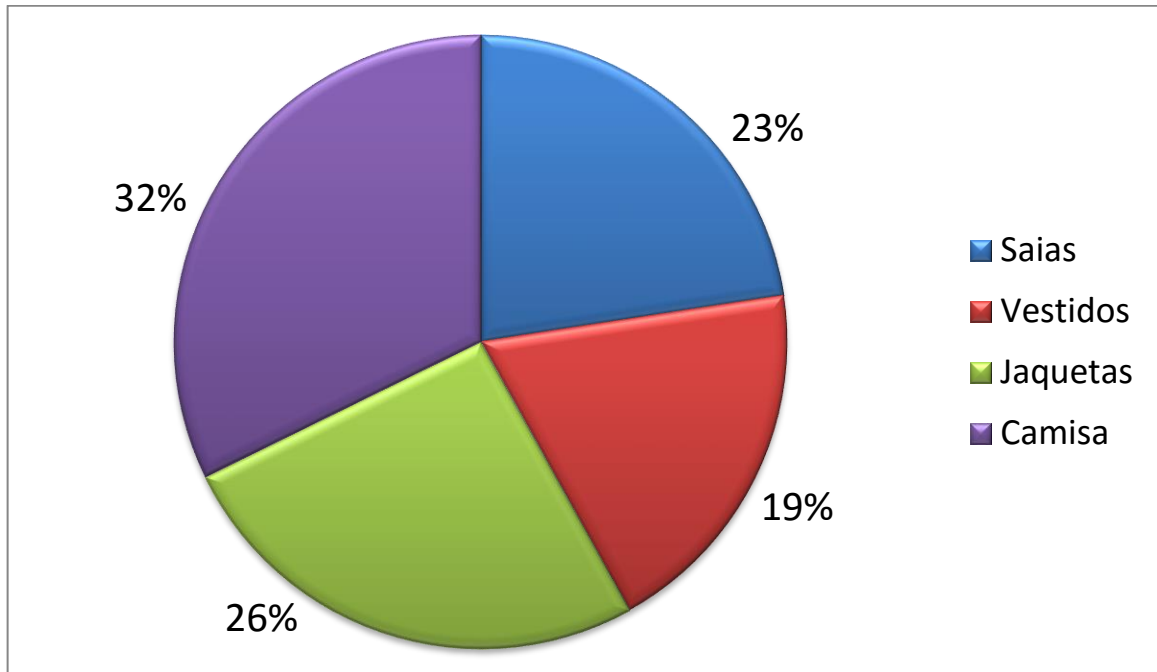
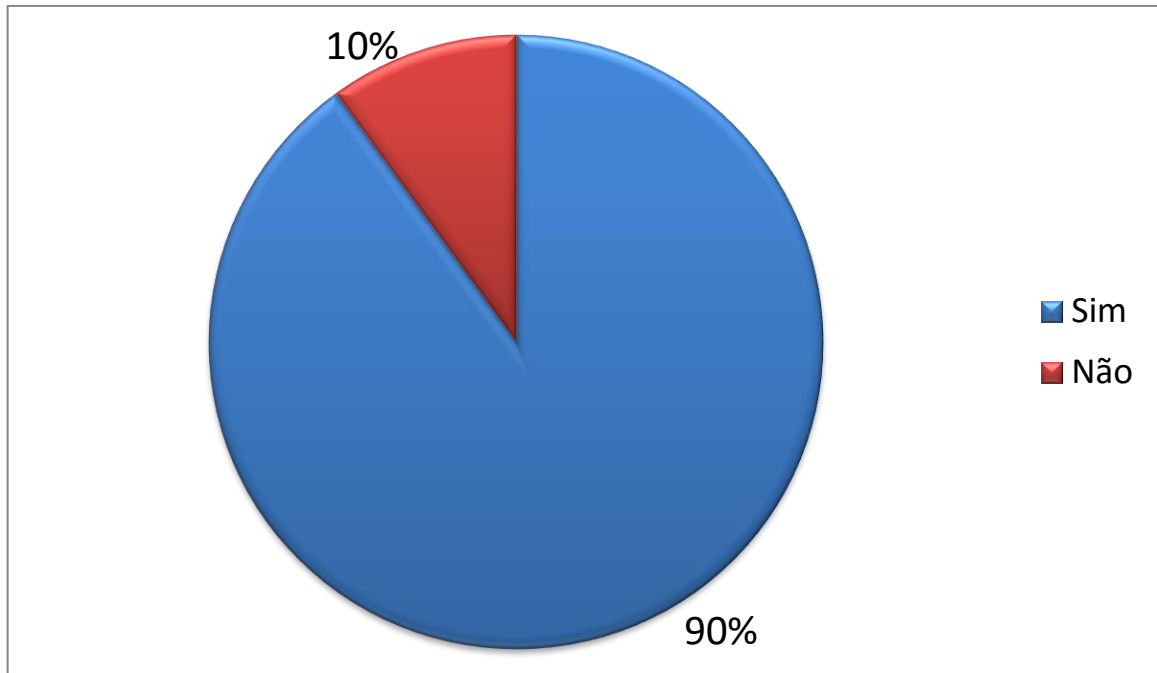


Figura 18: Gráfico 8  
Fonte: Da autora (2016)

Análise do gráfico 8: Do total de 29 respostas dadas 10 delas (32%) foram para camisas. Oito respostas (26%) foram para jaquetas. O gráfico também mostra que 23% apontaram saias, essa resposta foi selecionada 7 vezes. Apenas 6 respostas foram dadas para vestido, que corresponde a 19% no gráfico. Através dessa análise, conclui-se então, que jaquetas e camisas seriam peças mais bem aceitas, após as calças, em uma coleção de *jeans* para esse público. No entanto, vestidos e saias também aparecem como peças interessantes, considerando que foram apontadas porcentagens significativas pela pesquisa.

Pergunta 8: Você usaria peças em *jeans* com bordados aplicados?



**Figura 19: Gráfico 9**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 9: Das entrevistadas 9 mulheres (90%) disseram gostar de bordados aplicados ao *jeans*. Somente uma mulher (10%) respondeu não gostar de bordado. Conseqüentemente, como a maior parte é a favor, a aplicação de bordados nas roupas será realizada para esse público.

Pergunta 9: Em que parte da peça você prefere que os bordados sejam aplicados?

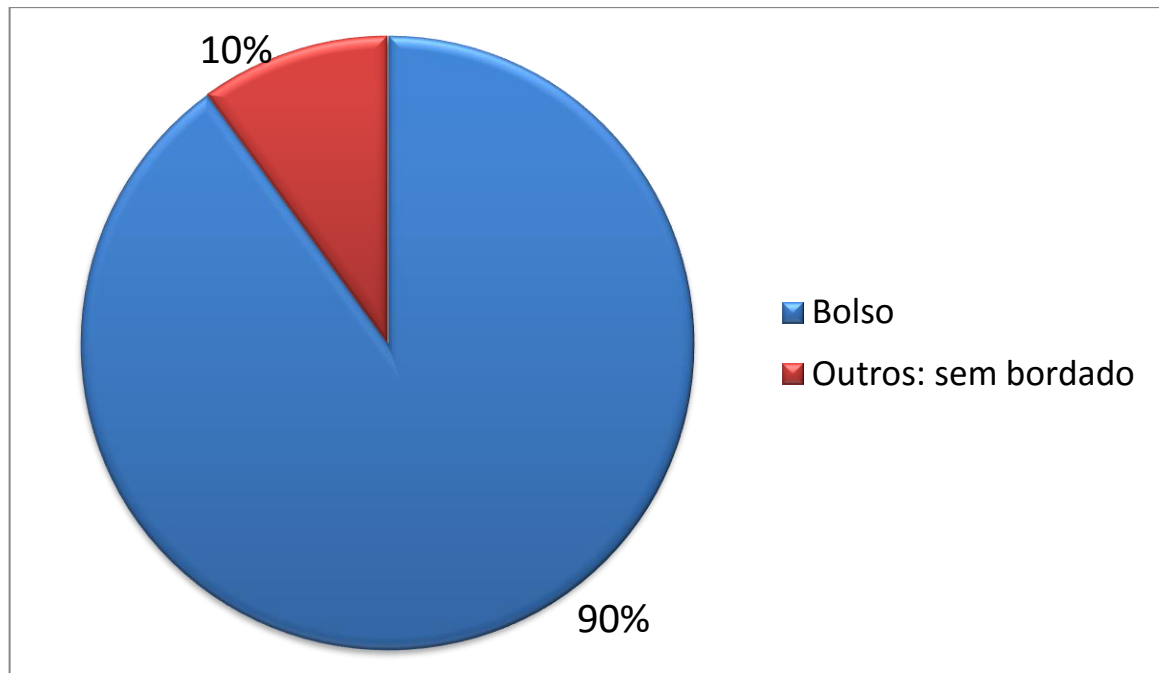


Figura 20: Gráfico 10  
Fonte: Da autora (2016)

Análise do gráfico 10: Nove pessoas (90%) das dez entrevistadas assinalaram a opção de bordados nos bolsos. Apenas uma pessoa (10%) assinalou a opção outros, apontando não gostar de bordados. As outras opções de bordados no cós e nas barras não foram assinaladas. Portanto, entende-se que, no geral, essas mulheres gostam de bordados nos bolsos das calças.



Pergunta 10: Quais lavagens você mais aprecia? (Pode assinalar mais de uma alternativa).

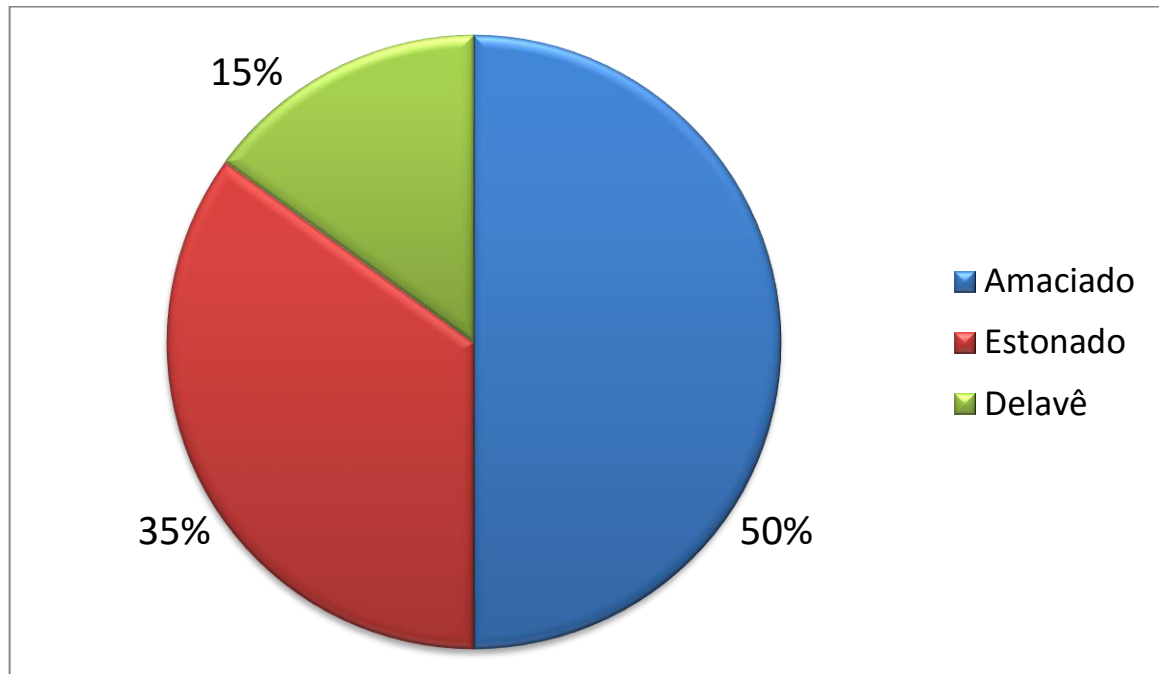
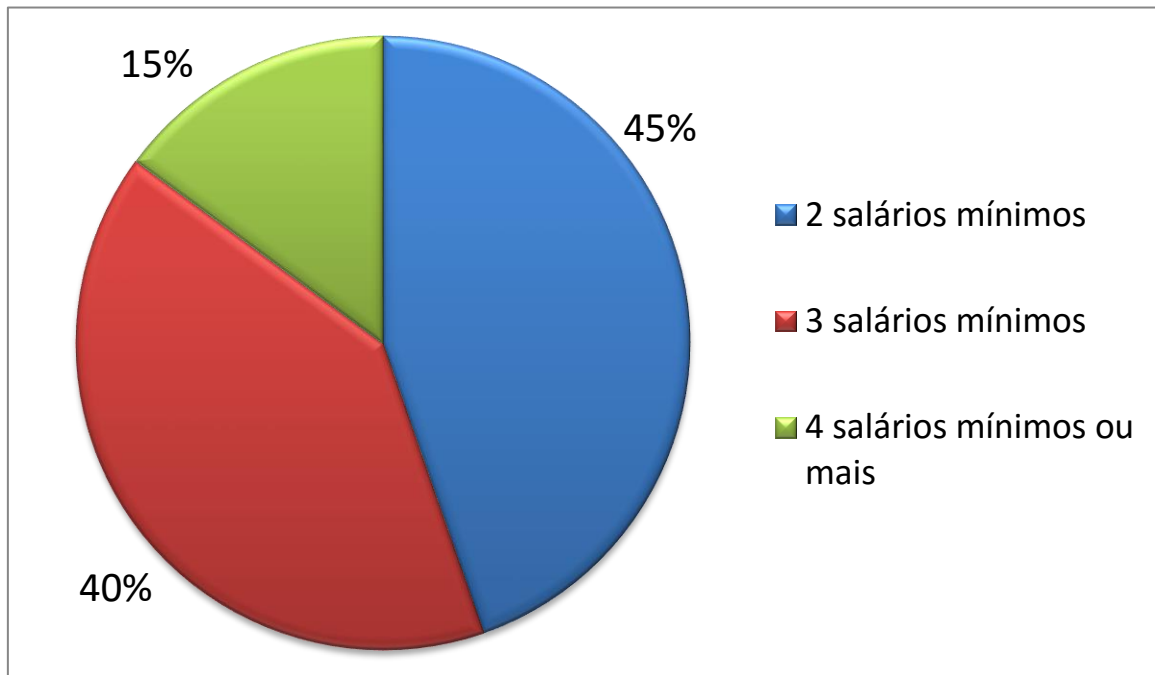


Figura 21: Gráfico 11  
Fonte Da autora (2016)

Análise do gráfico 11: Do total de 20 respostas, 10 (50%) escolheram o amaciado. O estonado teve 7 respostas (35%). Por fim, 3 respostas (15%) foram dadas para delavê. Esses dados demonstram que a maior parte das mulheres desse público preferem lavagens mais escuras.

### 3.4.2 Resultados do Questionário do Grupo 2, aplicado às mulheres que gostam de consumir *jeans*.

Para a análise dos gráficos a seguir deve ser considerado que foram entrevistadas 60 mulheres. Porém, a quantidade de questionários que foram devidamente validados foi de 47, que servirá de base para a análise dos resultados.



**Figura 22: Gráfico 12, renda mensal**  
Fonte: Da autora (2016)

Análise do gráfico 12: Do total de 47 pessoas entrevistadas, a maioria de 21 mulheres (45%) responderam receber 2 salários mínimos. Outras (40%) 19 pessoas disseram receber 3 salários mínimos ou mais. O restante, apenas 7 pessoas (15%) disseram ganhar 4 salários mínimos. Como no questionário do grupo 1, os resultados de renda mensal foram bem parecidos, fazendo com que os preços que podem ser estabelecidos às roupas sejam equilibrados.

Pergunta 1: Onde você costuma comprar roupas? (Pode assinalar mais de uma alternativa).

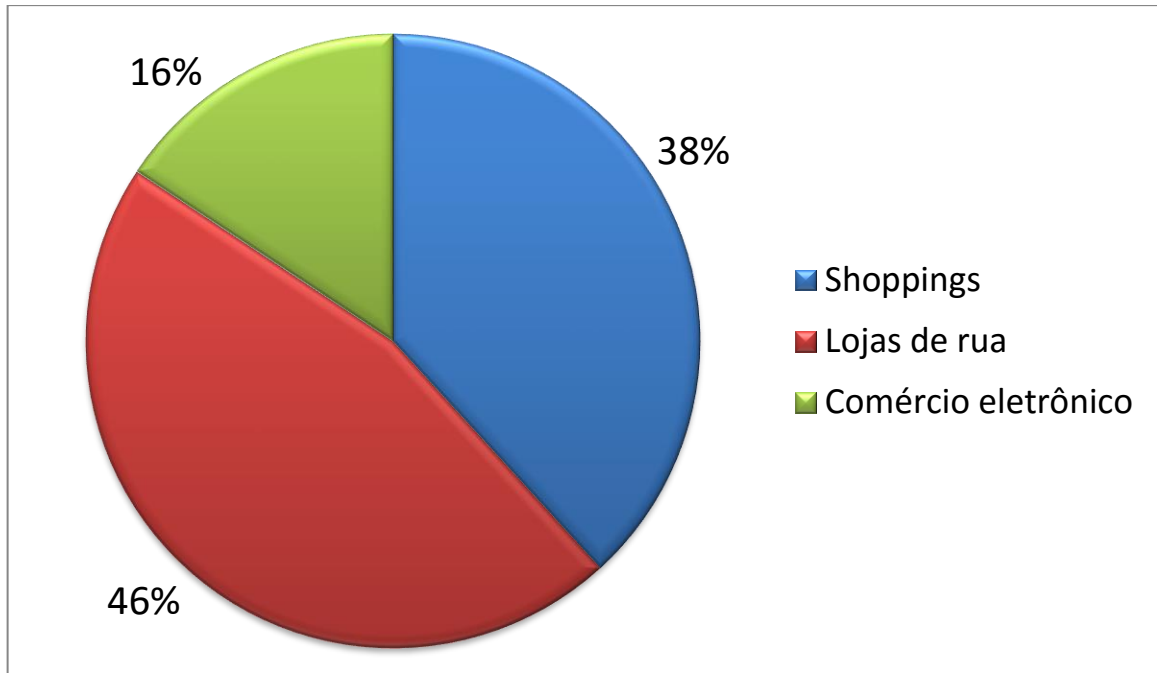
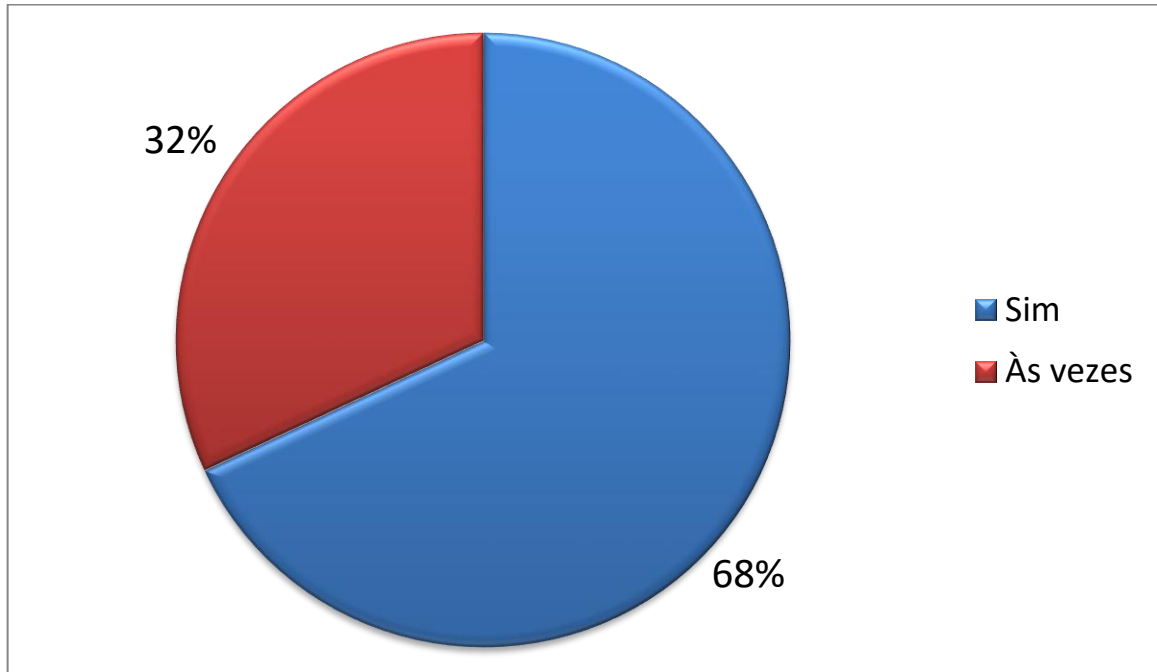


Figura 23: Gráfico 13  
Fonte: Da autora (2016)

Análise do gráfico 13: Do total de 102 respostas dadas, a maior parte que é 47 respostas (46%) afirma comprar em lojas de rua. Para comércio eletrônico foram dadas 16 respostas (16% do gráfico). Por último, 39 respostas foram dadas para compras em *shoppings*, o que representa 38% do gráfico. Esses dados mostram que a preferência é por lojas de rua, talvez por se sentirem mais à vontade, porém as outras opções também são bastante utilizadas na hora da compra.

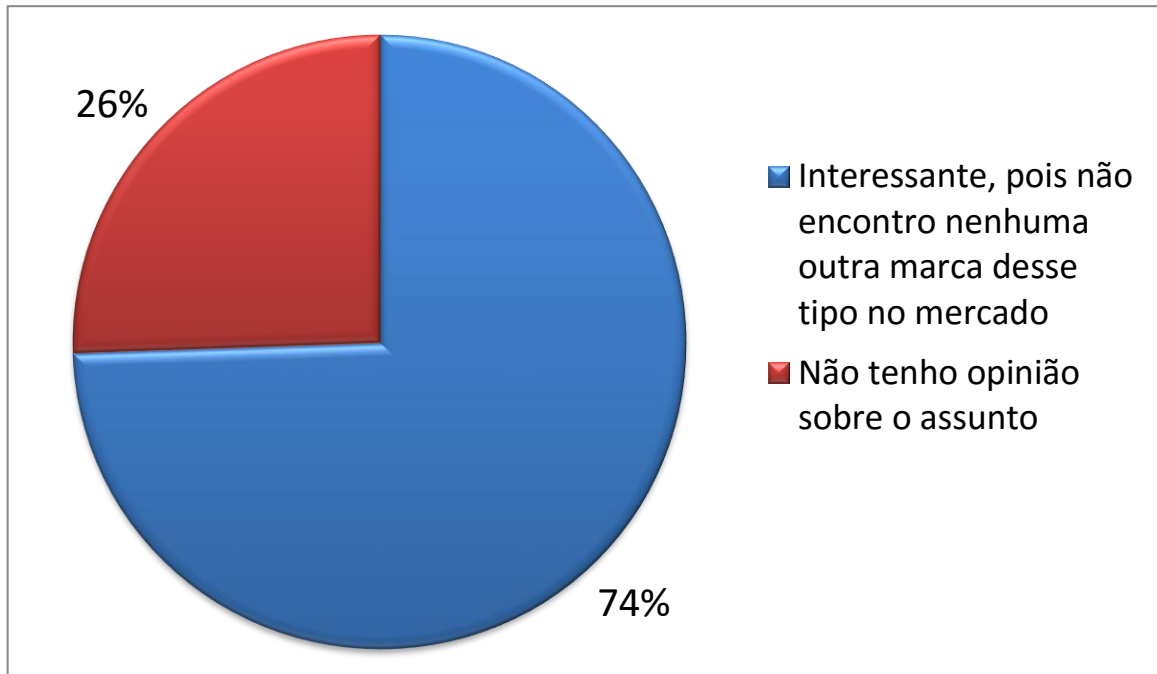
Pergunta 2: Você tem dificuldade de encontrar peças em *jeans* que sejam confortáveis para o seu corpo?



**Figura 24: Gráfico 14**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 14: A maior parte das mulheres (68%) respondeu sim para essa questão. Isso representa 32 pessoas. As outras 15 mulheres (32%) disseram que às vezes encontram dificuldade para encontrar esses produtos. Nenhuma mulher disse que não, logo a falta de produtos ergonômicos no mercado se torna mais evidente.

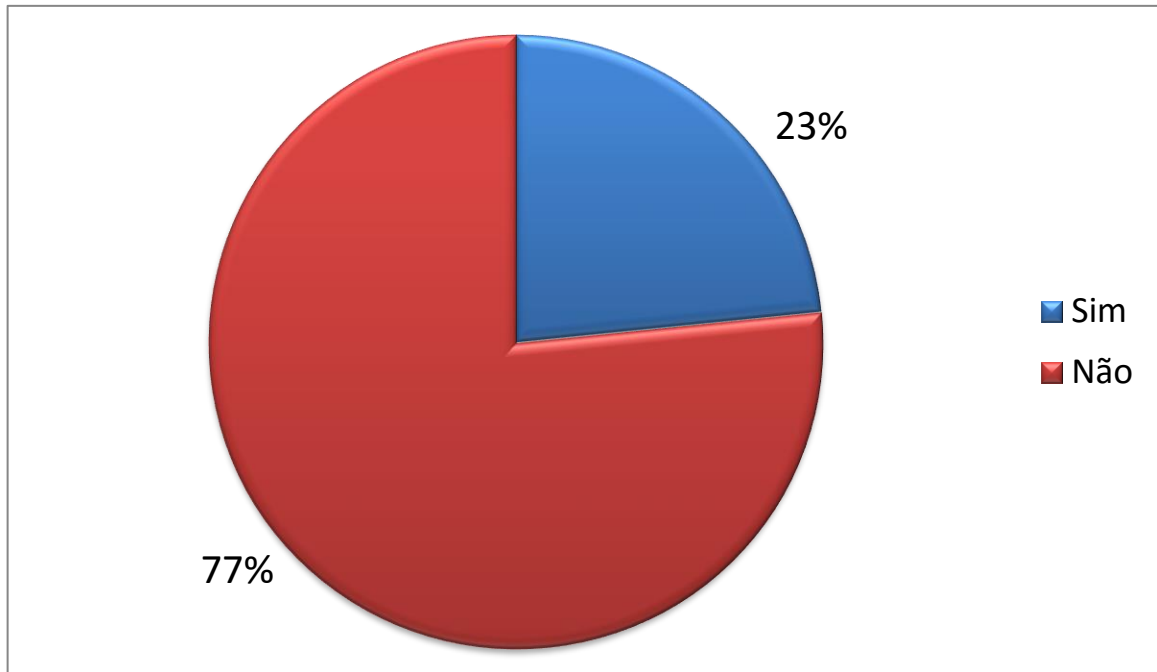
Pergunta 3: O que você acha da criação de uma marca de roupas *jeans*, em que sejam priorizados o conforto e a liberdade de movimento?



**Figura 25: Gráfico 15**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 15: A maior parte das entrevistadas que foi de 35 pessoas (74%) disseram achar interessante a criação dessa marca. Já 12 mulheres (26%) preferiram não opinar, talvez por não ter conhecimento do assunto.

Pergunta 4: Você costuma seguir tendências de moda ao comprar suas peças em *jeans*?

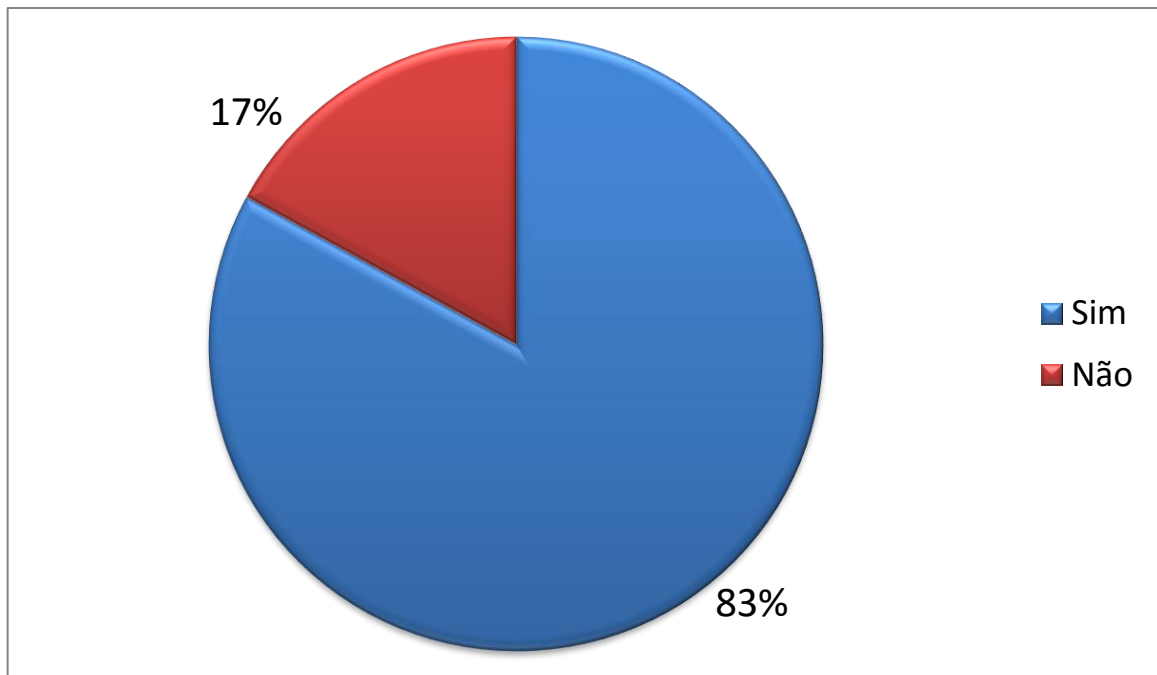


**Figura 26: Pergunta 4**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 16: 36 mulheres entrevistadas (77%), afirmaram não seguir as tendências. Apenas 11 mulheres (23%) confirmaram que seguem algumas tendências de moda.

Nota-se que grande parte das mulheres não percebe que usam roupas com tendências, mas sabe-se que as lojas vendem o que o cliente quer consumir, que é o que a mídia mostra. Consequentemente, elas consomem tendências de moda.

Pergunta 5: Você usaria peças em *jeans* com bordados aplicados?



**Figura 26: Gráfico 17**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 17: Do total de entrevistadas 39 mulheres (83%) responderam gostar de bordados e 8 mulheres (17%) afirmaram o contrário.

Sendo assim, seria importante o uso de bordados em peças de roupas direcionadas a esse público.

Pergunta 6: Em que parte da peça você prefere que os bordados sejam aplicados?

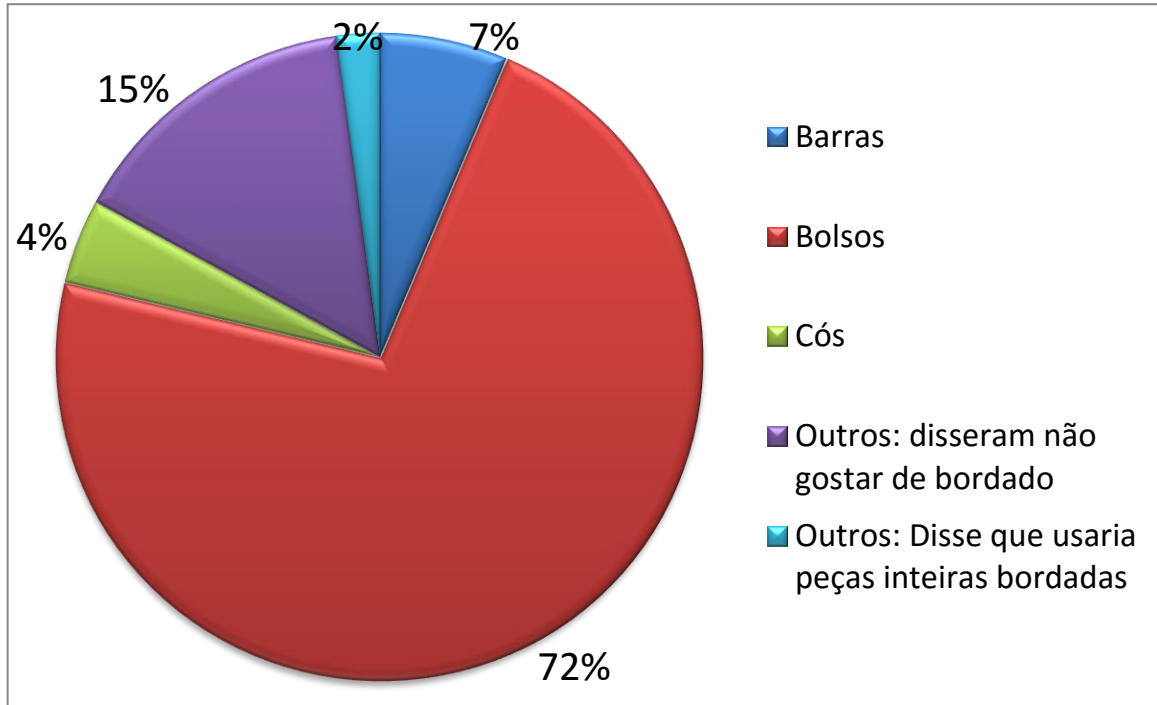
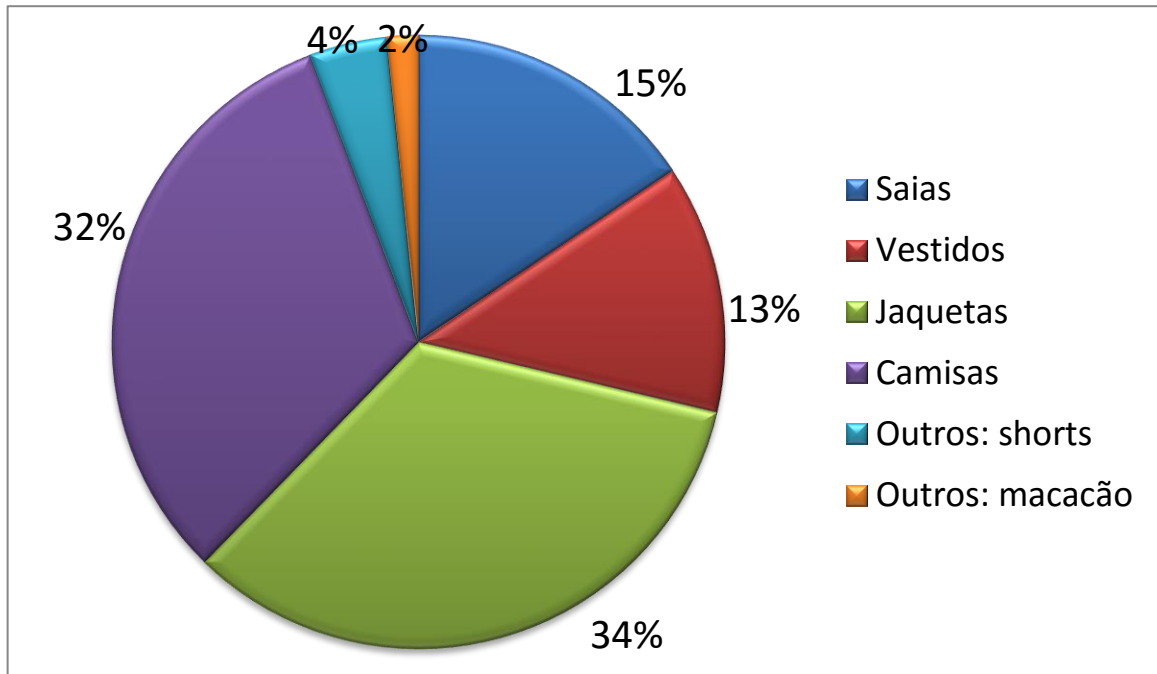


Figura 27: Gráfico 18  
Fonte: Da autora (2016)

Análise do gráfico 18: A grande maioria das entrevistadas que foram 34 mulheres (72%) preferiram bordados aplicados nos bolsos. Outras 3 pessoas (7%) assinalaram a opção de aplicação nas barras. Apenas 2 mulheres (4%) responderam a alternativa cós. Outras 7 mulheres (15%) responderam que não gostam de bordado. Por fim, apenas uma mulher (2%) afirmou que usaria peças *jeans* inteiras bordadas. Sendo assim, o bordado será bem aceito pelo público se for aplicado em diferentes locais das peças, mas o maior uso dele deverá ser nos bolsos.



Pergunta 7: Além de calças, você consumiria outros tipos de peças em jeans? (Pode assinalar mais de uma resposta).

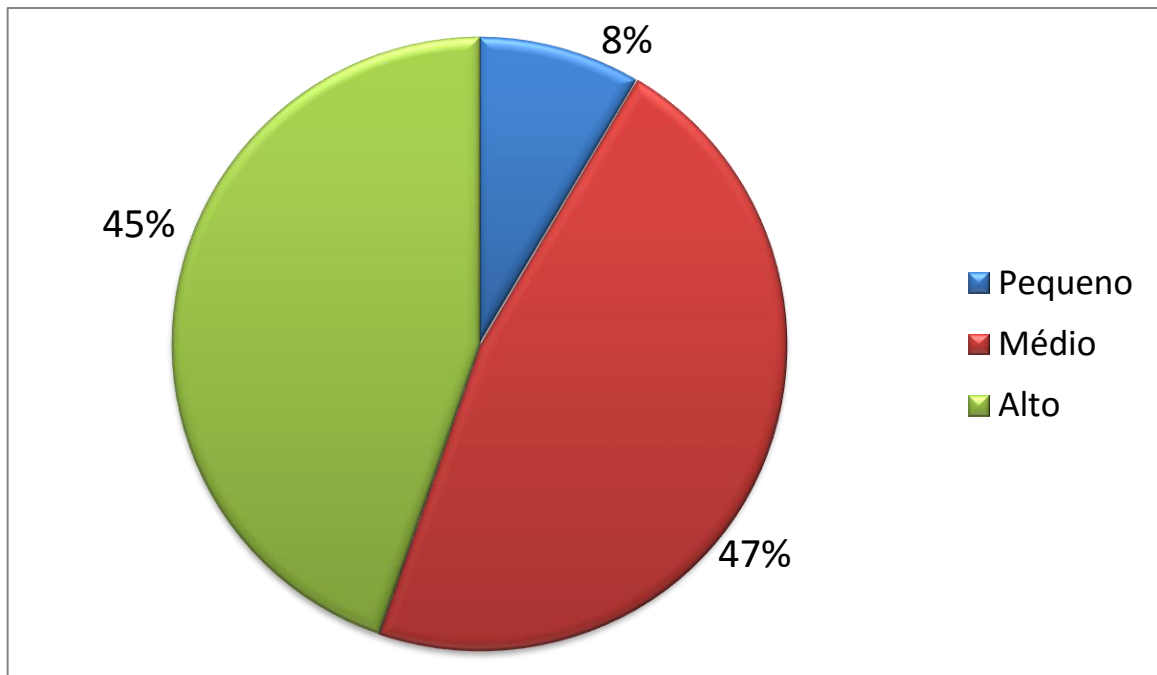


**Figura 28: Gráfico 20**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 20: Do total de 122 respostas dadas a maior parte delas foi a opção jaquetas, que representa 34% do gráfico. Com 32% das respostas aparecem as camisas, ou seja, 39 respostas. As respostas para saias representam 15%, para isso essa opção foi assinalada 19 vezes. A opção vestidos obteve 16 respostas (13%). Outras respostas foram para shorts (4%), em que apareceram 5 pessoas vezes. Também para macacão, que atua em 2% do gráfico, em que representa duas respostas.

As opções que as mulheres mais demonstraram preferência foram para camisas e jaquetas, sendo assim essas estruturas serão incluídas na coleção que será desenvolvida.

Pergunta 8: Com qual altura de gancho da calça você se sente mais confortável?



**Figura 29: Gráfico 21**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Análise do gráfico 21: Do total de 47 entrevistadas 22 mulheres (47%) escolheram a opção de cós médio. Outras 21 mulheres (45%) assinalaram a opção cós alto. O restante, 4 mulheres (8%) disseram gostar de cós baixo.

Concluí-se que o uso de cós alto e médio deverá ser aplicado nas roupas da marca a ser criada, pois as clientes têm preferência por eles.

Pergunta 9: Quais lavagens você mais aprecia? (Pode assinalar mais de uma alternativa).

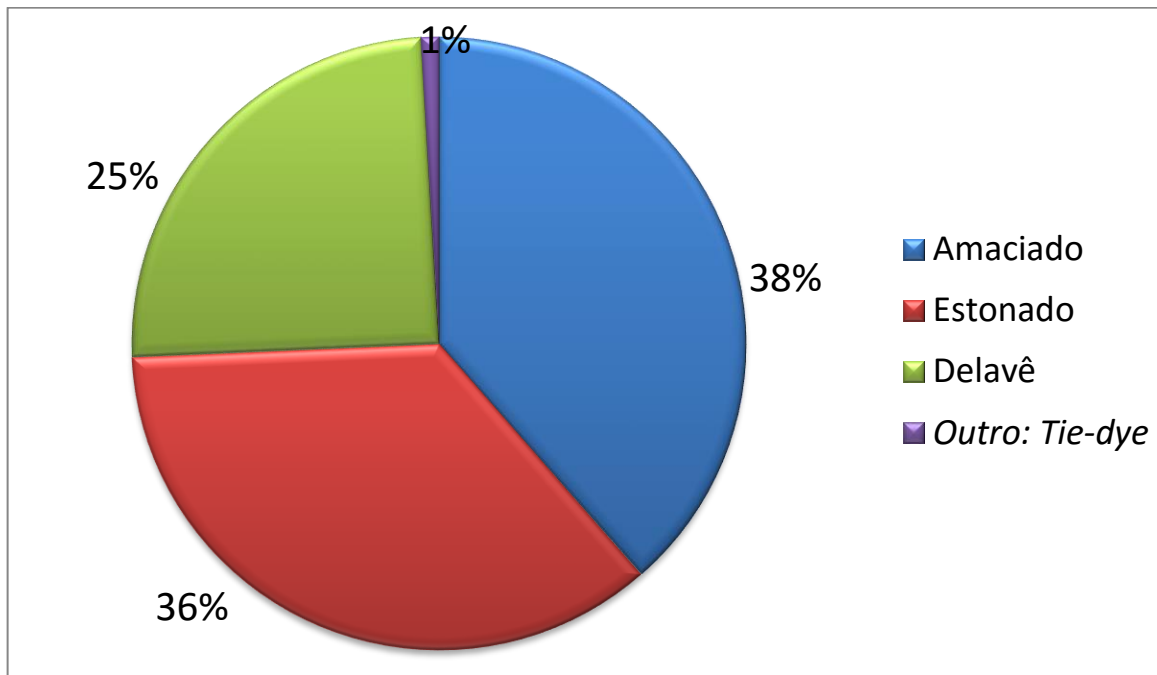


Figura 30: Gráfico 22  
Fonte: Da autora (2016)

Análise do gráfico 22: Do total de 109 respostas dadas 38% foram para amaciado, isso representa que 42 mulheres apreciam essa lavagem. O estonado atua em 36% das respostas, portanto 39 mulheres marcaram essa opção. O delavê foi o menos marcado pelas entrevistadas e ele aparece como 25% das respostas, em que 27 mulheres optaram por ele. O que aparece como 1% das respostas é uma pessoa que marcou outra opção e sugeriu o *Tie-dye*.

## 4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

### 4.1 EMPRESA

#### 4.1.1 Nome da Empresa

A razão social da empresa é Carolina Francisco Indústria e Comércio de Confecções ME, e tem como nome fantasia “Reflexo”.

#### 4.1.2 Porte

Segundo o SEBRAE, a empresa é considerada microempresa quando seu faturamento bruto anual é de até 360 mil reais.

### 4.2 MARCA

A marca “REFLEXO” foi desenvolvida através da finalidade do espelho que é de refletir imagens. As duas letras “R” espelhadas que aparecem na logomarca abaixo (Figura 31), representam uma mulher se olhando no espelho e a divisão entre elas significa um espelho. O círculo ao redor demonstra o prazer da mulher em se olhar no espelho.



Reflexo

Figura 31: Logo da empresa  
Fonte: Da autora (2016)

#### 4.2.1 Conceito da Marca

A marca propõe a quebra de padrões de beleza quando sua consumidora sente prazer ao se ver refletida no espelho vestindo peças de roupa da marca. Ela também passa às suas consumidoras o valor de que todas as experiências boas ou ruins são refletidas com o tempo.

A “REFLEXO” tem como base o uso total do *jeans* em seus *looks*. Ela tem como prioridade a busca pelo conforto em todas as suas peças, e estuda, minuciosamente, os aviamentos, os tipos de *jeans* e suas diferentes gramaturas, as lavagens e os acabamentos para transferir segurança para a cliente na hora da compra. Ela também adiciona seu diferencial de moda nas roupas para que suas clientes sintam-se além de aconchegadas, belas e elegantes.

#### 4.2.2 Segmento

O segmento da “REFLEXO” é o *jeanswear* feminino.

### 4.3 DISTRIBUIÇÃO

A empresa possui duas lojas físicas nas cidades de Londrina e São Paulo. As roupas também serão vendidas via comércio eletrônico.

#### 4.3.1 Sistemas de Venda

As vendas serão feitas através das lojas em Londrina, que se localiza no calçadão e em São Paulo, na Avenida Paulista, pois são regiões onde o fluxo de gente é muito grande e que o público alvo frequenta. As coleções serão expostas através do *showroom*, a fim de que o público tenha contato pessoal com as peças e também via comércio eletrônico.

Os pagamentos realizados na loja serão feitos à vista em dinheiro ou no cartão de débito ou parcelado no cartão de crédito, já os pagamentos realizados pelas compras do *site* poderão ser feitos no boleto ou no cartão. As entregas das compras pelo *site* serão feitas em todo o Brasil por correio.

#### 4.4 CONCORRENTES

Diretos: Lança Perfume, Forever 21

Indiretos: Cauina, Forum, Colcci, Lee, Maria Valentina

As marcas “Lança Perfume” e “Forever 21” são colocadas como concorrentes diretos, pois suas coleções apresentam peças com estética, modelagem e preços parecidos com da “Reflexo”.

A marca “Cauina” tem roupas com modelagens e estéticas parecidas, mas os preços praticados em suas peças são inferiores aos da “Reflexo”, porque os materiais utilizados por essa marca são mais baratos do que a matéria-prima da “Reflexo”.

Já as marcas “Forum”, “Colcci”, “Lee” e “Maria Valentina” possuem preços e estética que concorrem com a “Reflexo”, mas sua modelagem não atende as especificações das propostas pela “Reflexo”.



**Figura 32: Calça da marca Lança Perfume**  
**Fonte: Pinterest (2016)**



**Figura 33: Look da marca Forever 21**  
**Fonte: Pinterest (2016)**

## 4.5 *MARKETING*

### 4.5.1 Pontos de Venda

A loja na cidade de São Paulo contará com grandes vitrines, onde os *looks* serão dispostos em manequins prateados e personalizados através de acessórios para chamar a atenção da consumidora. No interior da loja a coleção será distribuída em araras e cabides prateados para a melhor visibilidade das peças (Figuras 35 e 37). Na loja *online* haverá um catálogo virtual para o comprador fazer sua escolha.



Figura 34: Projeto da fachada da loja  
Fonte: Da autora (2016)



Figura 35: Projeto interior da loja  
Fonte: Da autora (2016)





**Figura 36: Projeto fachada da loja 2**  
**Fonte: Da autora (2016)**



**Figura 37: Projeto do interior da loja 2**  
**Fonte: Da autora (2016)**

#### 4.5.2 Preços Praticados

Os preços praticados serão de R\$ 99,00 a R\$320,00, pois haverá peças básicas, em que terão poucas interferências de outros materiais no *jeans*, mas também haverá peças adornadas que irão encarecer os produtos na hora da venda. Os preços também estão de acordo com a renda do público alvo.

#### 4.5.3 Promoção

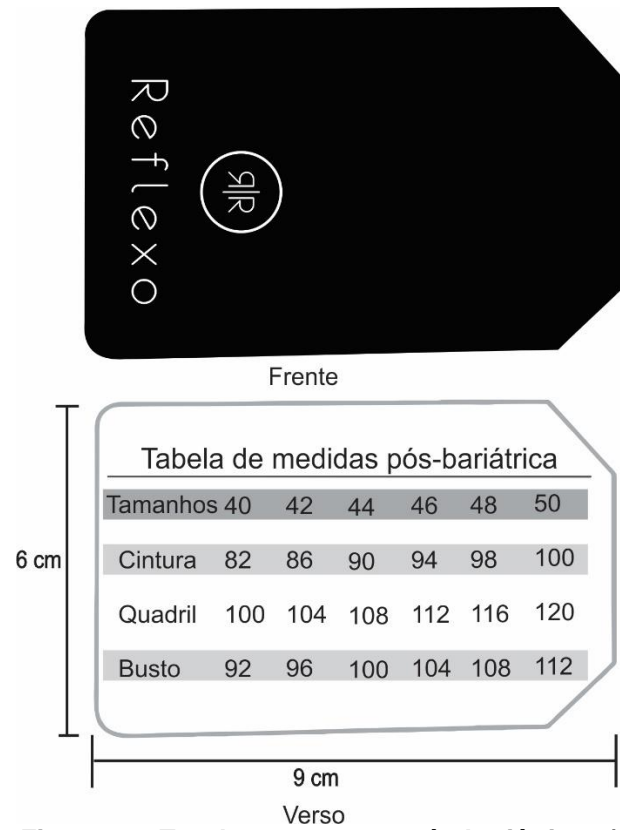
A divulgação da marca “REFLEXO” será através de páginas nas redes sociais: *Facebook* e *Instagram*. Nessas páginas serão postadas, através de imagens, informações sobre coleções, contato e endereço de compra. Também serão anunciadas promoções e eventos que a empresa irá realizar.

### 4.6 PLANEJAMENTO VISUAL E EMBALAGEM

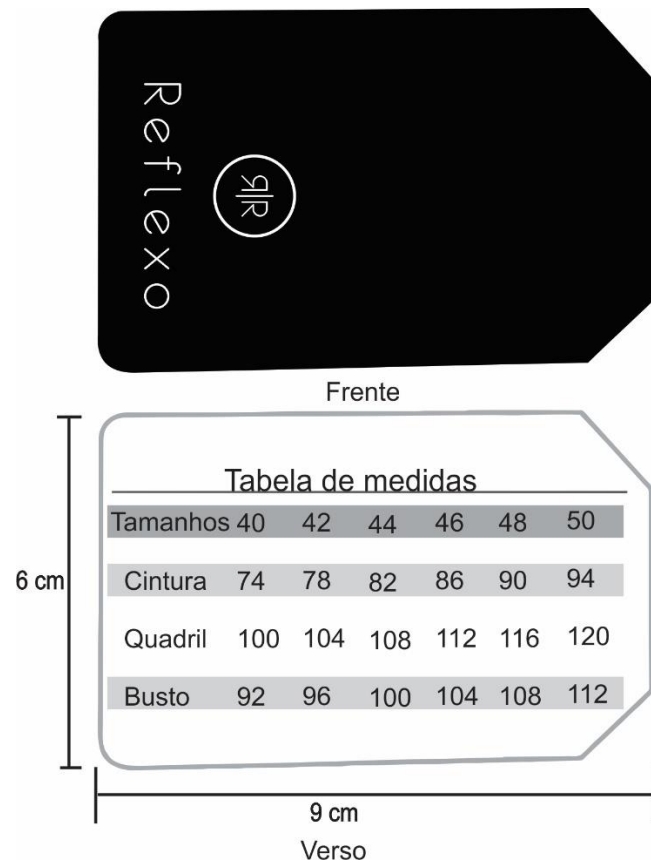
#### 4.6.1 Tag e Cartão de Visita

A marca “Reflexo” incluiu uma tabela de medidas no verso de cada *tag* para que o consumidor possa saber o tamanho dos ombros, da cintura e do quadril que cada peça pode vestir, visto que, várias mulheres têm dificuldade em saber qual tamanho de roupa lhe serve, além de que, as peças são bastante elásticas, portanto essa tabela pode ajudar nesse sentido.

Nas peças voltadas para as pós-bariátricas haverá uma tabela de medidas diferentes das outras peças, sabendo que a modelagem das mesmas terá dimensões adequadas ao seu corpo (Figura 38). Já para as outras peças a tag está representada na figura 39.

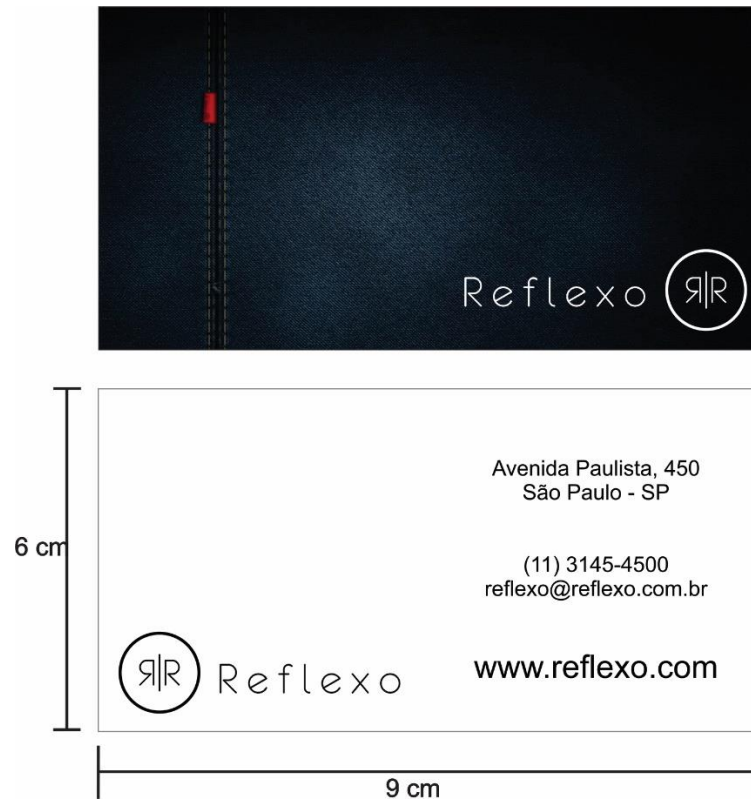


**Figura 38: Tag de roupas para pós-bariátricas (grupo 1)**  
 Fonte: Da autora (2016)



**Figura 39: Tag de roupas para mulheres que gostam de consumir o jeans (grupo 2)**  
 Fonte: Da autora (2016)

O cartão de visita apresenta informações básicas da marca, de maneira simplificada para que a consumidora encontre a loja com facilidade. Na frente do cartão foi inserida a logomarca e no verso acrescentou-se o endereço, o telefone e o *site* da marca (Figura 40).



**Figura 40: Cartão de visita da marca (frente e verso)**  
Fonte: Da autora (2016)

#### 4.6.2 Embalagem

A embalagem contará com duas opções de sacolas em modelo clássico, já que público se enquadra dessa maneira (Figuras 41e 42).



**Figura 41: Sacola opção 1**  
Fonte: Da autora (2016)



**Figura 42: Sacola opção 2**  
Fonte: Da autora (2016)

## 4.7 PÚBLICO ALVO

### 4.7.1 Perfil da Consumidora

O público alvo do grupo 1, são mulheres que tiveram emagrecimento de muitos quilos rapidamente, acarretando as sobras de pele e flacidez. Esse grupo engloba as mulheres de todas as idades. O público alvo do grupo 2, são mulheres amantes do *jeans*, mas que têm dificuldade de encontrar roupas ergonômicas nesse segmento. Elas têm idade de 28 a 35 anos, são muito atarefadas, passam boa parte de seu tempo no trabalho. Quando voltam para seus lares querem estar perto dos filhos e do marido. São mulheres pertencentes à classe social “C”. Elas gostam de viajar em família para praias e pousadas. Frequentam também *shoppings*, bares e atividades culturais, em que estão sempre rodeadas de amigos que elas têm o prazer de receber em sua casa (Figura 43).

São mulheres de forte personalidade, lutam por seus objetivos e procuram defender sua família a todo custo. São totalmente independentes financeiramente. Compram produtos não apenas pela aparência, mas que realmente lhes trazem um significado e/ou utilidade forte. São extremamente práticas no dia a dia, portanto gostam de consumir, além de roupas, objetos que são funcionais, porém dão valor aos detalhes.

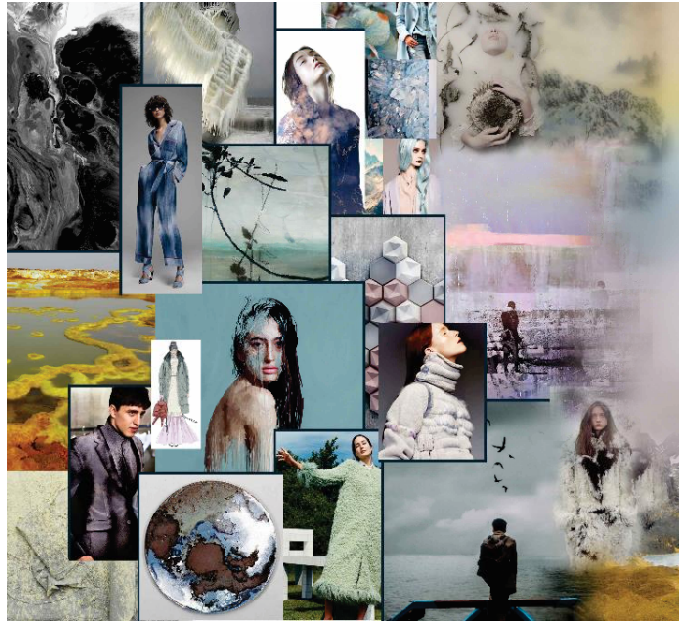


**Figura 43: Imagem de Público alvo**  
**Fonte: Pinterest (2015)**

## 4.8 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

### 4.8.1 Macrotendências

A macrotendência ou tendência sociocultural escolhida para ser inserida na coleção outono/inverno 2016/2017 foi a “Elemental”, que segundo a WGSN (2015) é uma tendência que está conectada à natureza. Ela procura a calma interior e a desconexão com a tecnologia, levando energias de fora para dentro de casa ligando a fortes emoções (Figura 44).



**Figura 44: Imagem que representa macro-tendência**  
**Fonte: Pinterest (2015)**

Como pode-se ver na figura 45, a macro-tendência demonstra ser um pouco futurista e minimalista, mas tem o contraponto da inserção de materiais da natureza. Ela é uma tendência de aconchego e modernidade.



**Figura 45: Imagem que representa macro-tendência**  
**Fonte: Pinterest (2014)**



#### 4.8.2 Microtendências

As microtendências são tendências estéticas que normalmente são inseridas em peças da coleção. As microtendências escolhidas são “A-line Mini” e “Rigid Slim”. Segundo a WGSN (2015), a “A-line Mini” é uma tendência retrô. Ela aposta no uso da minissaia inspirada na década de 1970, que são saias curtas com abotoamento na região frontal. Nessas peças as linhas ficam totalmente à mostra (Figura 46).



**Figura 46: Microtendência**  
**Fonte: Gosto Disso (2015)**

A microtendência “Rigid Slim”, segundo o WGSN (2015), vem trazer a clássica calça de cinco bolsos. Ela retorna com um corte mais reto, cintura alta e vincos na região frontal, a fim de demonstrar o corte alinhado (Figura 47).



**Figura 47: Calça anos 70**  
**Fonte: Nathalia Menezes (2015)**

## 5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

### 5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

A marca busca atender as necessidades de seu público fazendo com que o conforto seja primordial nos *looks* de sua coleção. Ela utilizou-se da tabela de medidas da marca “Cauina Jeans”, que ela considera ergonômica, como base para a criação de uma tabela de medidas para as pós-bariátricas. Portanto a marca atende às questões ergonômicas principalmente nas modelagens.

Outra forma que a “Reflexo” proporciona conforto é através dos materiais utilizados, pois há o uso do *jeans* composto de algodão misturado com o elastano para que as roupas fiquem mais próximas ao corpo, dando maior segurança à usuária.

O foco da marca está em além de produzir roupas confortáveis, fazer com que essas peças sejam como peças curingas, ou seja, que elas sejam relativamente básicas, para que a consumidora possa usufruir dela em diversos lugares. Contudo, mesmo que os *looks* sejam básicos, neles são introduzidos informações de moda que faz com que a consumidora volte seus olhares e se tornem fiéis com a marca.

### 5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

#### 5.2.1 Conceito da Coleção

A coleção outono/inverno 2016/2017 da “REFLEXO” foi inspirada nas boas energias da natureza, a fim de trazer sensações de tranquilidade e paz interior. Conectando a tecnologia com elementos naturais, a coleção busca trazer aos *looks* pequenos pontos luminosos através de metais e lavagens. Surge então o nome “Luz de Inverno”.

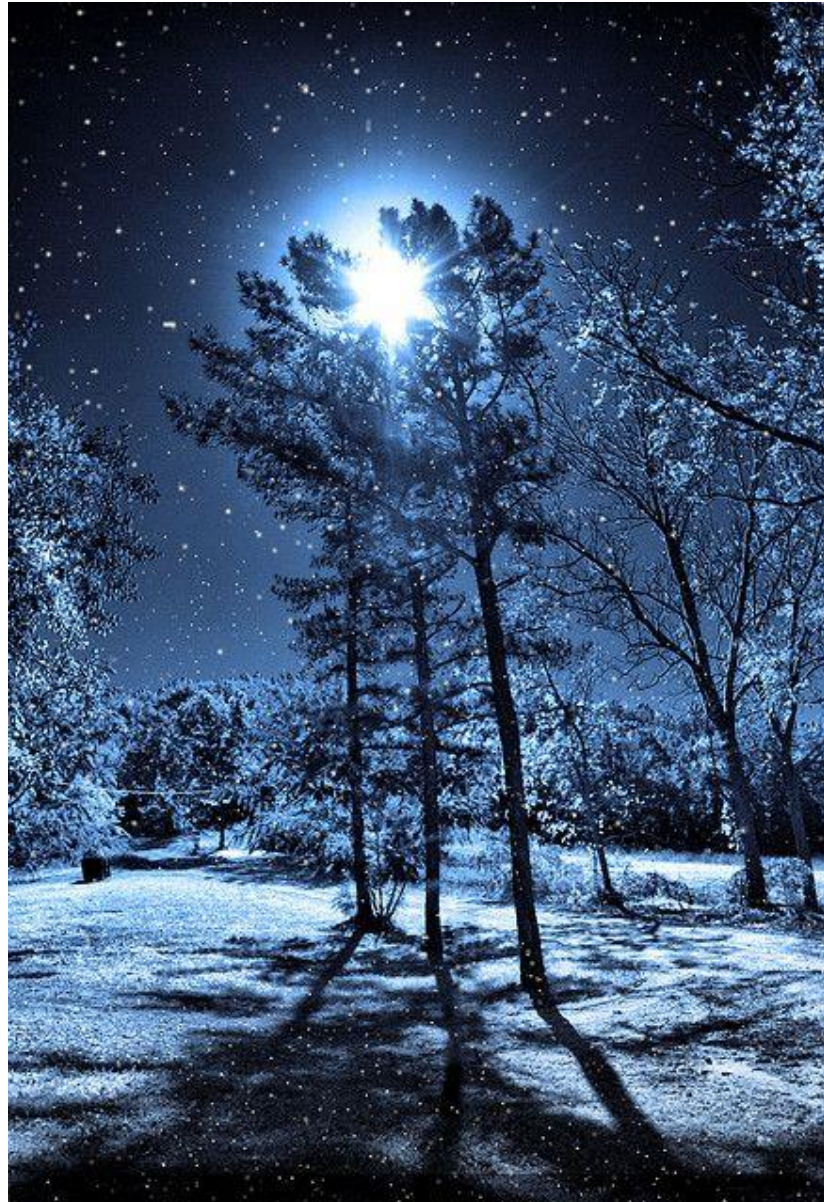
#### 5.2.2 Nome da Coleção

Coleção “Luz de Inverno”

### 5.2.3 Referência da Coleção

A coleção teve como referência uma imagem da natureza de uma noite de inverno, em que se nota a infinidade de variações dos tons de azuis em conjunto com a luminosidade do branco (Figura 48).

As nuances de azul marcarão presença na coleção no uso do *jeans* como base de matéria-prima principal e no tratamento das lavagens, enquanto que a luminosidade do branco será realçada nas peças com a aplicação de aviamentos (botões, zíperes, etc) com efeitos brilhantes e metalizados.



**Figura 48: Referência da Coleção**  
**Fonte: Pinterest (2008)**

#### 5.2.4 Cores

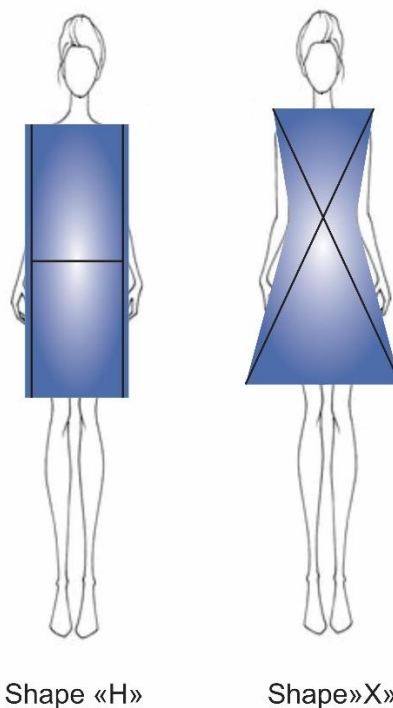
As cores são todas em diferentes tons de azul.

#### 5.2.5 Materiais

Os materiais utilizados são basicamente o *jeans "índigo"*, em que são utilizados diferentes tipos desse tecido, com gramaturas, composições e lavagens distintas.

#### 5.2.6 Formas e Estruturas

Os *shapes* escolhidos para serem utilizados na coleção "Luz de Inverno" foram o *shape "H"* e o *shape "X"* (Figura 49). O *shape "H"* é caracterizado por ter os ombros, a cintura e o quadril equilibrados, ou seja, na mesma linha. Em contraponto, o *shape "X"* define-se com ombros e quadris alinhados e cintura marcada.



**Figura 49: Shapes das peças**  
**Fonte: Adaptado de *Fashion Finishing School* (2016)**

### 5.2.7 Tecnologias

As tecnologias utilizadas no processo de pesquisa, criação, desenvolvimento e produção das peças da coleção “Luz de Inverno” são bem diversificadas, como: softwares gráficos (*Photoshop* e *Corel Draw*) para a realização de fichas técnicas, desenhos técnicos, painel semântico, logomarca, *tags*, embalagens e outras manipulações de imagens.

Outras tecnologias são modelagem plana e as máquinas para a construção das peças são: reta, overloque, interloque, fechador de traseiro, travete, caseador de olho, pregador de cóis, galoneira, além da bordadeira que irá ser usada para bordar a logomarca nas peças.

## 5.2.8 Mix de Coleção

COLEÇÃO OUTONO/INVERNO 2017 – “LUZ DE INVERNO”					
PRODUTO	MODELO	REFERÊNCIA	LOOK	MIX	QUANTIDADE
TOPS (43%)	CAMISA	CAM001	22	BÁSICO	9 (20%)
		<b>CAM002</b>	05	FASHION	
		CAM003	24		
		CAM004 PB	19		
		CAM005	10		
		CAM006	08		
		CAM007 PB	07		
		CAM008	13		
		<b>CAM009 PB</b>	01		
	BLAZER	BLA001	25	BÁSICO	3 (7%)
		BLA002	12	FASHION	
		<b>BLA003 PB</b>	2		
	JAQUETA	JAQ001 PB	15	BÁSICO	7 (16%)
		<b>JAQ002</b>	06	FASHION	
		JAQ003 PB	20		
JAQ004		21			
JAQ005		09			
JAQ006		23			
JAQ007 PB		18			
BOTTOMS (43%)	CALÇA	CAL001	20	BÁSICO	13 (29%)
		CAL002	13		
		CAL003	09		
		CAL004 PB	18		
		<b>CAL005 PB</b>	01	FASHION	
		CAL006	08		
		CAL007 PB	07		
		<b>CAL008 PB</b>	05		
		<b>CAL009 PB</b>	02		
		CAL010	25		
		CAL011 PB	15		
		CAL012 PB	21		
		CAL013	10	VANGUARDA	
	SAIA	<b>SAI001 PB</b>	06	BÁSICO	6 (14%)
		SAI002	22	FASHION	
SAI003		23			
SAI004		12			
SAI005 PB		19			
SAI006		24	VANGUARDA		
DRESS (14%)	VESTIDO	VES001	17	BÁSICO	6 (14%)
		VES002	16	FASHION	
		VES003	14		
		VES004 PB	11		
		<b>VES005 PB</b>	03		
		<b>VES006 PB</b>	04	VANGUARDA	
Total de peças					44 (100%)

Obs.1: As peças que contém a identificação “PB” no final das referências também estão disponíveis na modelagem para pós-bariátricas.  
Obs. 2: As referências das peças que estão na cor vermelha são as que foram confeccionadas.

Figura 50: Mix de coleção  
Fonte: Da Autora (2016)

### 5.3 PAINEL SEMÂNTICO



**Figura 51: Painel Semântico**  
**Fonte: Adaptado de Pinterest (2016)**

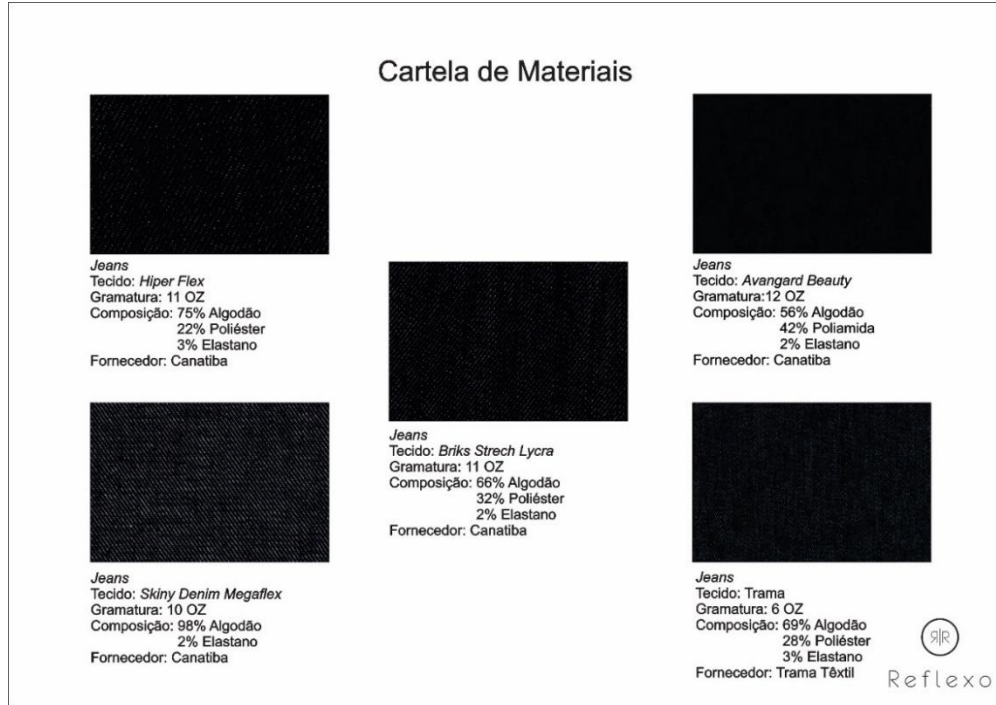
A imagem do painel semântico demonstra que a mulher pode construir e desconstruir sua imagem conforme o que ela quer. Ela também transmite sua personalidade através de suas atitudes.

A imagem recortada demonstra que ela pode se moldar conforme as transformações que ocorrem ao seu redor (Figura 51).



## 5.4 CARTELAS

### 5.4.1 Cartela de Materiais



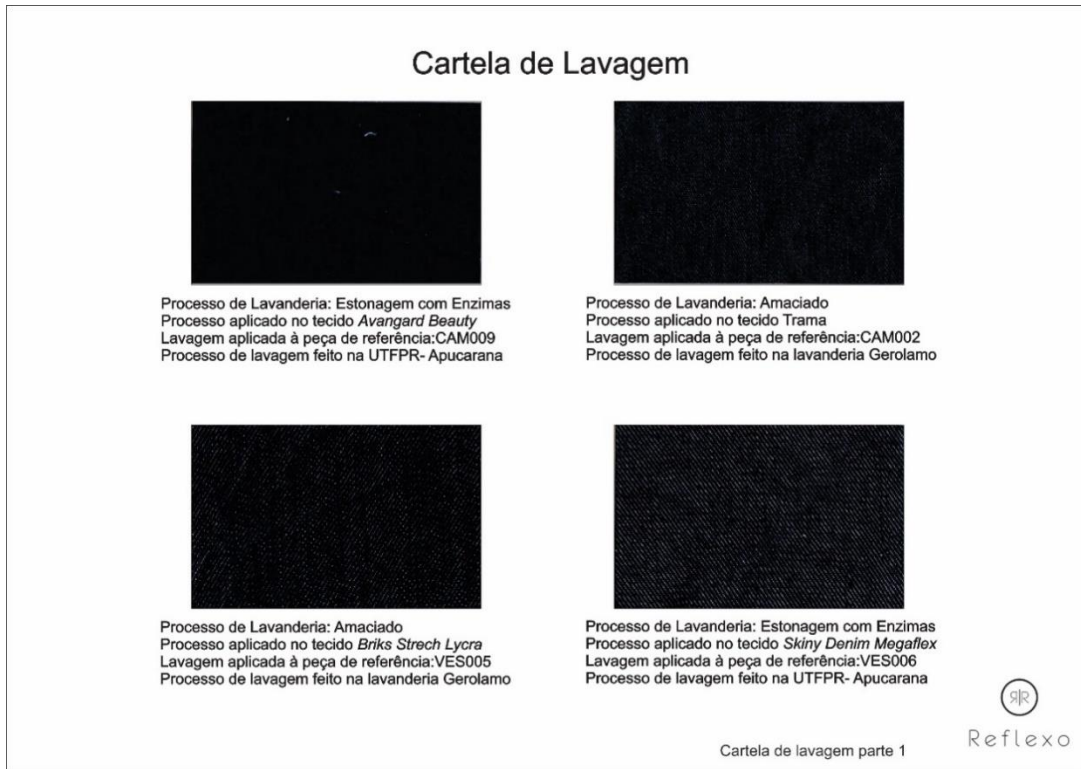
**Figura 52: Cartela de materiais**  
**Fonte: Da autora (2016)**

### 5.4.2 Cartela de Aviamentos



**Figura 53: Cartela de aviamentos**  
**Fonte: Da autora (2016)**

### 5.4.3 Cartelas de Lavagens



**Figura 54: Cartela de lavagem 1**  
Fonte: Da autora (2016)



**Figura 55: Cartela de lavagem 2**  
Fonte: Da autora (2016)

## 5.4.4 Cartela de Bordados

**Cartela de Bordados**



Ponto: Pesponto  
 Referência: B001  
 Dimensões: 65 x 34 milímetros  
 Número de Cores: 1  
 Tamanho do Ponto: 2 milímetros  
 ESC.: 1:1  
 Aplicado às referências BLA003, CAM002, CAM009, JAQ002, VES006 e VES005.  
 Bordado produzido na UTFPR- Apucarana



Ponto: Pesponto  
 Referência: B002  
 Dimensões: 14 x 3,5 centímetros  
 Número de Cores: 1  
 Tamanho do Ponto: 3 milímetros  
 Esc.: 1:2 (reduzido)  
 Aplicado à referência SAI001  
 Bordado produzido na Cauina Jeans- Borrazópolis



Ponto: Ziquezaque  
 Referência: B003  
 Dimensões: 14 X 7 centímetros  
 Número de Cores: 1  
 Tamanho do Ponto: 2 milímetros  
 Esc.: 1:2 (reduzido)  
 Aplicado à referência CAL009  
 Bordado produzido na Cauina Jeans- Borrazópolis



Ponto: Pesponto  
 Referência: B004  
 Dimensões: 35 X 10 centímetros  
 Número de Cores: 1  
 Tamanho do Ponto: 3 milímetros  
 Esc.: 1:2 (reduzido)  
 Aplicado à referência VES006  
 Bordado produzido na Cauina Jeans- Borrazópolis

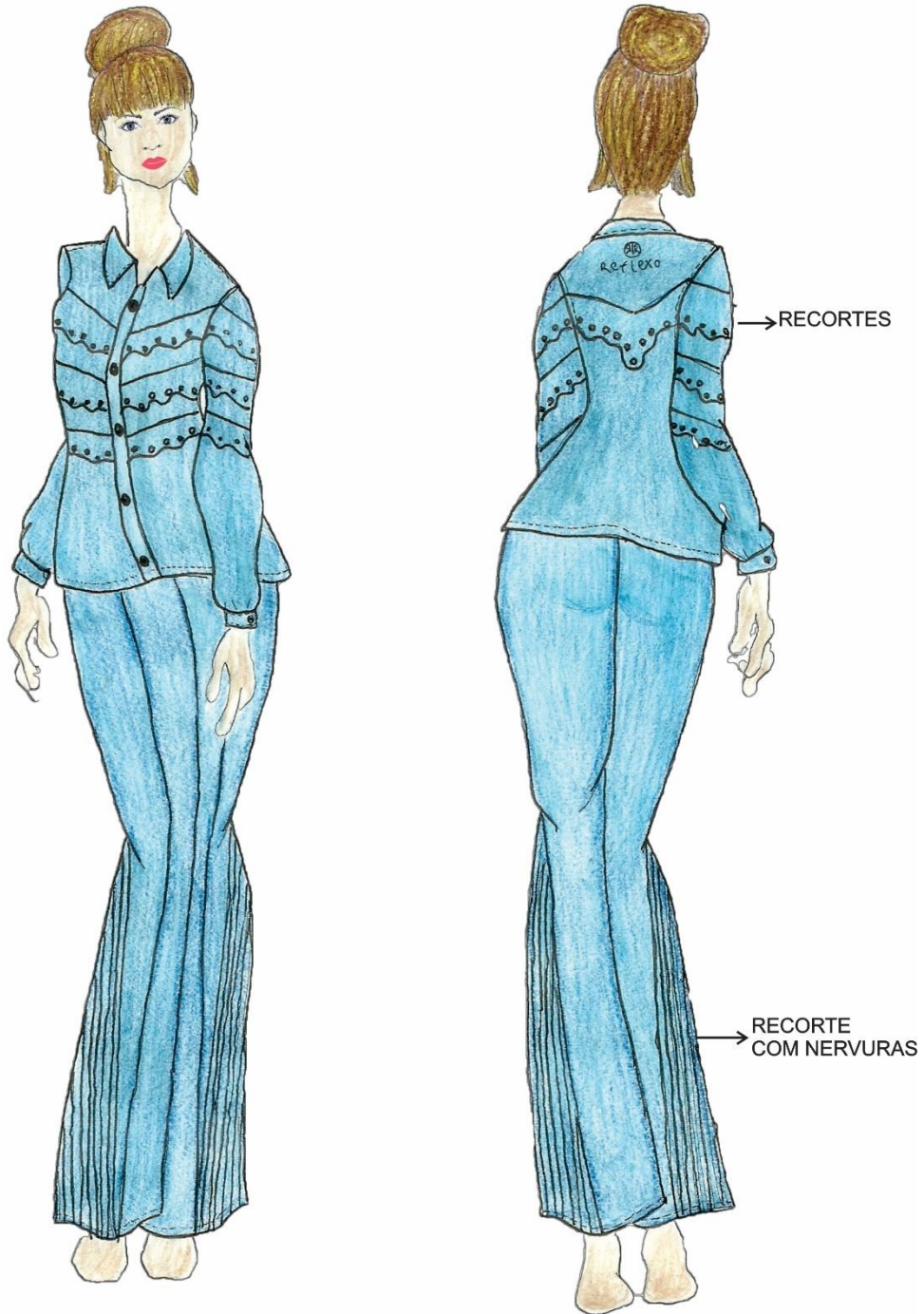
 Reflexo

**Figura 56: Cartela de bordado**  
 Fonte: Da autora (2016)

## 5.5 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

Camisa ref.: CAM009

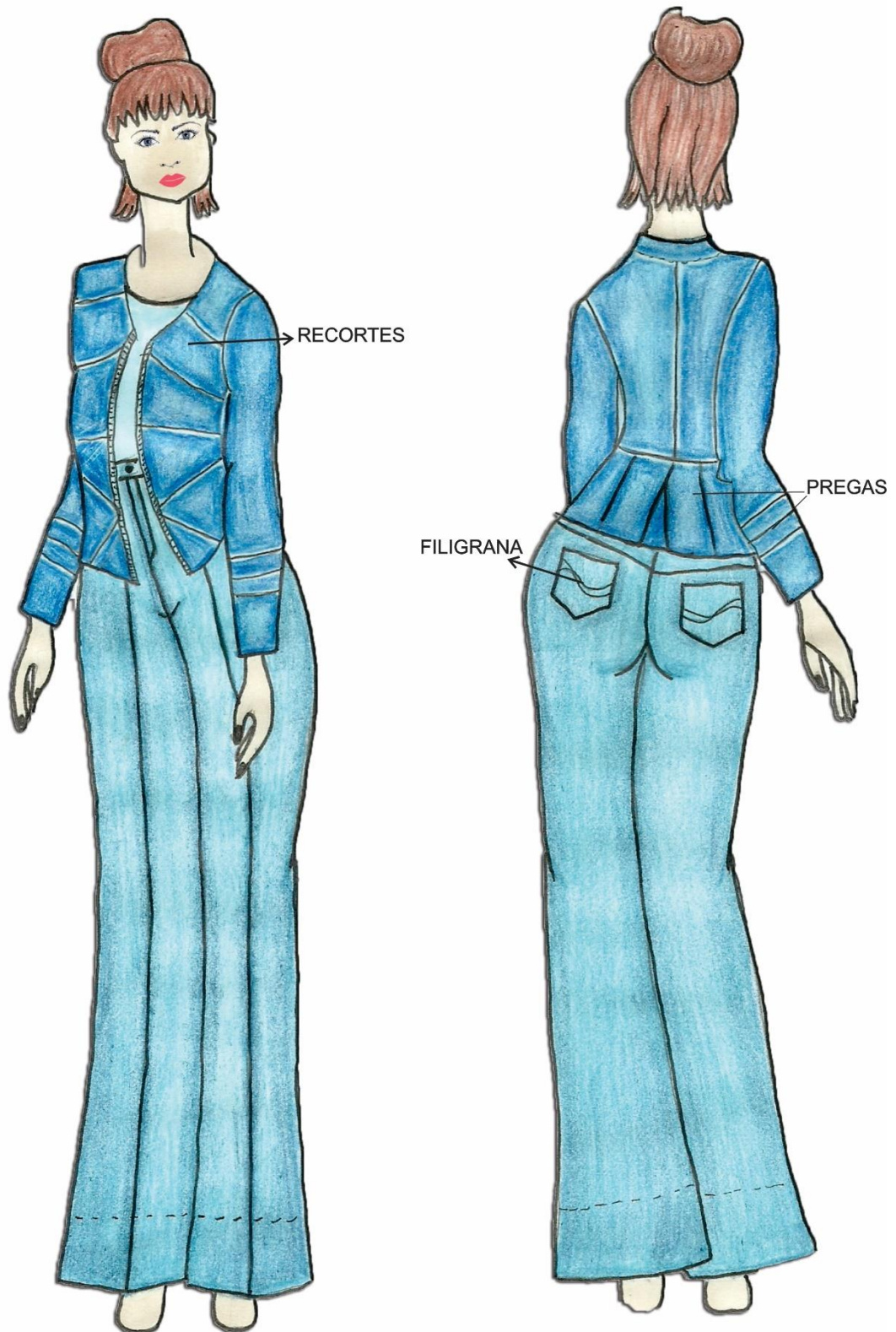
Calça ref.: CAL005



**Figura 57: Look 1**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Blazer ref.: BLA003

Calça ref.: CAL009



**Figura 58: Look 2**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Vestido ref.: VES005



**Figura 59: Look 3**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Vestido ref.: VES006

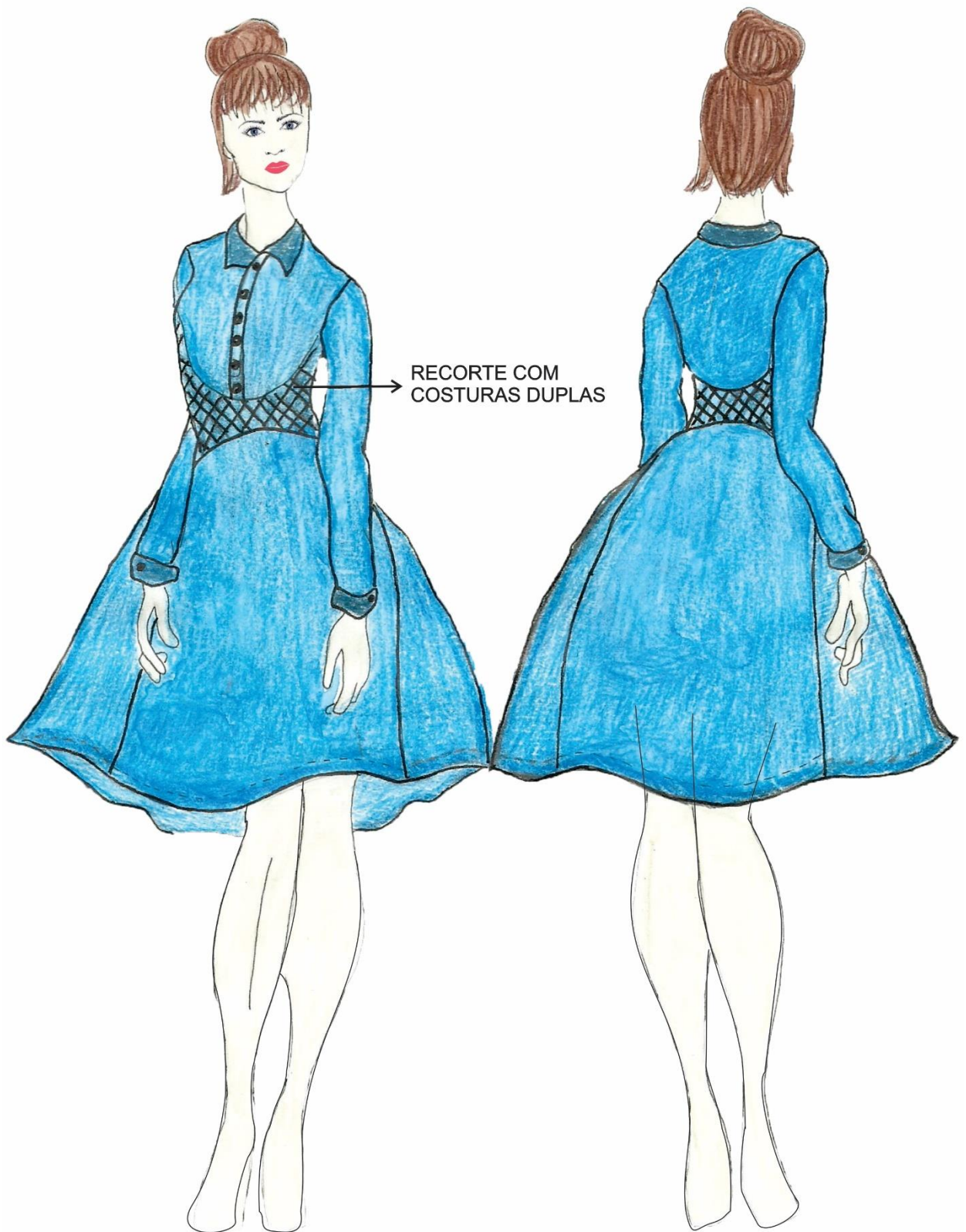
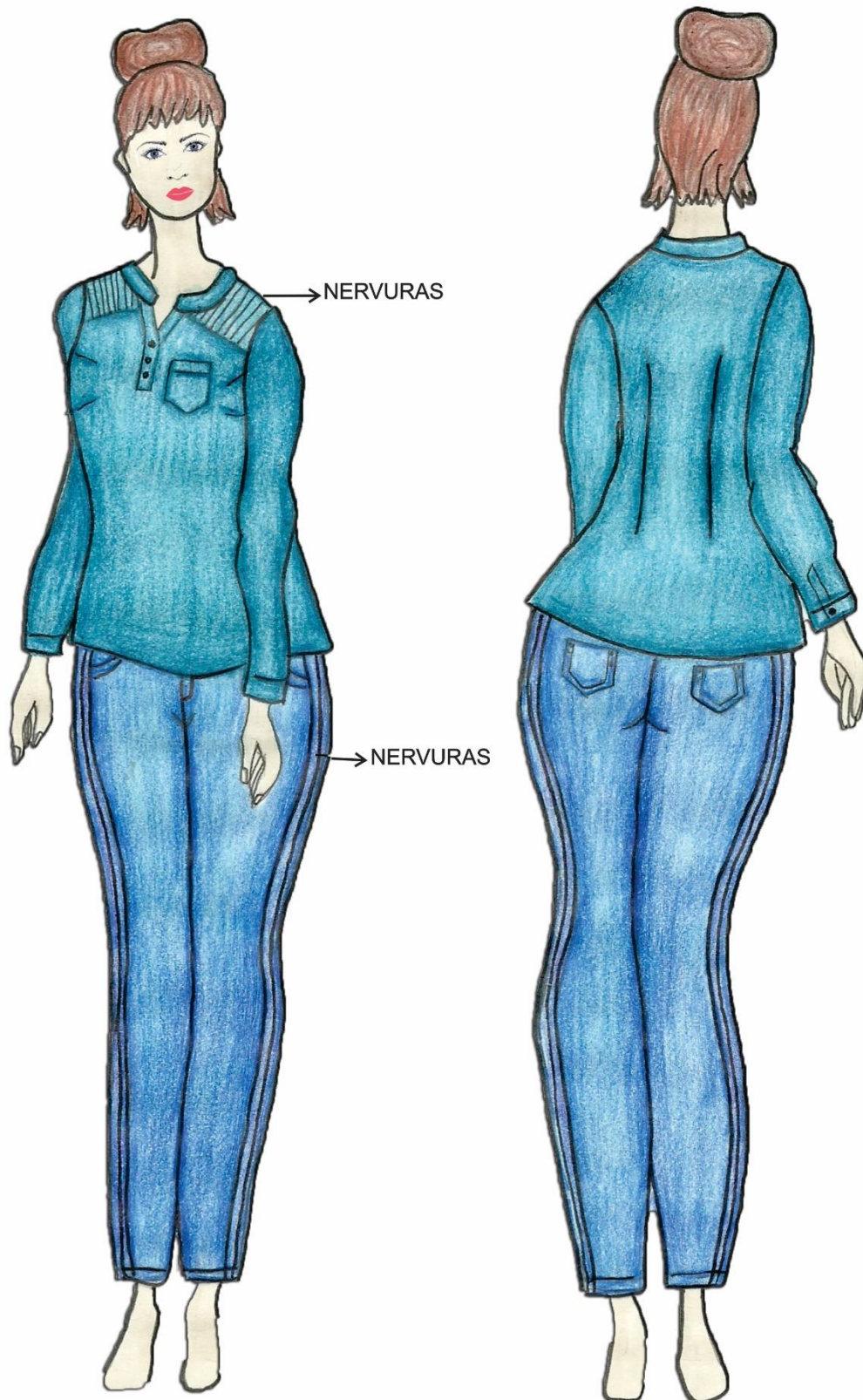


Figura 60: *Look 4*  
Fonte: Da autora (2016)

Camisa ref.: CAM002

Calça ref.: CAL008



**Figura 61: Look 5**  
**Fonte: Da autora (2016)**



Jaqueta ref.: JAQ002

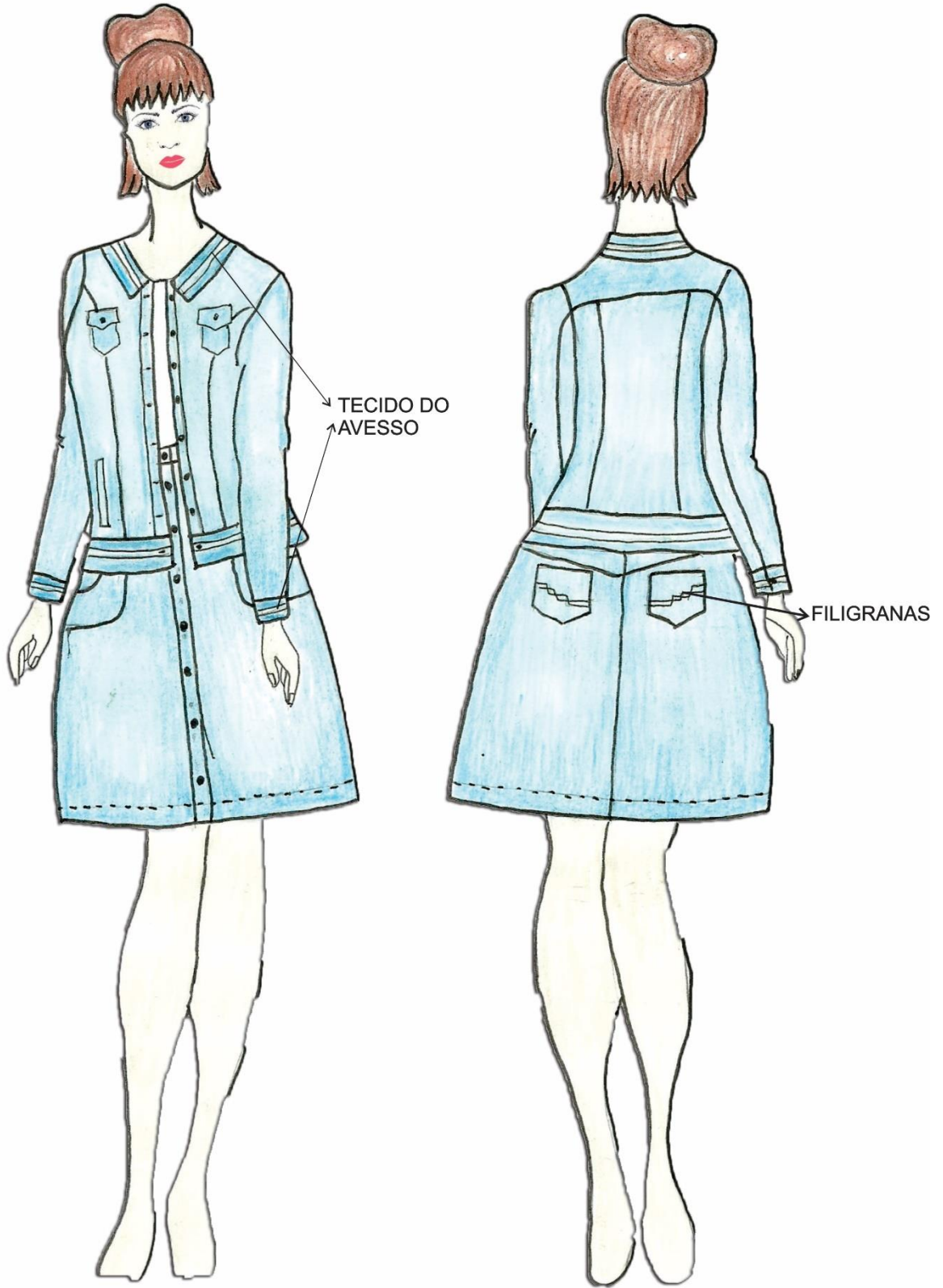
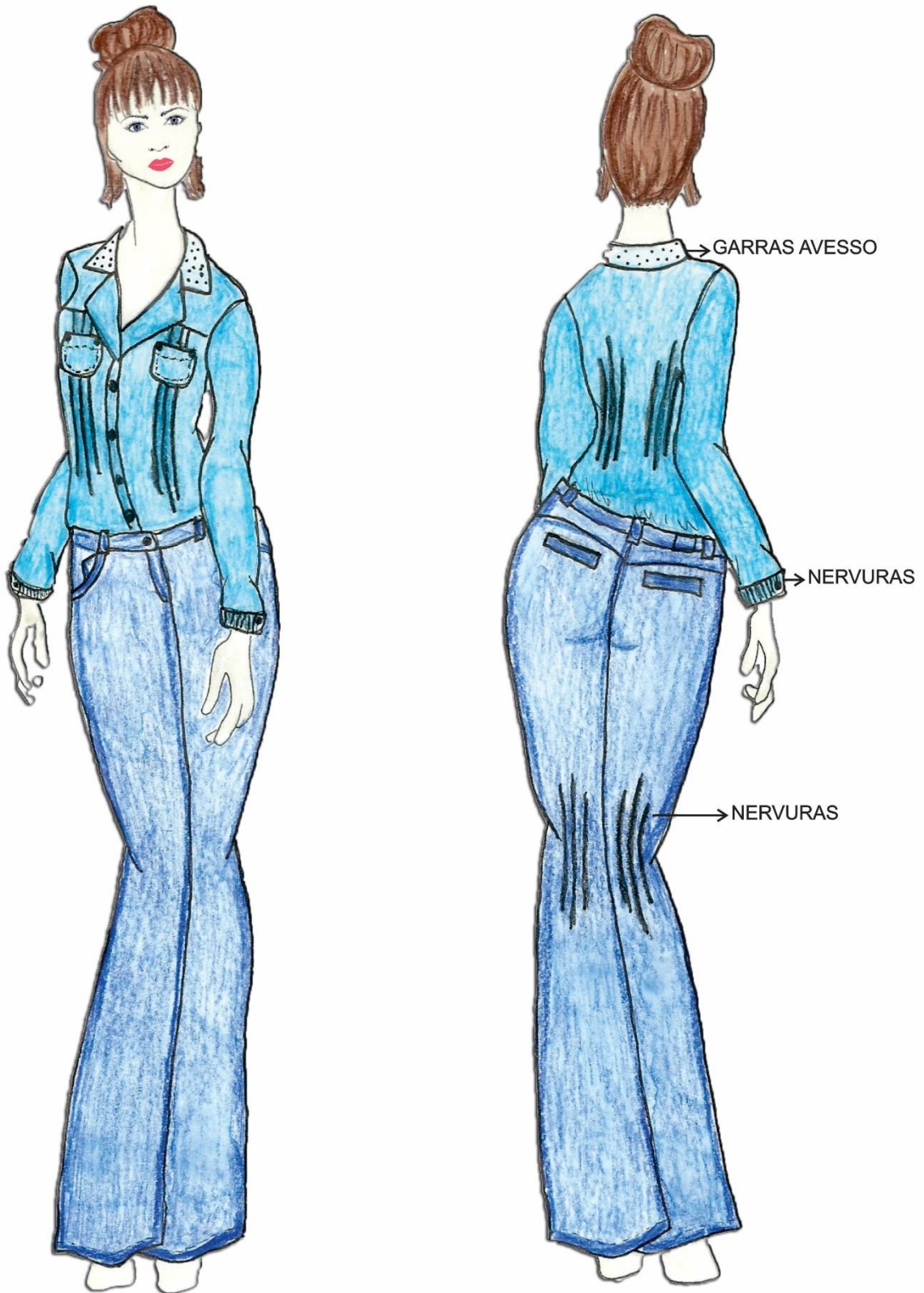


Figura 62: Look 6  
Fonte: Da autora (2016)

Camisa ref.: CAM007

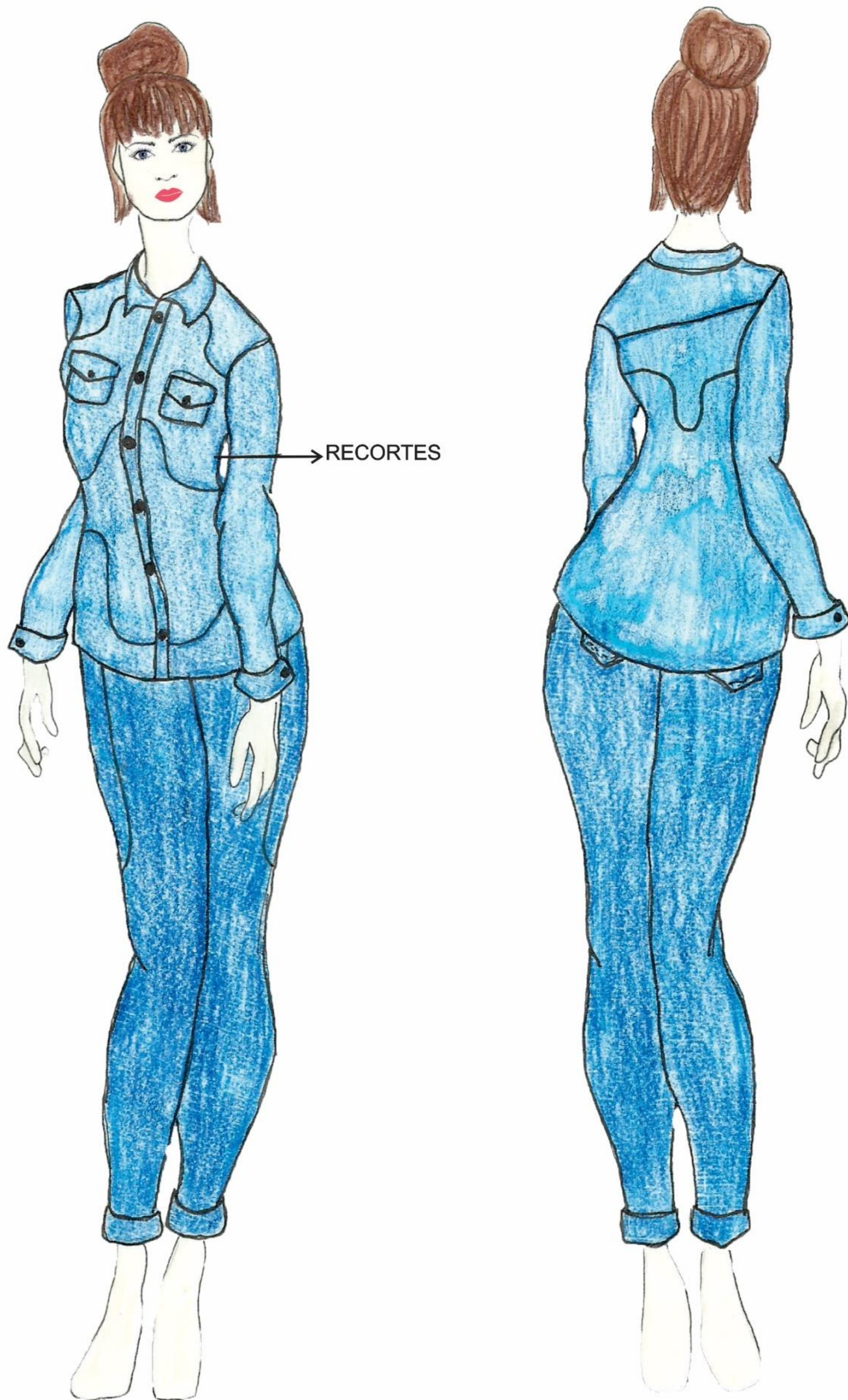
Calça ref.: CAL007



**Figura 63: Look 7**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Camisa ref.: CAM006

Calça ref.: CAL006



**Figura 64: Look 8**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Jaqueta ref.: JAQ005

Calça ref.: CAL003



**Figura 65: Look 9**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Camisa ref.: CAM005

Calça ref.: CAL013

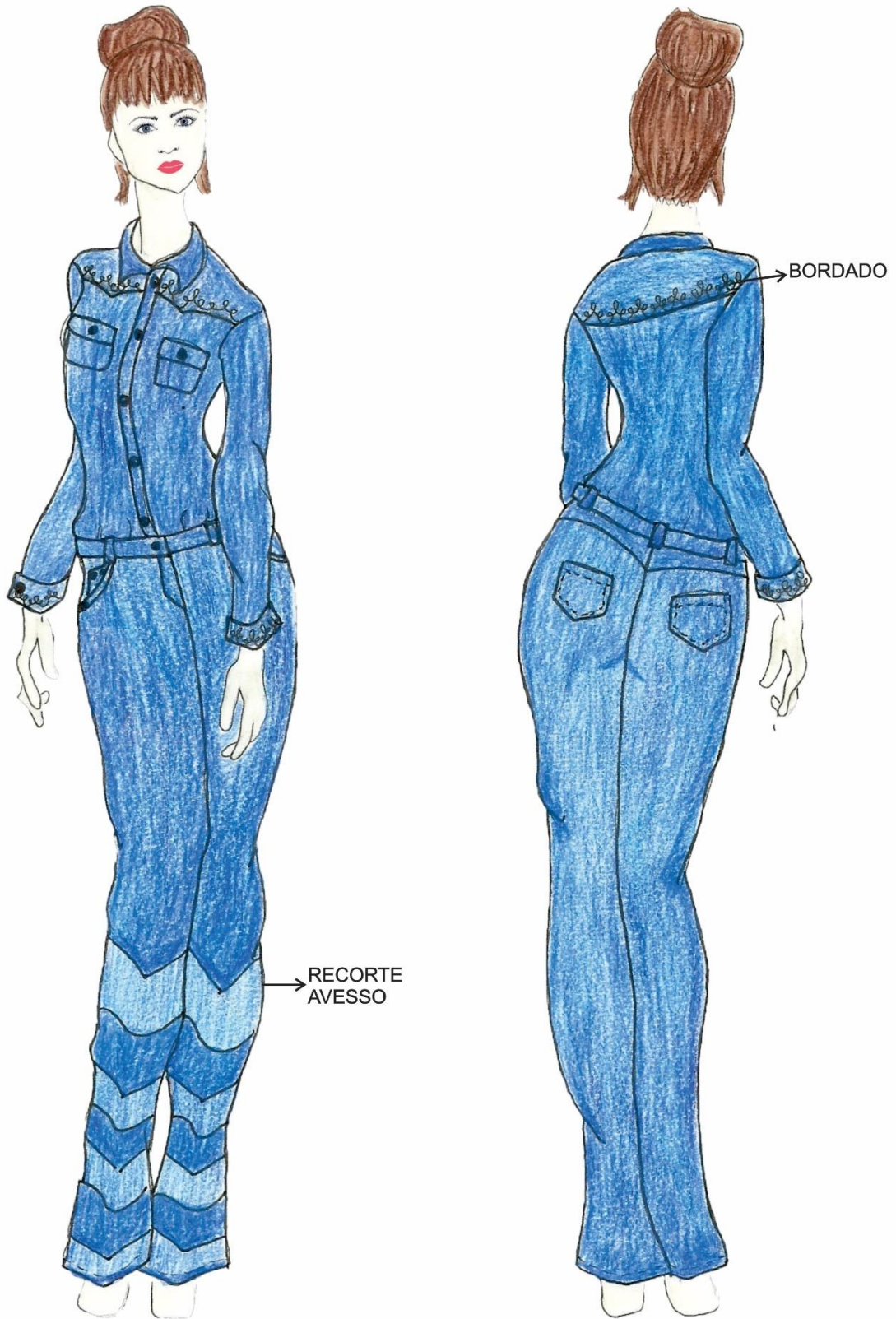


Figura 66: *Look 10*  
Fonte: Da autora (2016)

Vestido ref.: VES004



Figura 67: Look 11  
Fonte: Da autora (2016)

Blazer ref.: BLA002

Saia ref.: SAI004

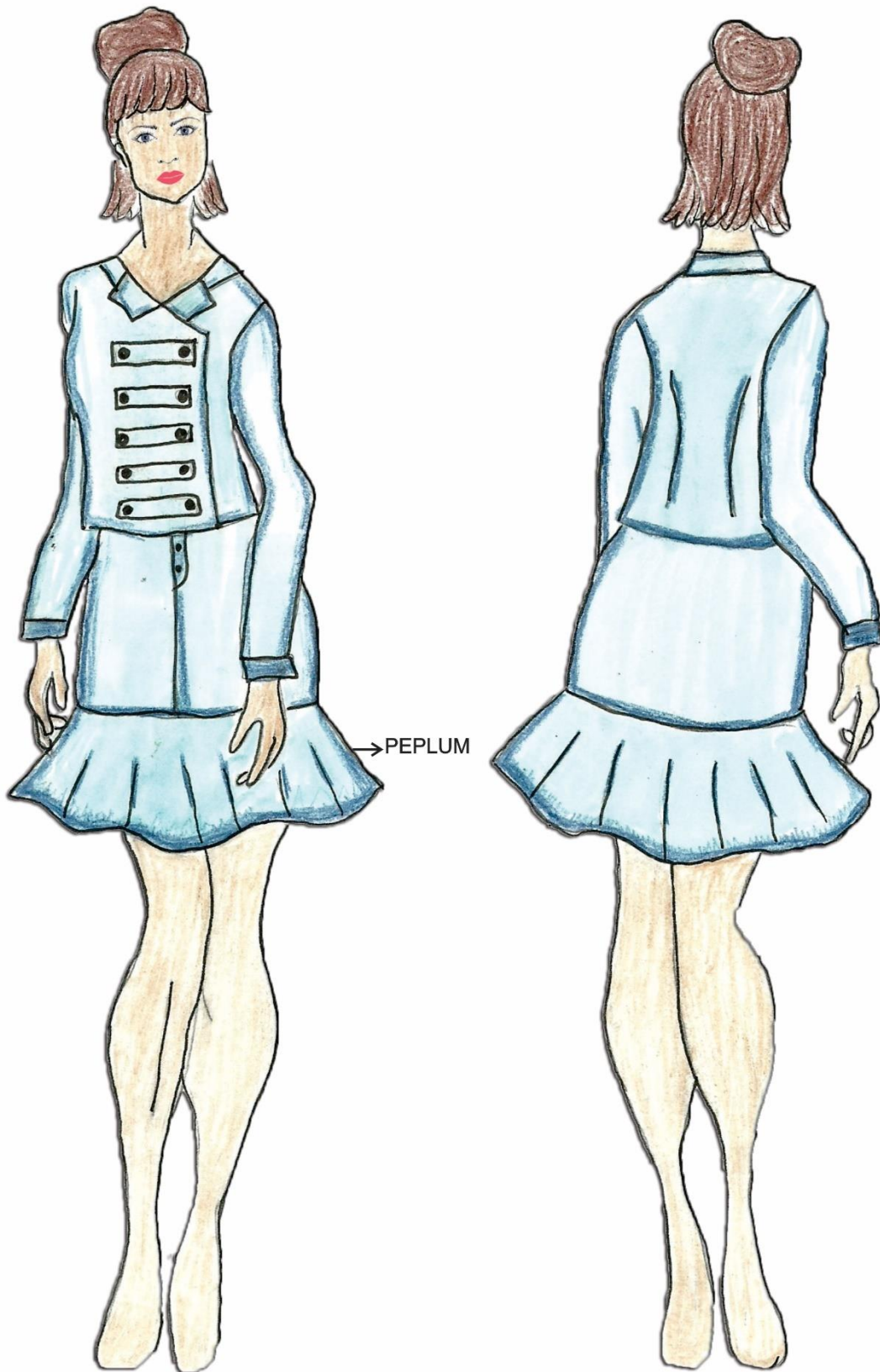
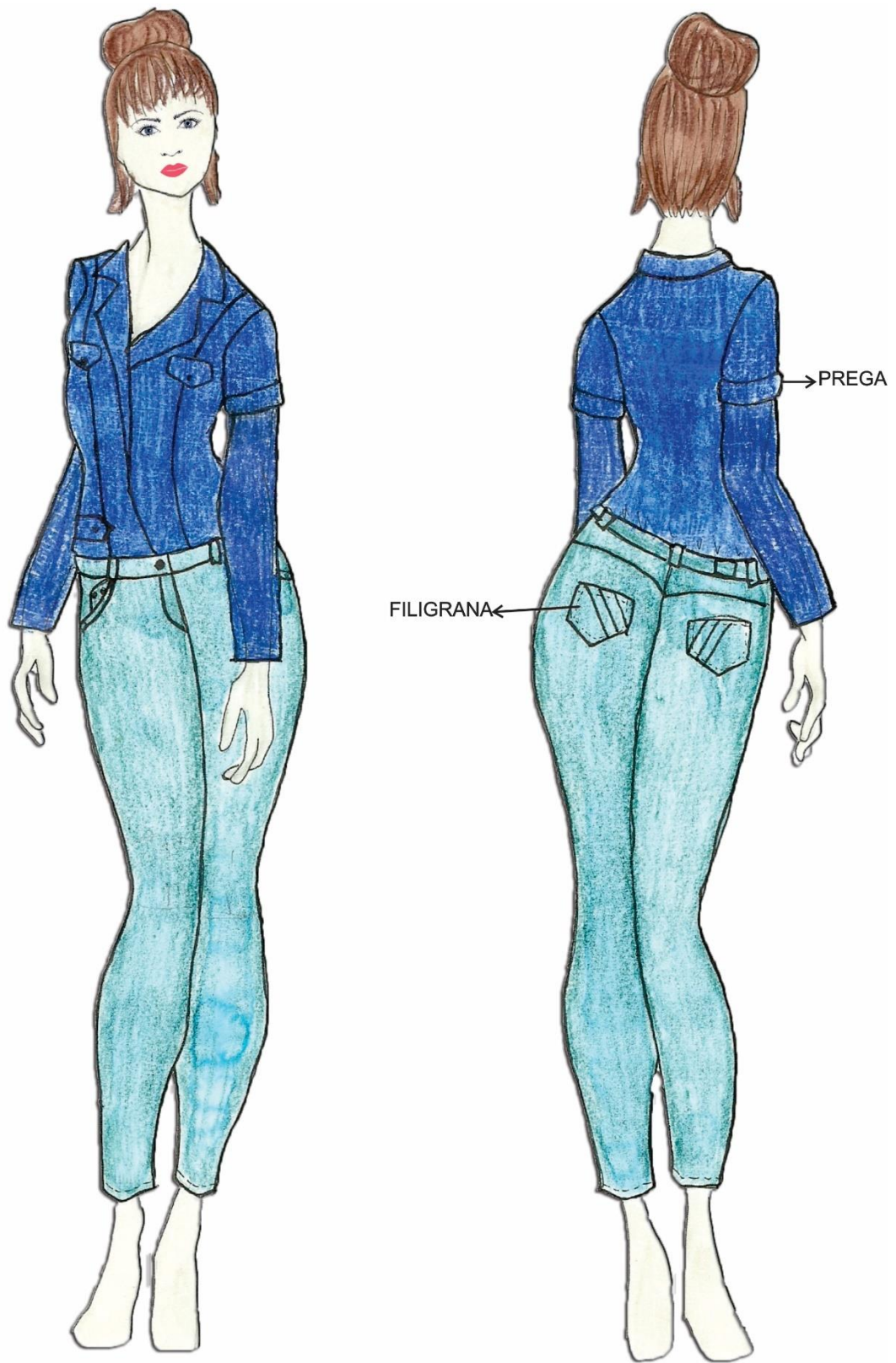


Figura 68: *Look 12*  
Fonte: Da autora (2016)

Camisa ref.: CAM008

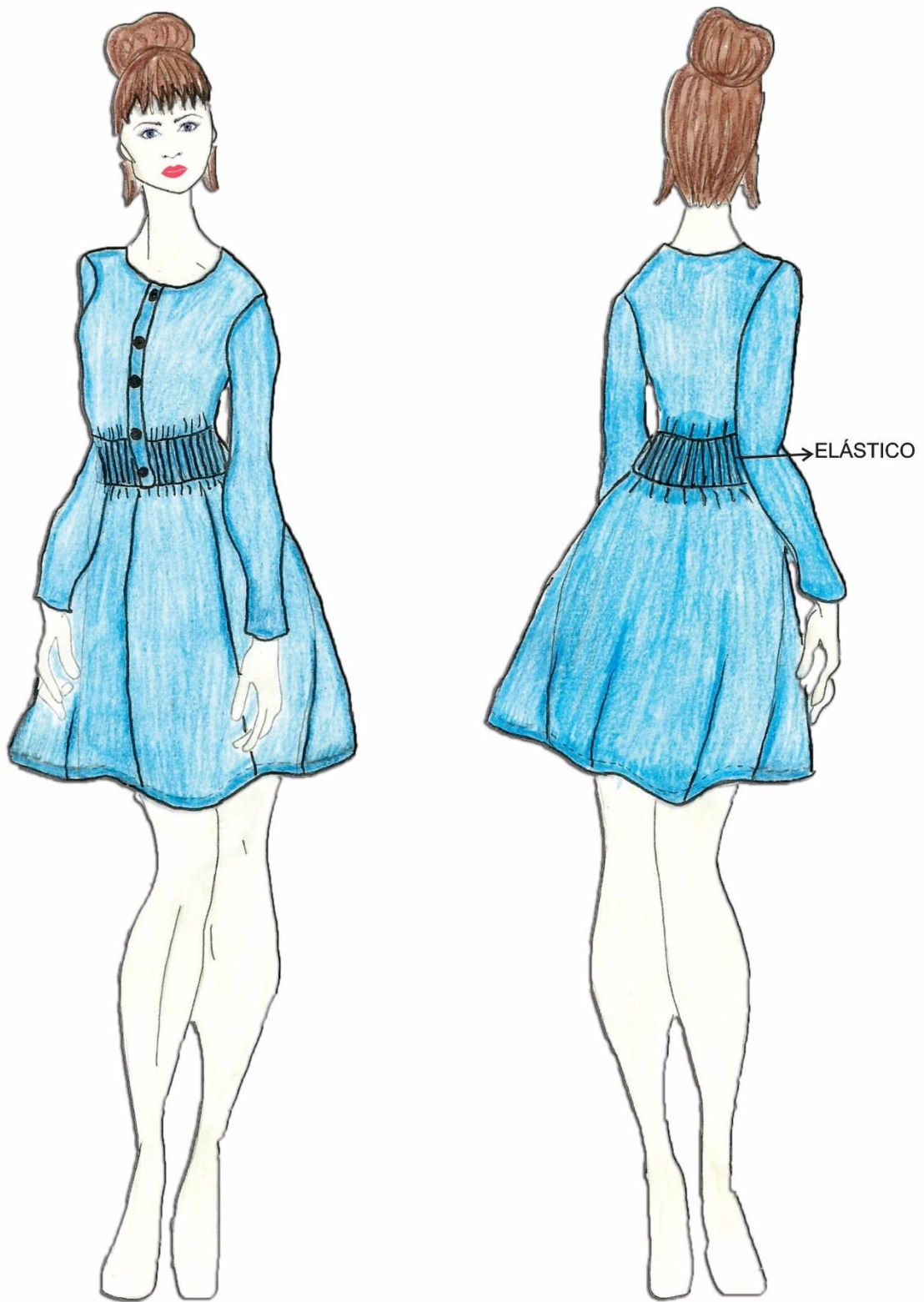
Calça ref.: CAL002



**Figura 69: Look 13**  
**Fonte: Da autora (2016)**



Vestido ref.: VES003



**Figura 70: Look 14**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Jaqueta ref.: JAQ001

Calça ref.: CAL011

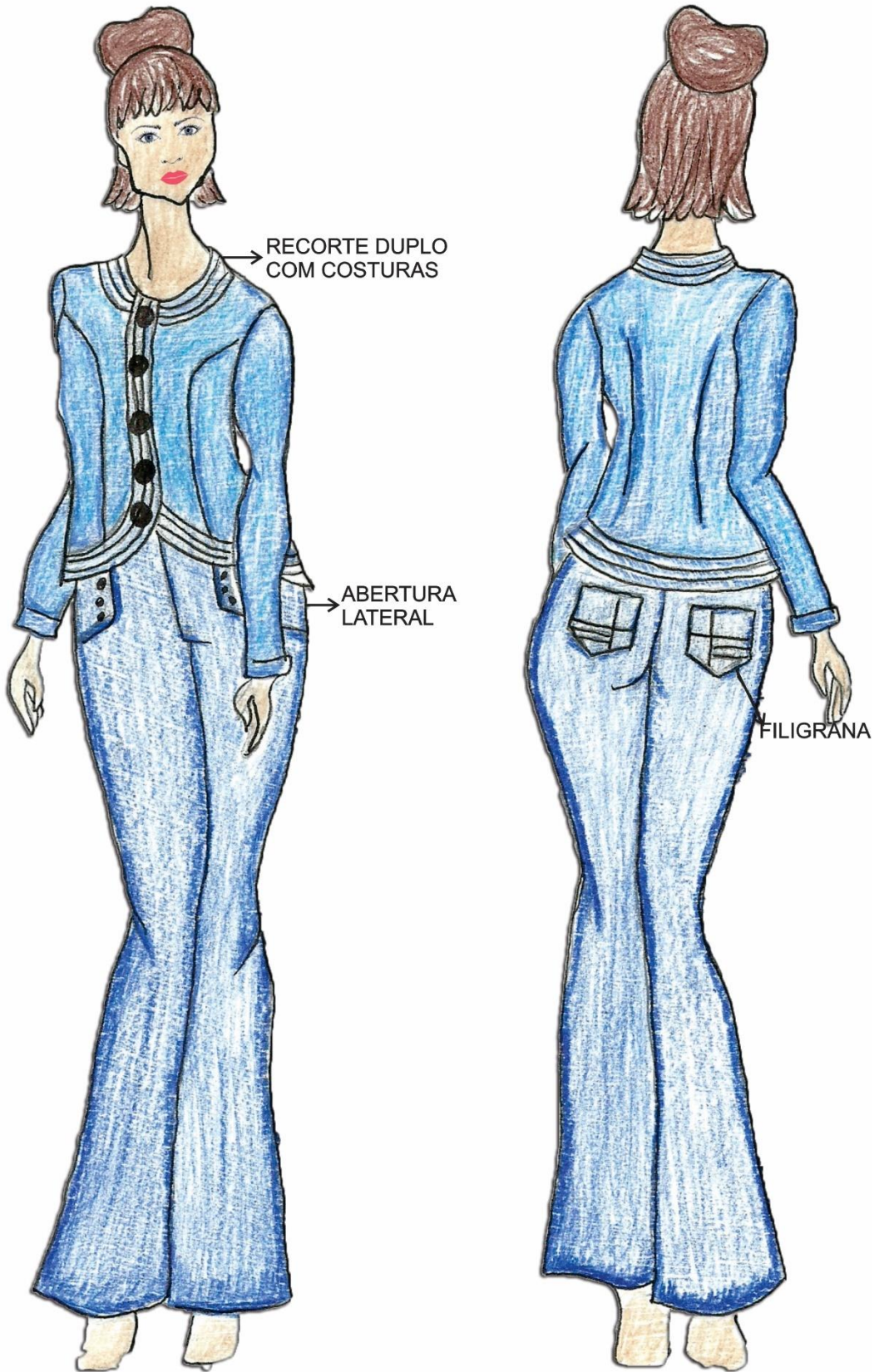


Figura 71: Look 15  
Fonte: Da autora (2016)

Vestido ref.: VES002



Figura 72: Look 16  
Fonte: Da autora (2016)

Vestido ref.: VES001

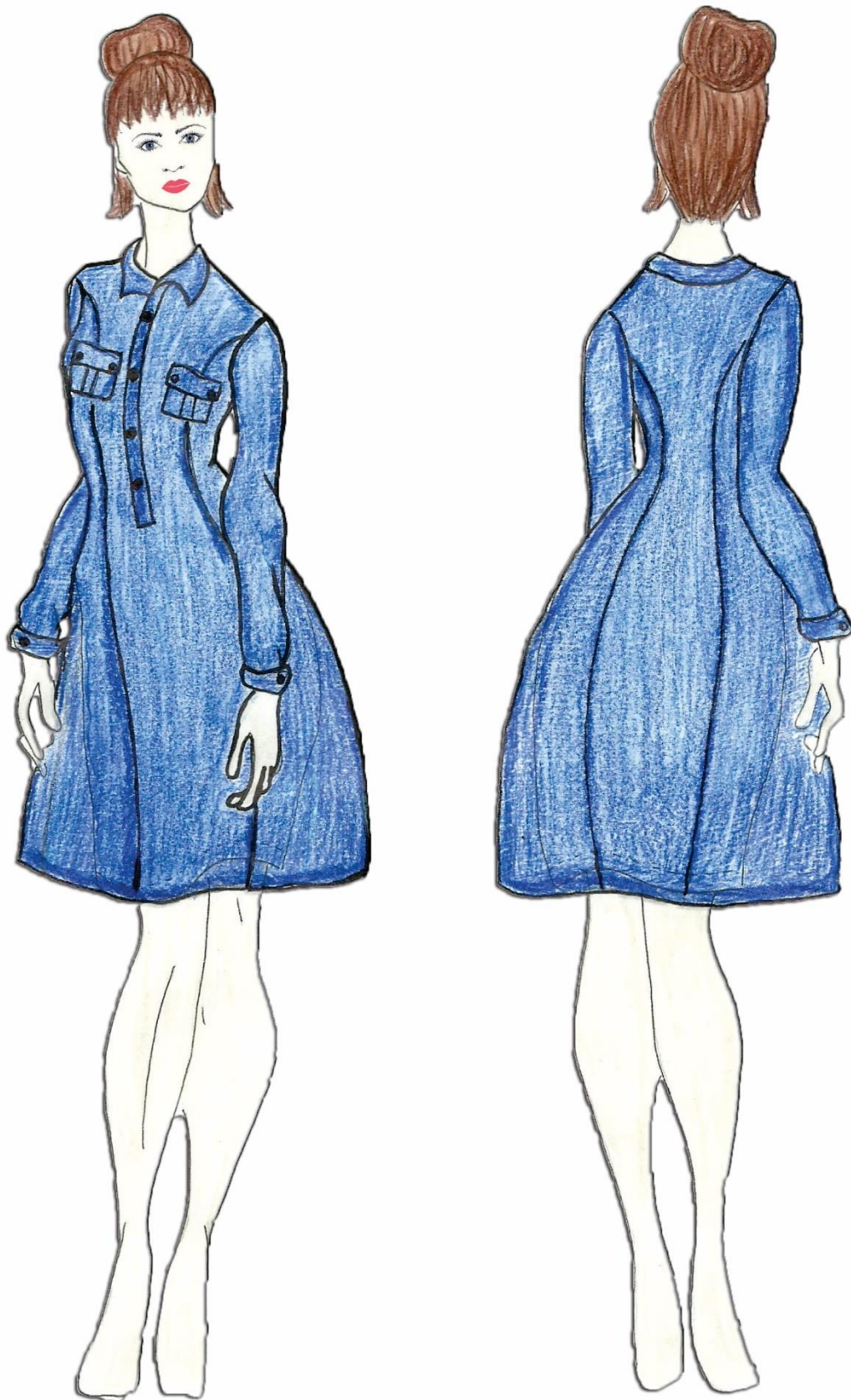


Figura 73: Look 17  
Fonte: Da autora (2016)

Jaqueta ref.: JAQ007

Calça ref.: CAL004

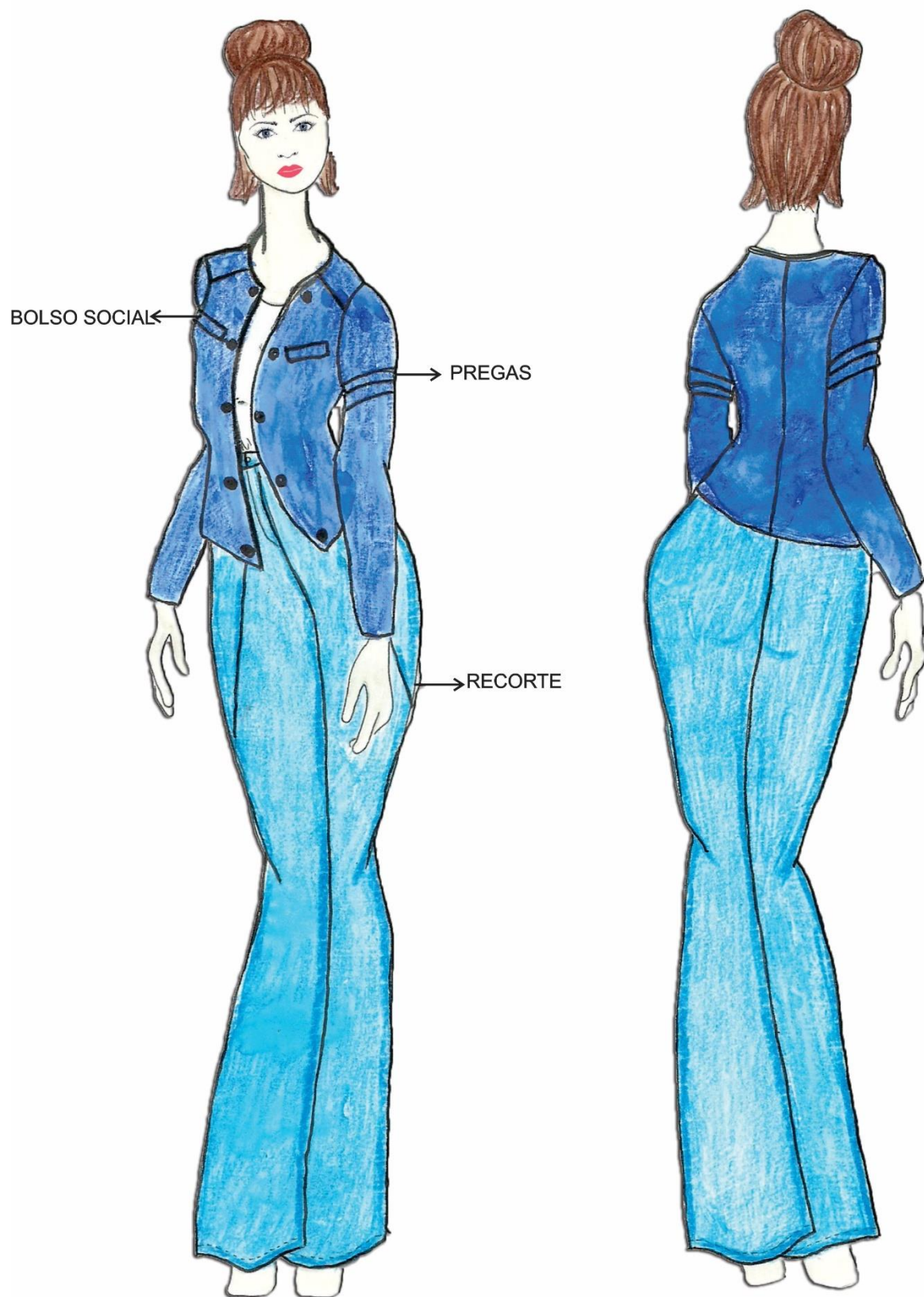


Figura 74: Look 18  
Fonte: Da autora (2016)

Camisa ref.: CAM004

Saia ref.: SAI005

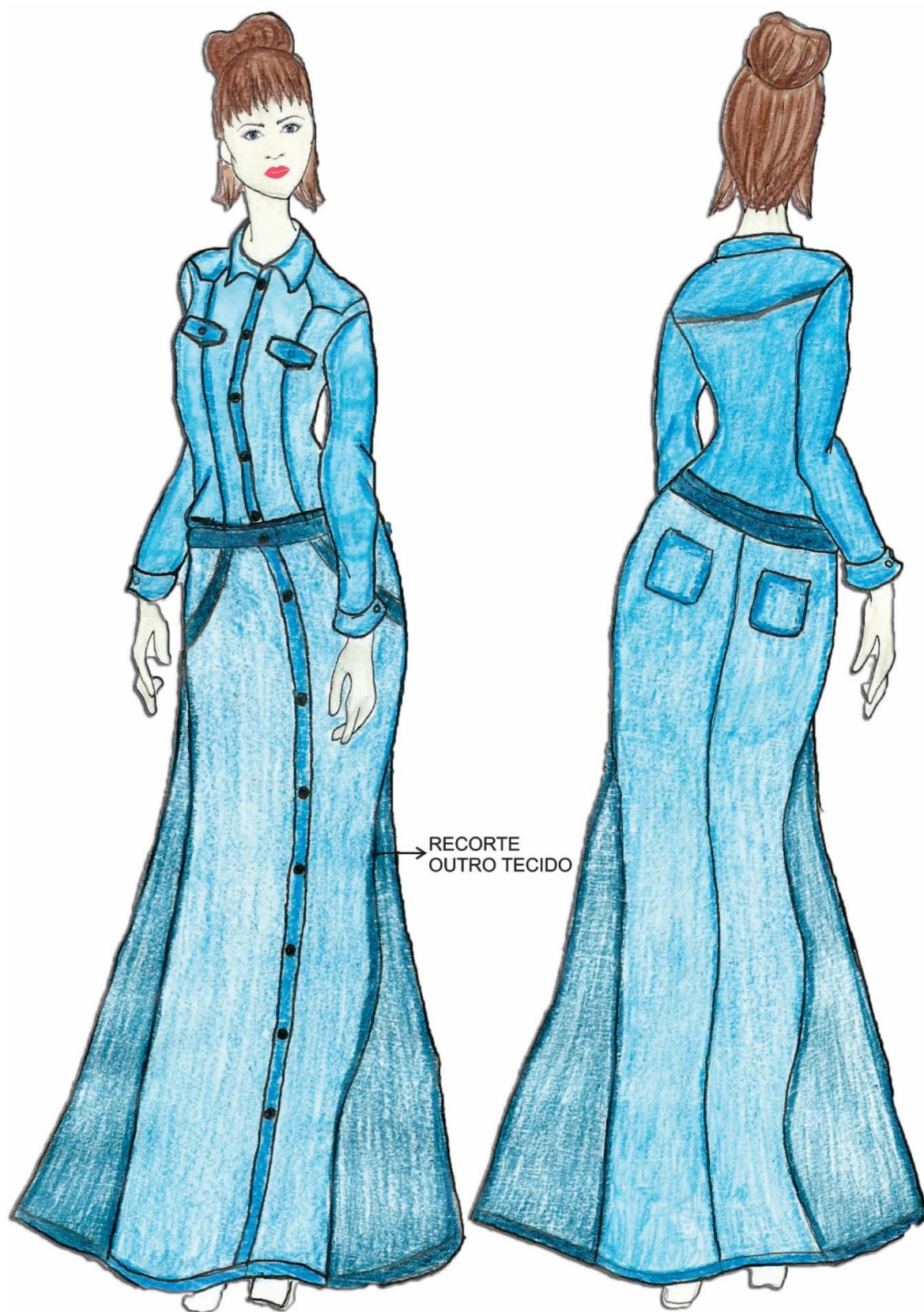


Figura 75: *Look 19*  
Fonte: Da autora (2016)

Jaqueta ref.: JAQ003

Calça ref.: CAL001

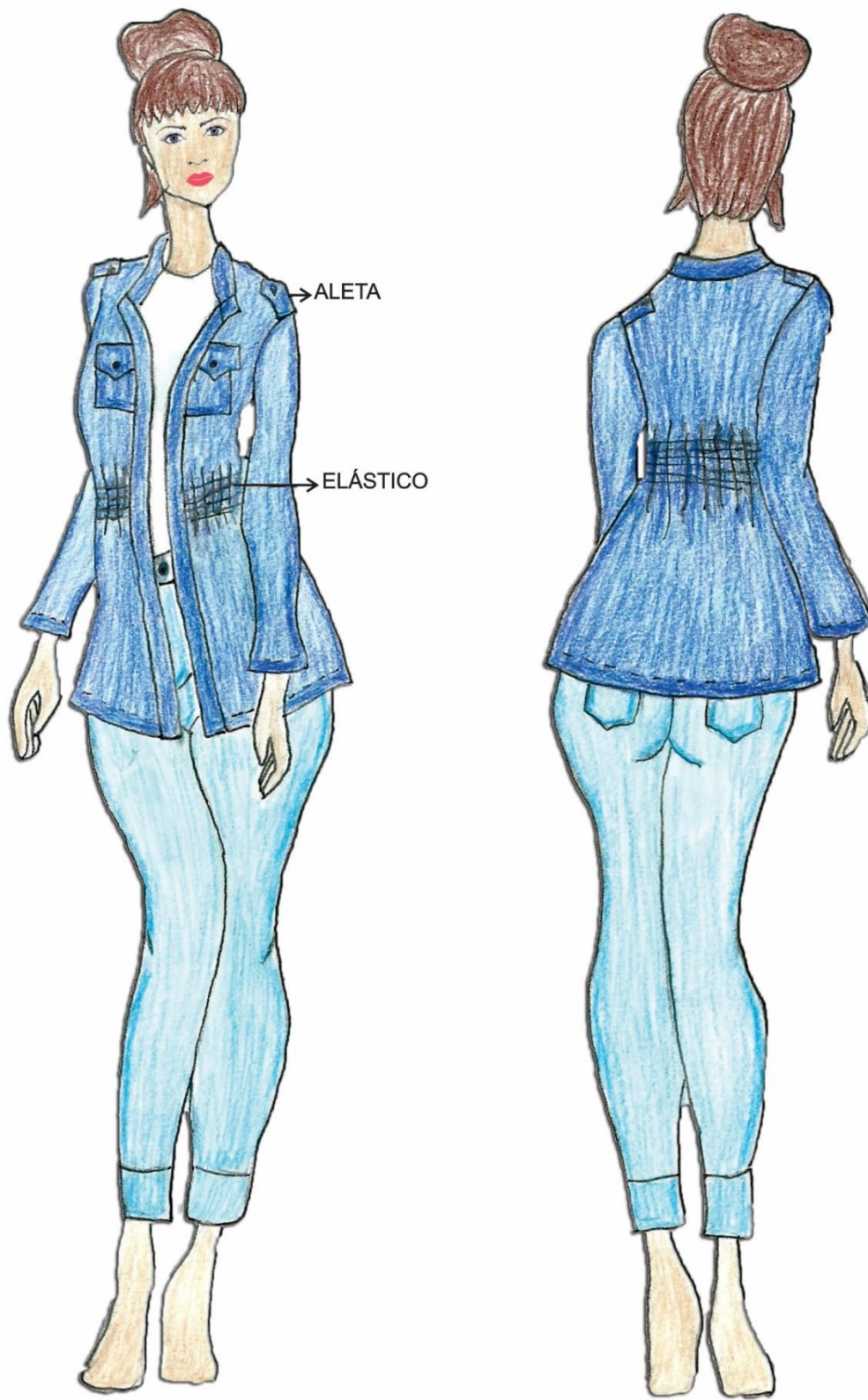


Figura 76: Look 20  
Fonte: Da autora (2016)

Jaqueta ref.: JAQ004

Calça ref.: CAL012

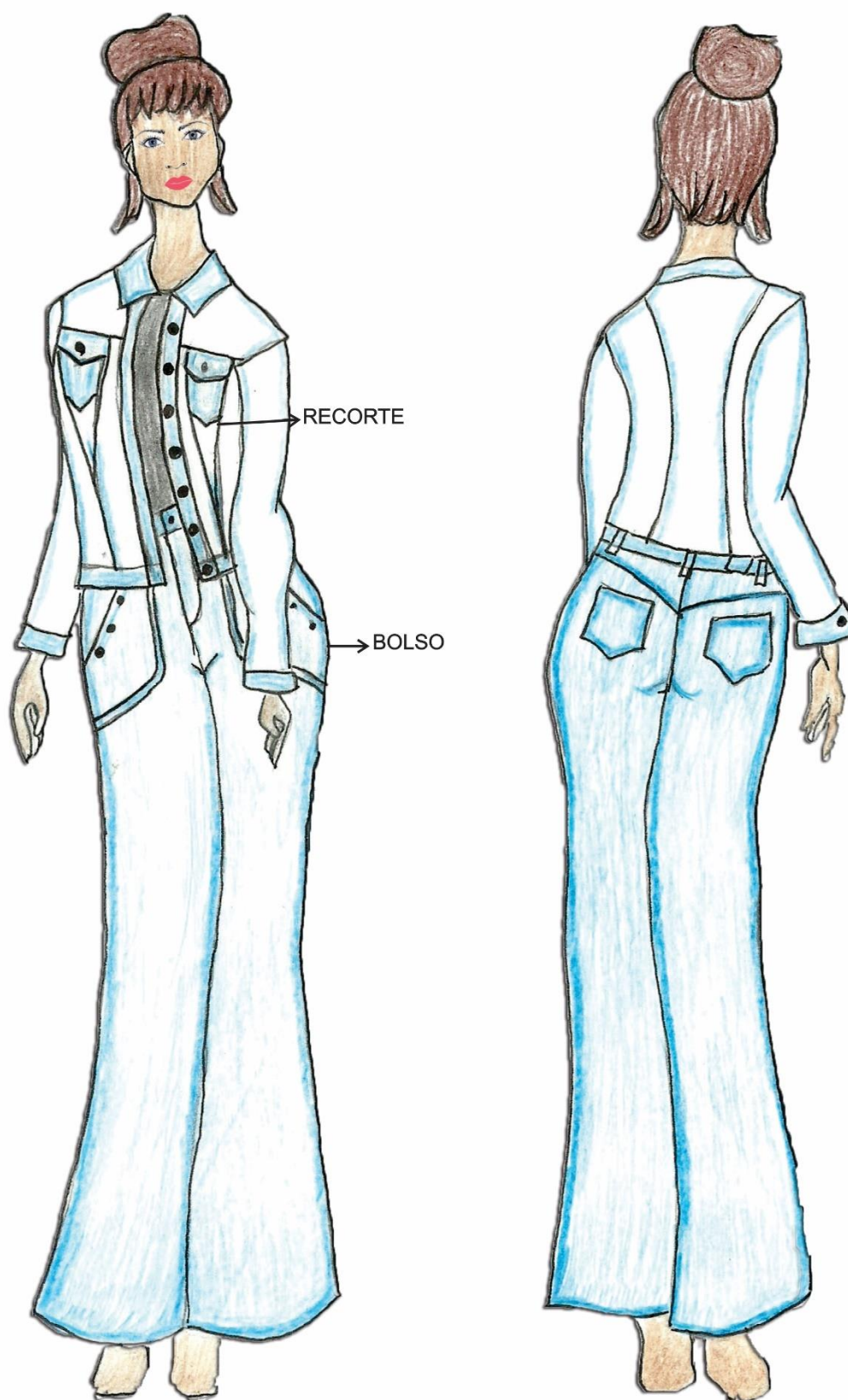
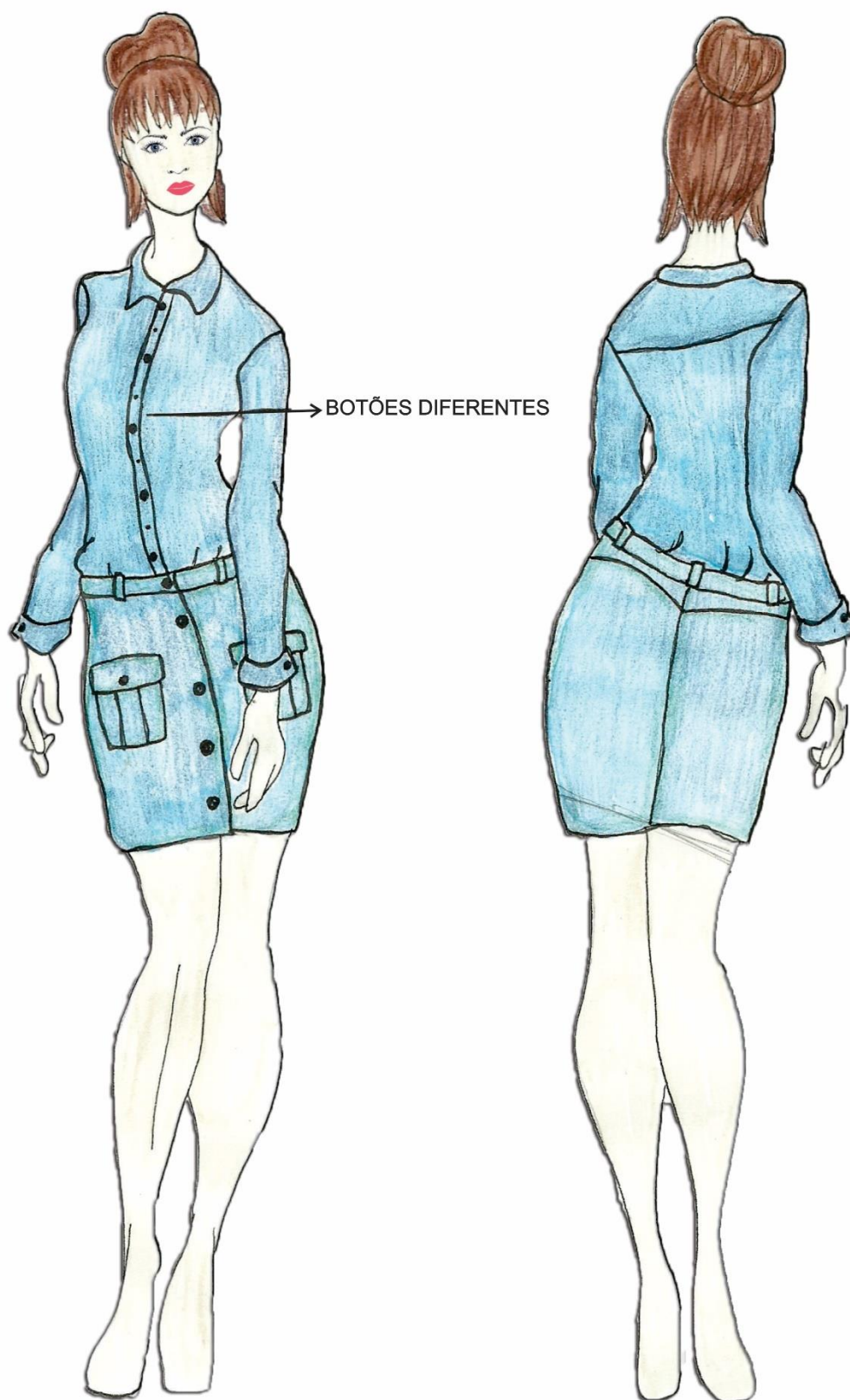


Figura 77: Look 21  
Fonte: Da autora (2016)



Camisa ref.: CAM001

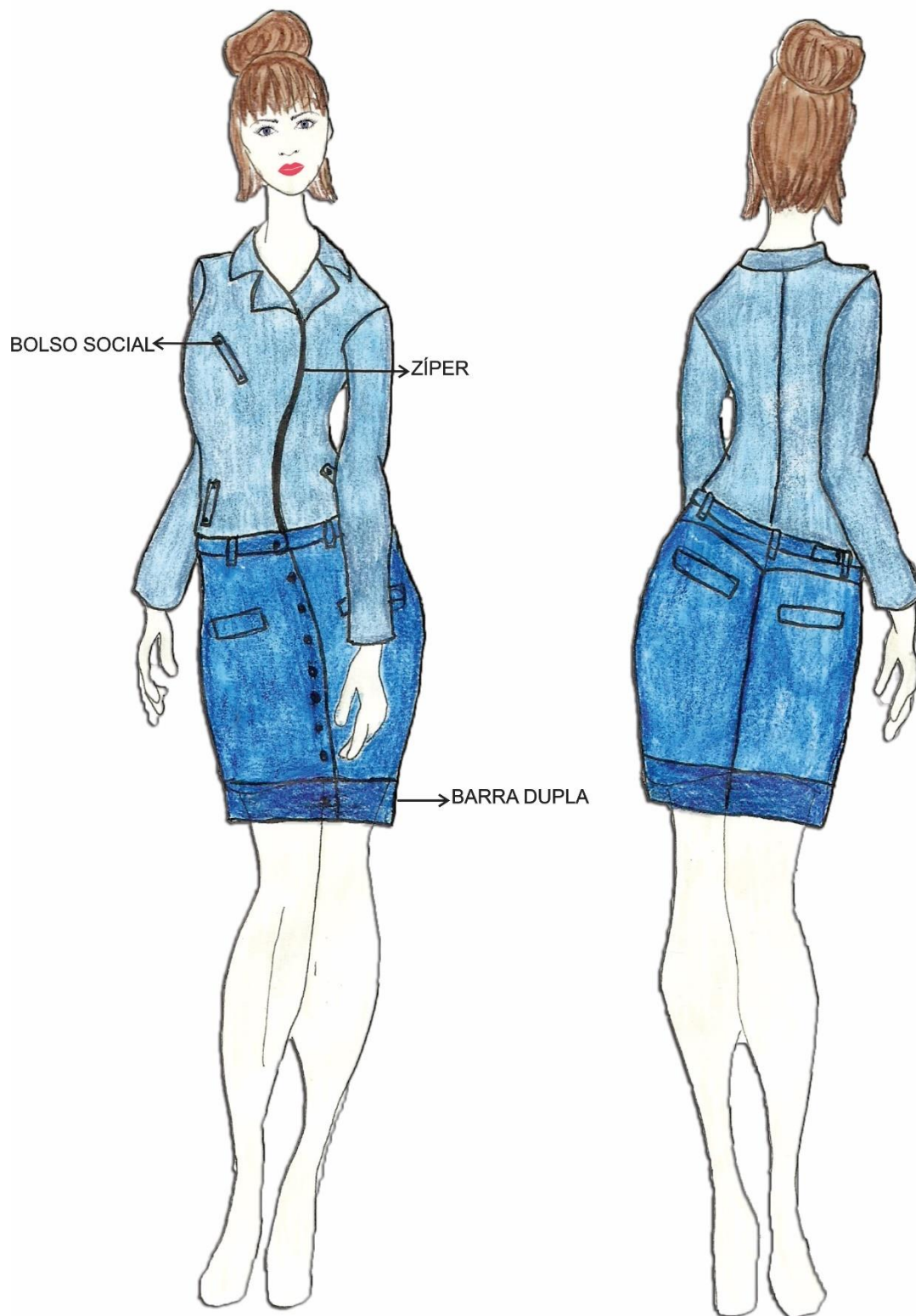
Saia ref.: SAI002



**Figura 78: Look 22**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Jaqueta ref.: JAQ06

Saia ref.: SAI003



**Figura 79: Look 23**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Blazer ref.: BLA001

Calça ref.: CAL010



Figura 80: Look 24  
Fonte: Da autora (2016)

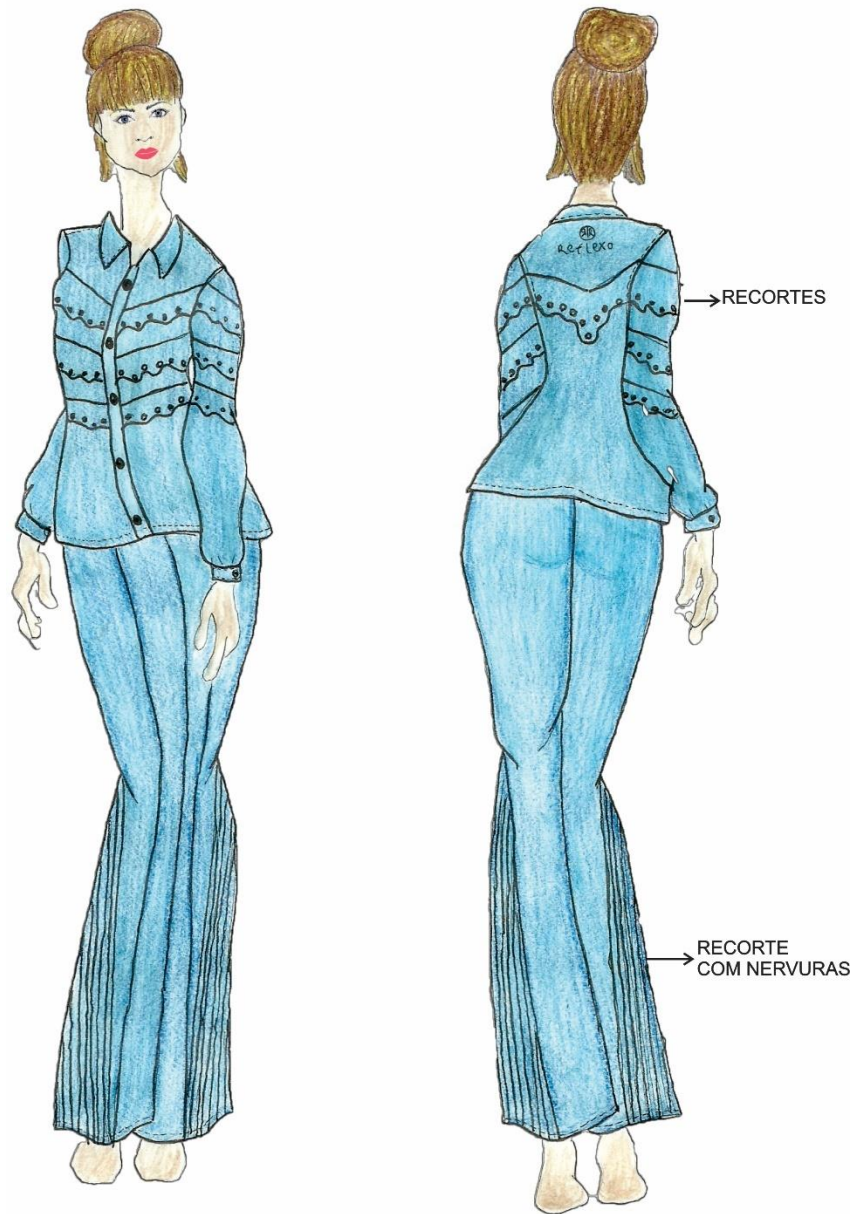
Camisa ref.: CAM002

Saia ref.: SAI006



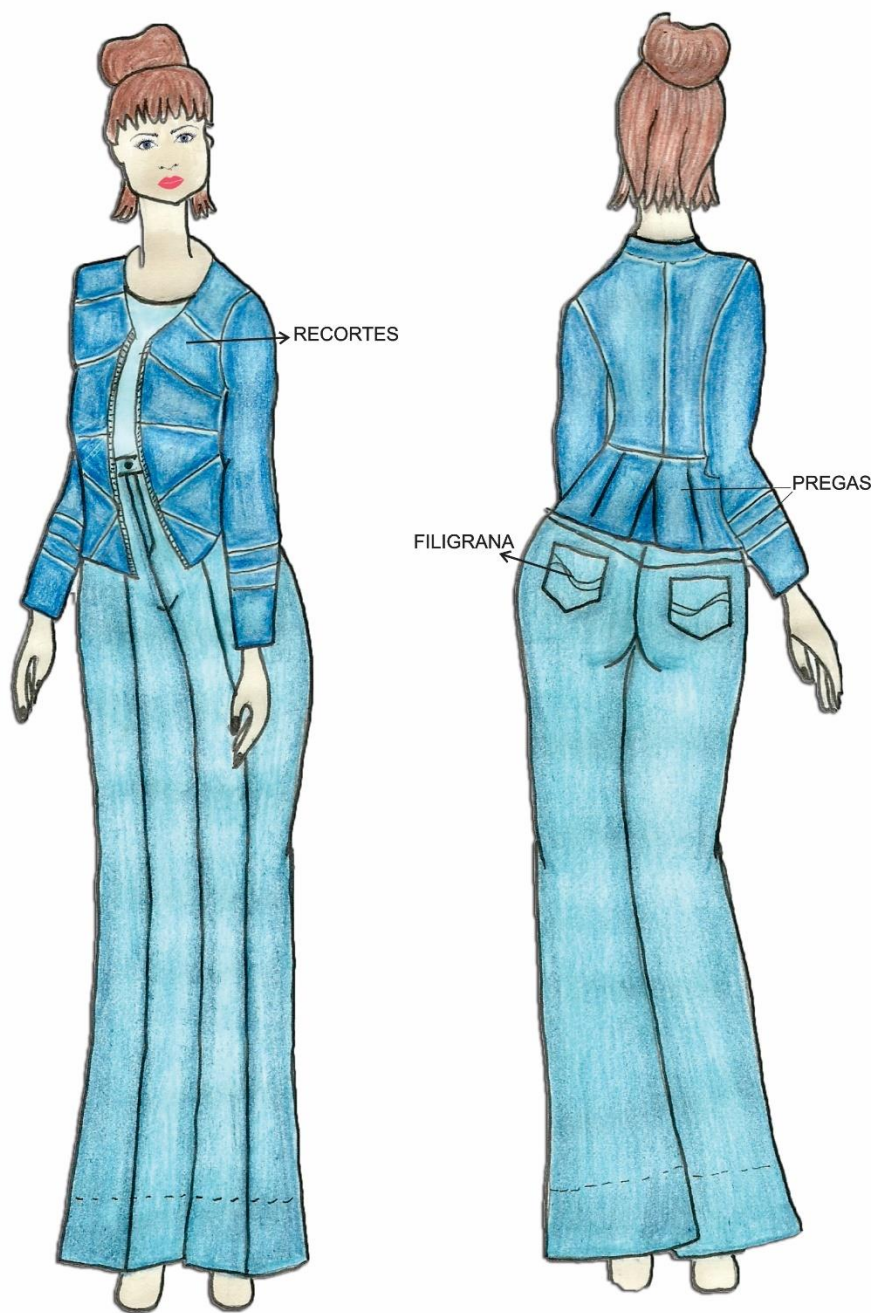
**Figura 81: Look 25**  
**Fonte: Da autora (2016)**

## 5.6 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS



**Figura 82: Look 1**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Camisa ligeiramente solta que disfarça o volume abdominal, com recortes nos ombros e mangas são ideais para dar melhor anatomia, e conseqüentemente, maior conforto ao usuário. As linhas verticais da calça alongam a silhueta e a barra mais larga proporciona simetria com o quadril e os ombros. A riqueza de detalhes traz beleza e elegância ao *look*. A modelagem confortável e os aspectos estéticos despertam o gosto da cliente.



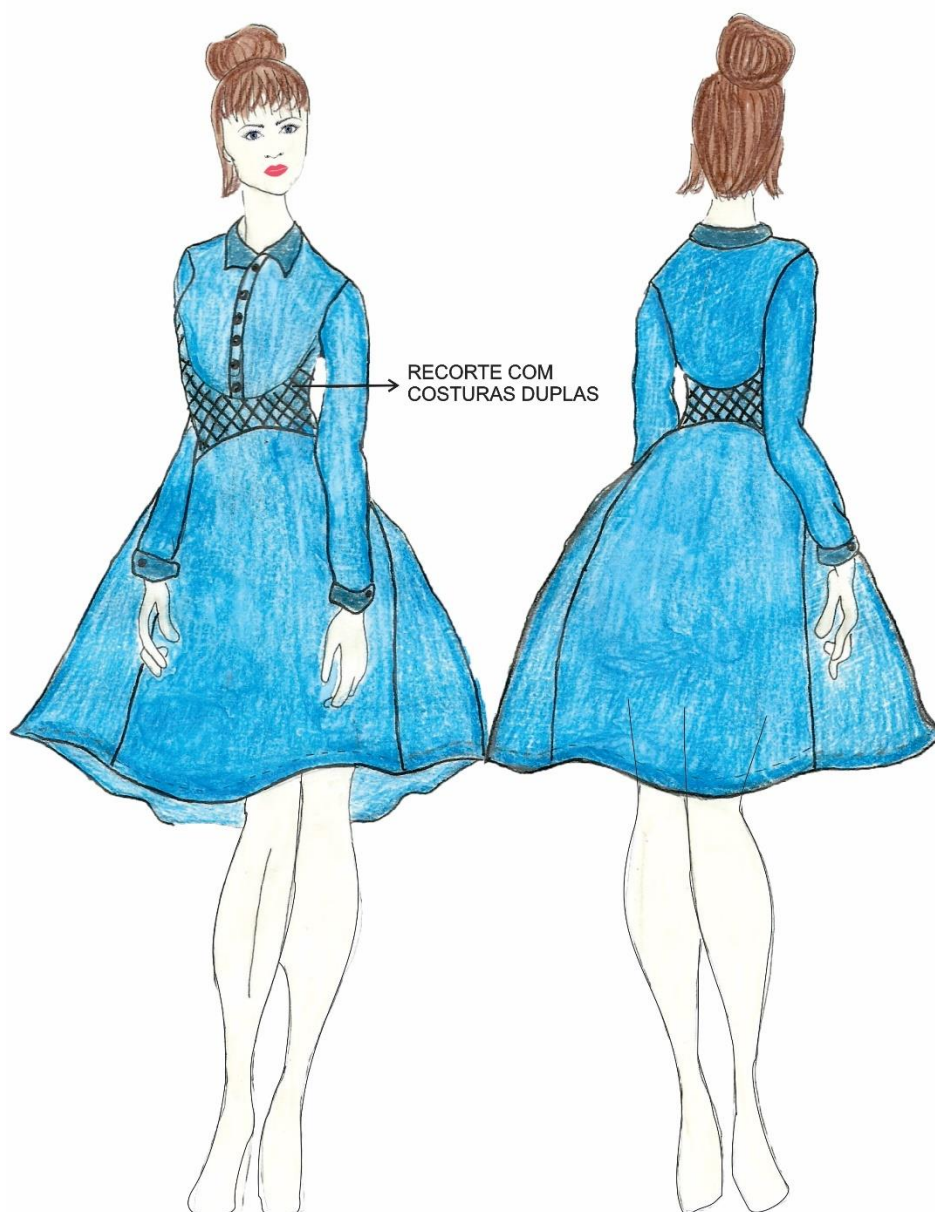
**Figura 83: Look 2**  
**Fonte: Da autora (2016)**

O corte vertical do *look* alonga a silhueta, e as linhas assimétricas do *blazer* proporcionam conforto e elegância. A versatilidade das peças é de grande incentivo ao consumo. O uso de uma tabela de medidas diferenciada para a construção da modelagem oferece maior ergonomia.



**Figura 84: Look 3**  
**Fonte: Da autora (2016)**

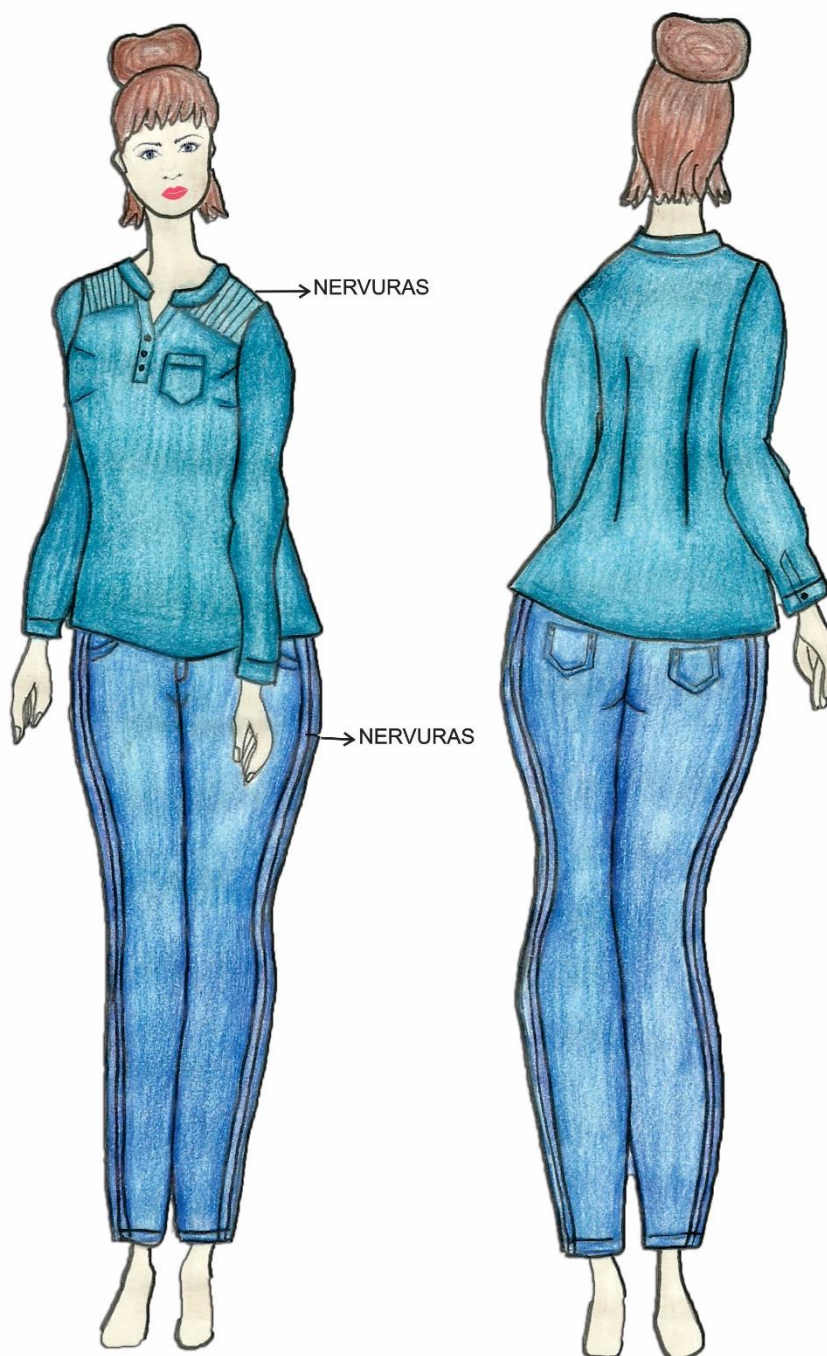
Os recortes horizontais e a inserção da vista juntamente com os botões dão a sensação de afinar a silhueta. Os detalhes das nervuras são colocados de forma simples no *look*, porém dão um charme especial, pois fazem chamar a atenção para o rosto da cliente. A modelagem um pouco mais solta disfarça imperfeições, fazendo com que a cliente se sinta mais bonita ao vestir.



**Figura 85: Look 4**  
**Fonte: Da autora (2016)**

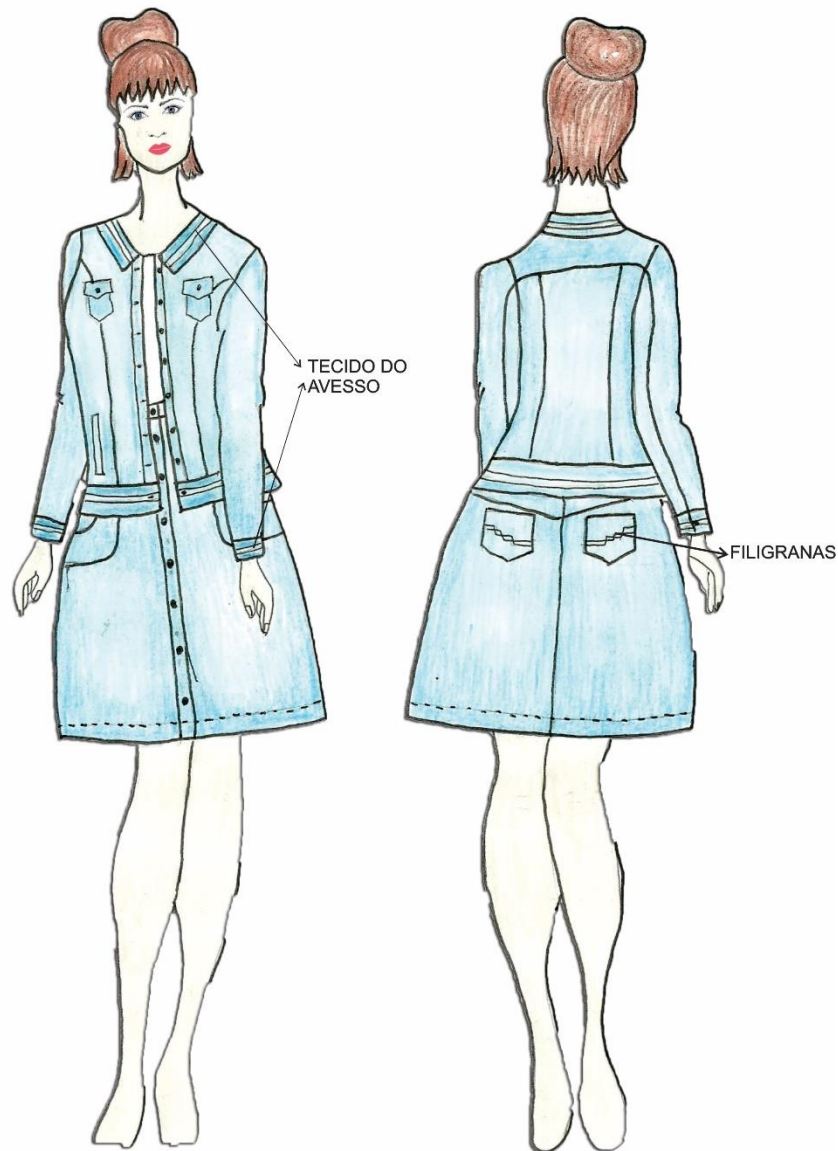
O recorte abaixo dos seios faz parecer que a cintura está mais fina. O bordado capta os olhares para essa região, trazendo releituras de moda ao *look*. A modelagem ampla da saia transforma o vestido *jeans* em um *shape* diferente dos que se vê no mercado. A gola de camisa traz formalidade contrapondo com a saia godê que lembra delicadeza, inserindo equilíbrio à peça.





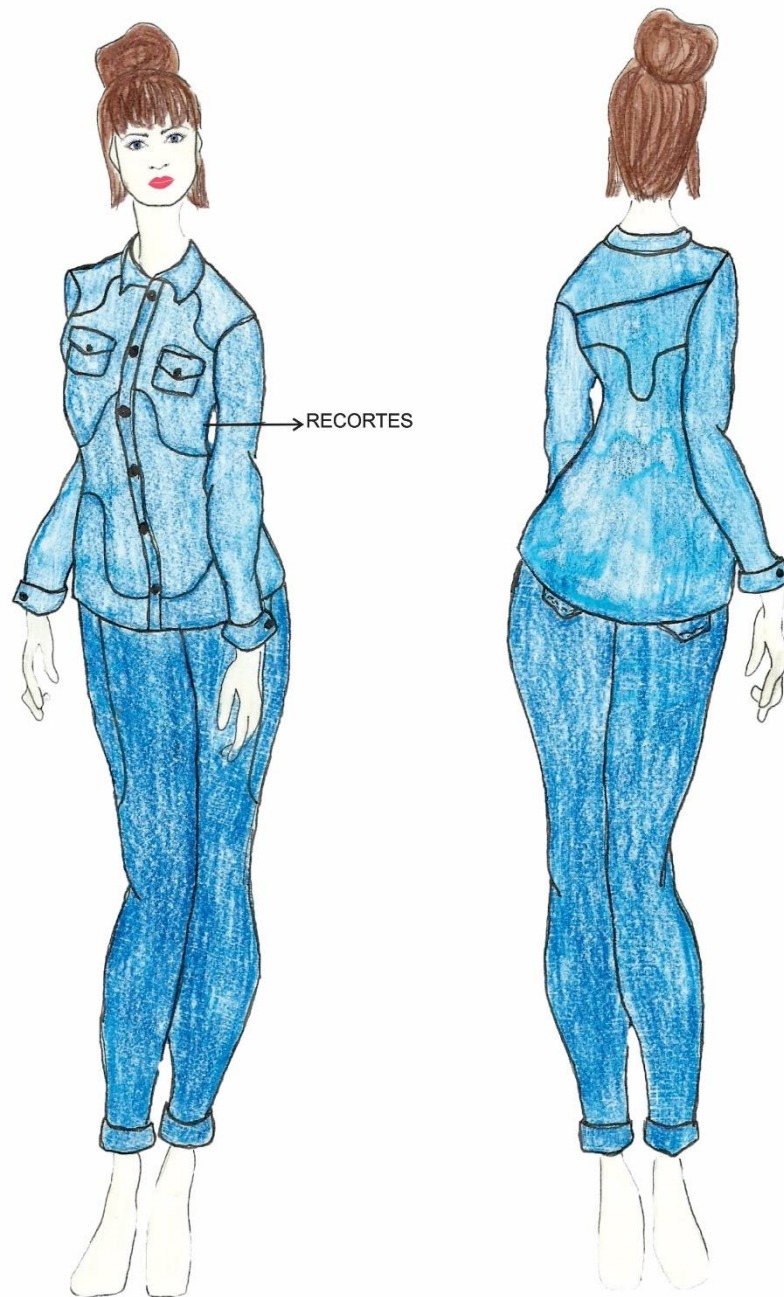
**Figura 86: Look 5**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Os pequenos detalhes transformam esse *look* em confortável e estratégico. As pences da camisa transformam a modelagem em confortável e mais próxima ao corpo. As nervuras tanto da camisa quanto da calça, complementam o *look* como um diferencial de moda. O recorte da lateral da calça e a inserção de um tecido diferente dão a sensação de quadril e pernas mais finas, além do uso do tecido tecnológico na calça, que aumenta o conforto e traz benefícios à cliente.



**Figura 87: Look 6**  
**Fonte: Da autora (2016)**

A saia evasê traz equilíbrio ao quadril. Os bolsos da parte da frente demonstram despojamento, em que se equilibra com os bolsos sociais da jaqueta. O uso do mesmo tecido e da mesma lavagem da jaqueta e da saia, faz lembrar um conjunto, em que está presente elementos de moda. A utilização de detalhes com tecido do avesso na jaqueta demonstra a versatilidade do *jeans* e tornam o *look* agradável esteticamente.



**Figura 88: Look 8**  
**Fonte: Da autora (2016)**

O uso dos recortes em partes estratégicas das peças facilita a modelagem ajustada ao corpo, o que proporciona maior conforto. O visual também se torna interessante, pois dá movimento à roupa mesmo sendo ajustada ao corpo. O recorte da calça lembra os recortes utilizados em calças *legging*. A junção dessa calça com a camisa se torna uma mistura de estilos.



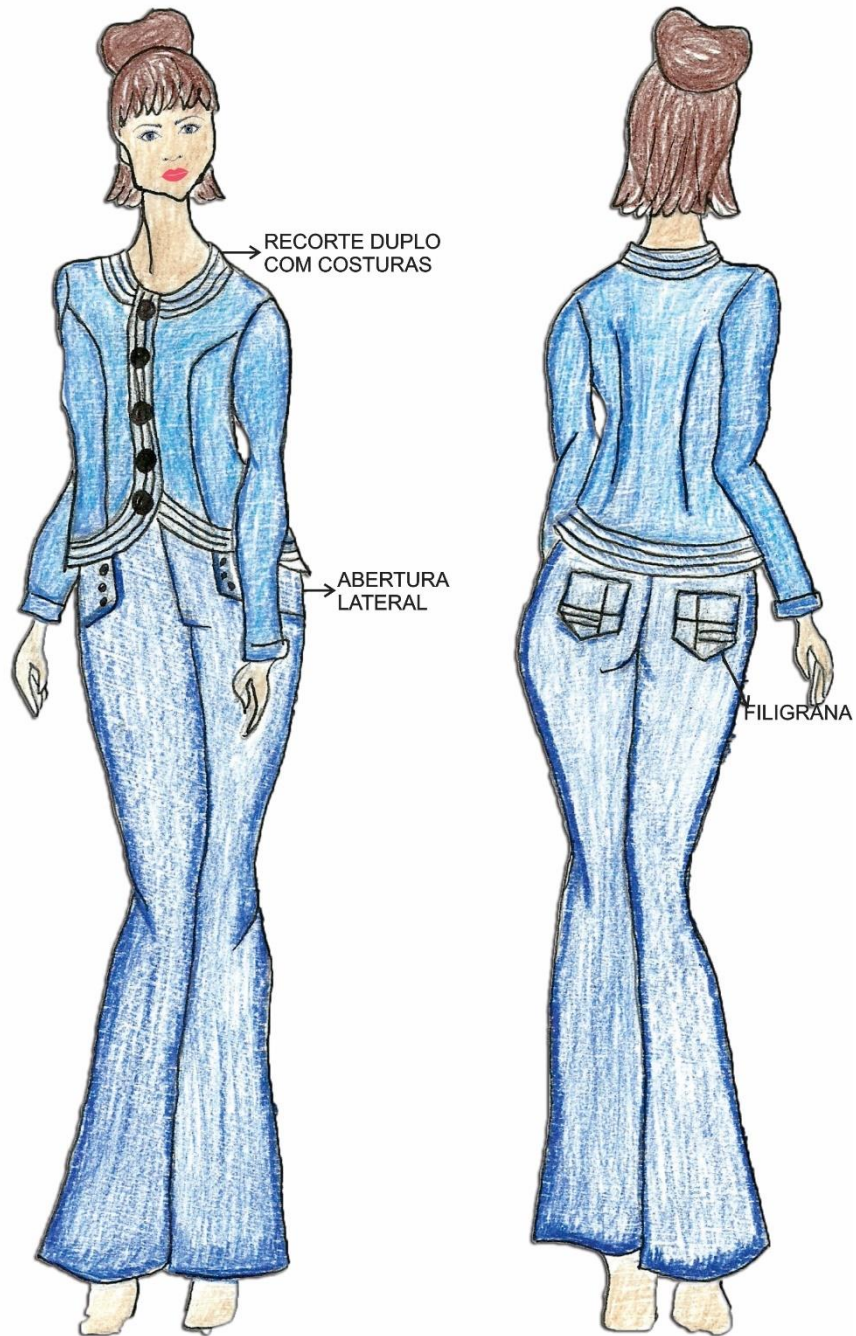
**Figura 89: Look 9**  
**Fonte: Da autora (2016)**

A lavagem escura e uniforme da calça equilibra o corpo com a lavagem clara da jaqueta que evidencia a região superior. A utilização de zíper na jaqueta traz modernidade ao *look*. A disposição dos zíperes na peça acompanha a modelagem, focando os olhares para a parte superior do *look*.



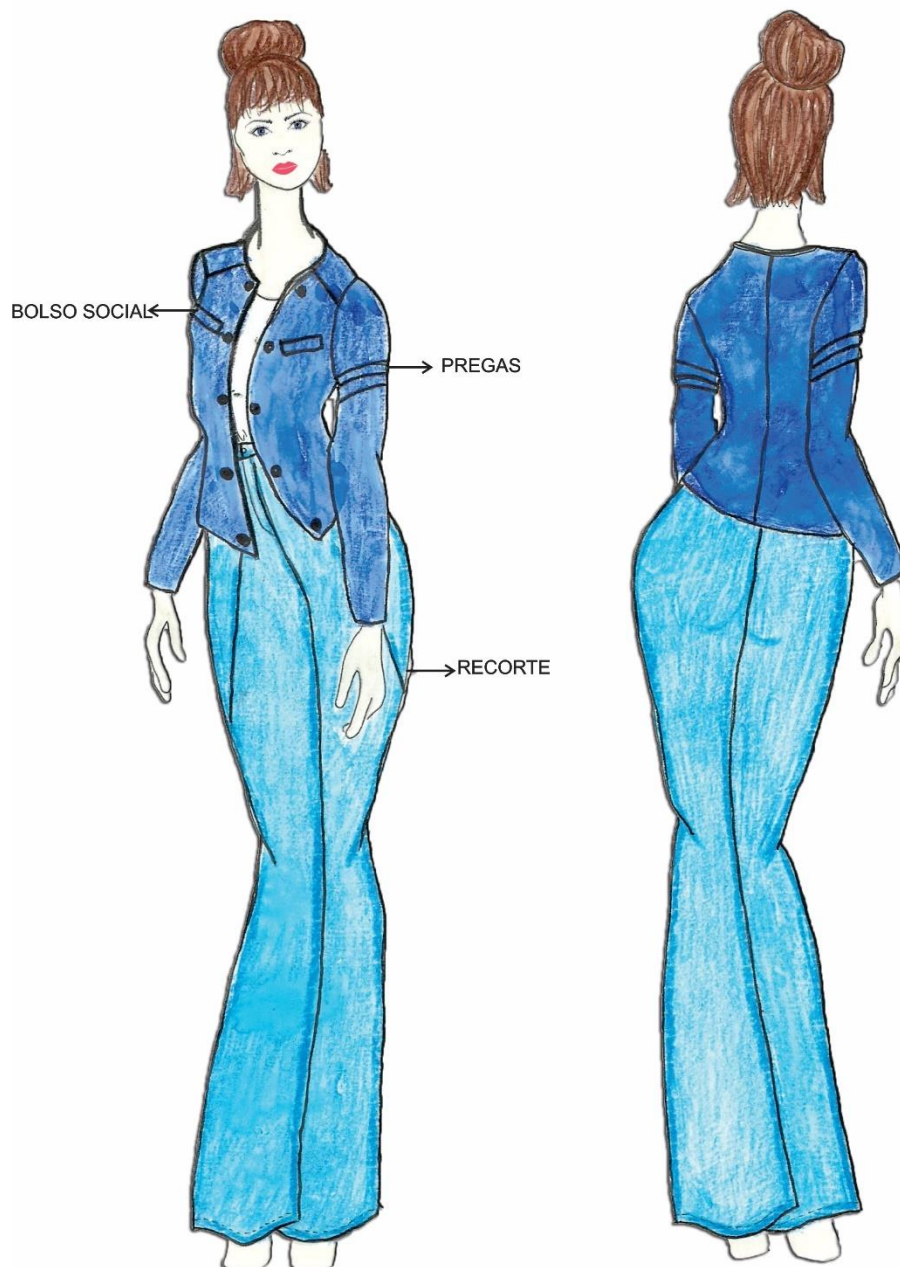
**Figura 90: Look 11**  
**Fonte: Da autora (2016)**

A modelagem levemente solta, o comprimento do vestido e o uso de um tecido mais fino, proporciona total liberdade à cliente. O franzido na cintura marca essa parte do corpo. A gola mais fechada e o comprimento das mangas até a altura do cotovelo equilibram com a sensualidade da fenda, o que torna o *look* elegante.



**Figura 91: Look 15**  
**Fonte: Da autora (2016)**

A calça com abertura lateral facilita na hora de vestir, além de ser um diferencial da peça. Sua barra ampla está em harmonia com a largura do quadril. A filigrana do bolso traseiro está conectada com as linhas da jaqueta. Os recortes da jaqueta dão movimento à peça. Os botões grandes chamam atenção para as linhas do recorte, mas ao mesmo tempo quebram sua fluidez.



**Figura 92: Look 18**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Esse *look* é relativamente simples, porém apresenta elementos de *design* que acrescenta uma linguagem de moda interessante. As pregas das mangas da jaqueta dão um charme especial. Os botões dos dois lados adicionam linhas que alongam a silhueta. A calça de cintura alta tem recortes laterais que ajudam a criar perspectivas visuais que afinam o quadril.



**Figura 93: Look 20**  
**Fonte: Da autora (2016)**

Esse look é ideal para dias mais frios. A calça básica com modelagem ajustada ao corpo e lavagem simples pode ser usada com diferentes peças. A jaqueta mais comprida proporciona maior comodidade à usuária. O elástico na região da cintura ajuda a criar uma modelagem adaptável, podendo ser utilizadas outras peças de roupa por baixo da mesma. Os bolsos e as aletas lembram estilo militar, adicionando elementos de moda à peça.



## 5.7 FICHAS TÉCNICAS

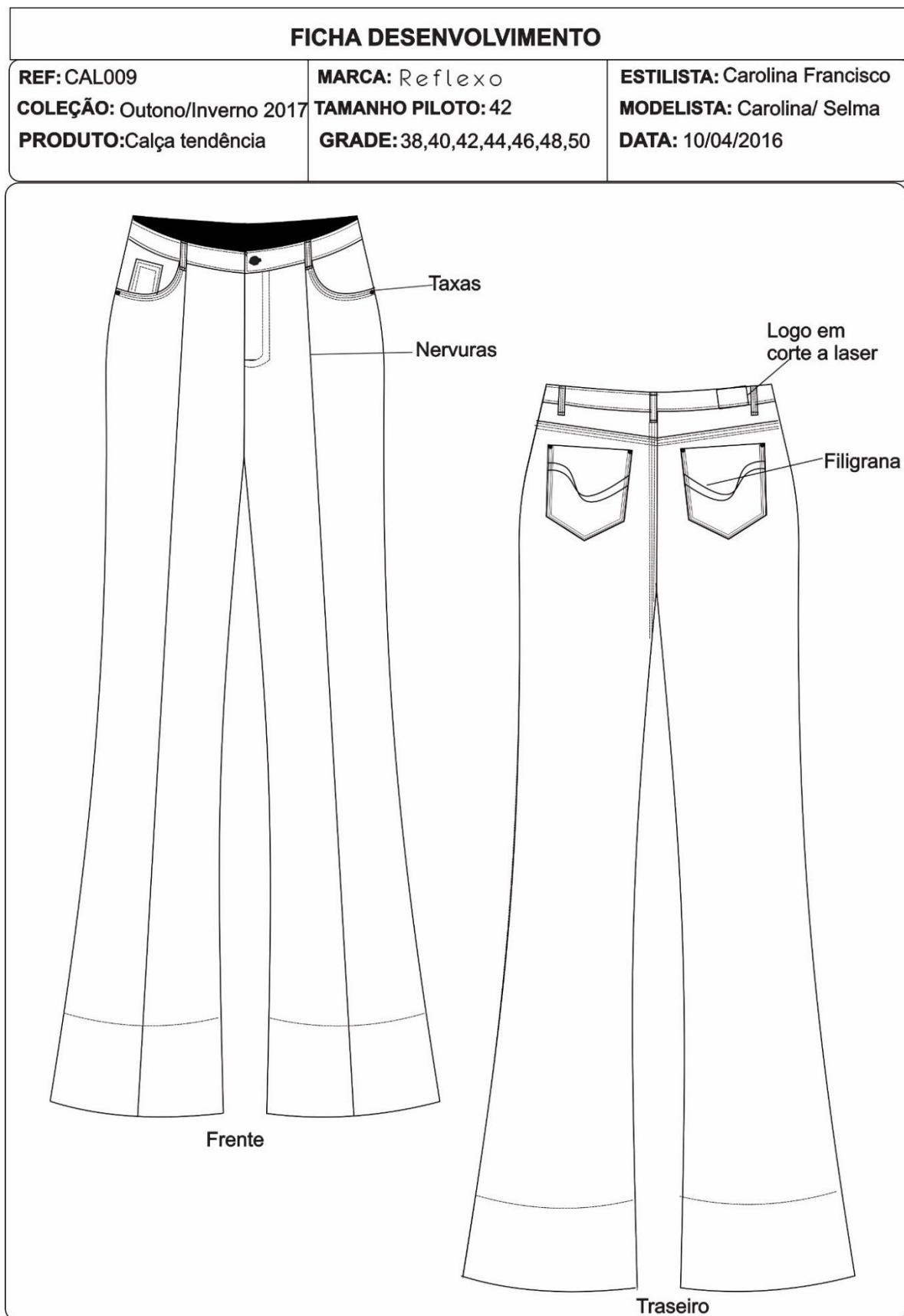


Figura 94: Ficha técnica da calça tendência (folha 1)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
<i>Briks Strech Lycra</i>	Canatiba	66% Algodão 32% Poliéster 2% Elastano	1,5m	18,00

<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Linha fio 36	Sancris	Azul marinho-0714	49m	0,12
Olho de gato	Impacto	Prateado	4 un	0,20
Linha fio overloque	Sancris	Cinza-0323	175m	0,20
Botão flexível	Impacto	Prateado	1 un	1,50
Zíper	Sancris	Azul marinho	1 un	0,50
Linha fio 50	Sancris	Cinza-0342	120m	0,29
Taxas	Impacto	Prateado	4un	0,25

<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Etiqueta de composição	Reflexo	Branca	1 un	0,08
Tag	Reflexo	Preta	1 un	0,20
Sacola	Reflexo	Cinza ou preta	1 un	0,85
Etiqueta da logo com corte a laser	Magma	Prateado	1 un	0,95

<b>VARIAÇÃO CORES</b>				
<i>Cor única/ Lavagem: Stone washed</i>				

Figura 95: Ficha técnica da calça tendência (folha 2)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
<b>No</b>	<b>Operação</b>	<b>Máquina</b>
1	Pregar revel	Reta
2	Interlocar revel	Interloque
3	Rebater revel do bolso frente	Pespontadeira
4	Overlocar revel de zíper	Overloque
5	Pregar zíper no revel	Reta
6	Pregar revel de zíper no gancho da frente	Reta
7	Rebater revel de zíper	Reta
8	Pregar machinho no zíper	Reta
9	Overlocar gancho frente	Overloque
10	Unir frentes	Reta
11	Rebater gancho frente	Reta
12	Pregar palas traseiro	Fechador ponto corrente
13	Unir traseiro	Fechador ponto corrente
14	Pregar bolso traseiro	Pespontadeira
15	Fazer nervuras na frente das pernas	Reta
16	Fechar laterais	Interloque
17	Rebater laterais	Pespontadeira
18	Unir entrepernas	Interloque
19	Pregar cóis	Pregador de cóis
20	Fazer ponta de cóis	Reta
21	Fazer barras	Reta
22	Fazer passadores	Galoneira
23	Travetar passadores	Travete
24	Casear	Caseadeira
25	Após lavagem, pregar botões	Prensa pneumática
26	Pregar olho de gato	Prensa pneumática
27	Pregar etiqueta de cóis	Reta

**Figura 96: Ficha técnica da calça tendência (folha 3)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

**LAVANDERIA:** Gerolamo - Jandaia do Sul

**LAVAGEM:** *Stone washed*

**VALOR:** 4,80 reais

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
12	12	12	15	15	15	18	18			
<b>TABELA DE MEDIDAS</b>			<b>ANTES</b>				<b>DEPOIS</b>			
<b>Cintura:</b>			82 cm				78 cm			
<b>Quadril:</b>			112 cm				104 cm			
<b>Gancho frente:</b>			42 cm				40,5 cm			
<b>Gancho Traseiro:</b>			48 cm				46,5 cm			
<b>Barra:</b>			66 cm				59 cm			
<b>Entreperna:</b>			90 cm				87,5 cm			

Figura 97: Ficha técnica da calça tendência (folha 4)

Fonte: Da autora (2016)

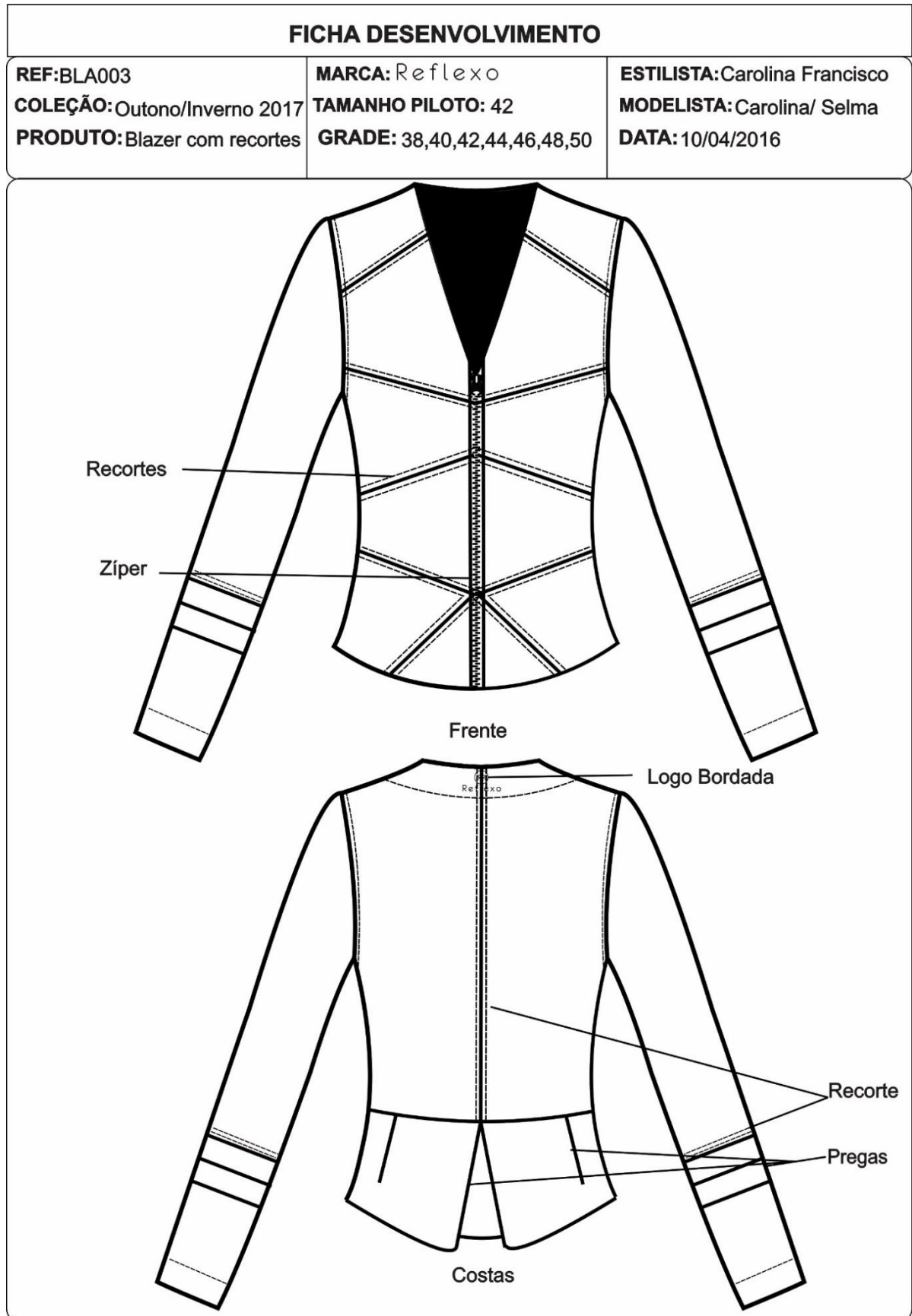


Figura 98: Ficha técnica do *blazer* com recortes (folha 1)  
 Fonte: Da autora (2016)

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
<i>Briks Strech Lycra</i>	Canatiba	66% Algodão 32% Poliéster 2% Elastano	2,25m	27,00
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Linha fio 50	Sancris	Cinza-0342	150 m	0,36
Linha fio 36	Sancris	Azul Marinho-0714	63m	0,15
Linha fio overloque	Sancris	Cinza-0323	195 m	0,23
Zíper	Sancris	Azul marinho	1 un	0,80
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Etiqueta de composição	Reflexo	Branca	1 un	0,08
Tag	Reflexo	Preta	1 un	0,20
Sacola	Reflexo	Cinza ou preta	1 un	0,85
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				
Cor única/ Lavagem: Corrosão de costuras e amaciado				

Figura 99: Ficha técnica do *blazer* com recortes (folha 2)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
<b>No</b>	<b>Operação</b>	<b>Máquina</b>
1	Overlocar recortes	Overloque
2	Fazer pregas das costas e das mangas	Reta
3	Unir recortes	Reta
4	Rebater recortes	Pespontadeira
5	Unir ombros	Interloque
6	Rebater ombros	Pespontadeira
7	Pregar mangas	Interloque
8	Rebater mangas	Pespontadeira
9	Fechar laterais	Interloque
10	Unir revel frente, costas e barra	Reta
11	Pregar zíper na peça	Reta
12	Pregar revel na peça	Reta
13	Rebater revel	Pespontadeira
14	Fazer barra da manga	Reta

Figura 100: Ficha técnica do *blazer* com recotes (folha 3)

Fonte: Da autora (2016)

<b>BORDADO:</b> Logomarca <b>REF:</b> B001 <b>QUANT. PONTOS:</b> 1246 <b>TIPO DE PONTOS:</b> Pesponto	
<b>LOCALIZAÇÃO:</b> Pala <b>OBS:</b>	Reflexo
<b>LAVANDERIA:</b> UTFPR-Apucarana <b>LAVAGEM:</b> Corrosão de costuras e amaciado <b>VALOR:</b> Sem custo	

Figura 101: Ficha técnica do *blazer* com recortes (folha 4)  
Fonte: Da autora (2016)



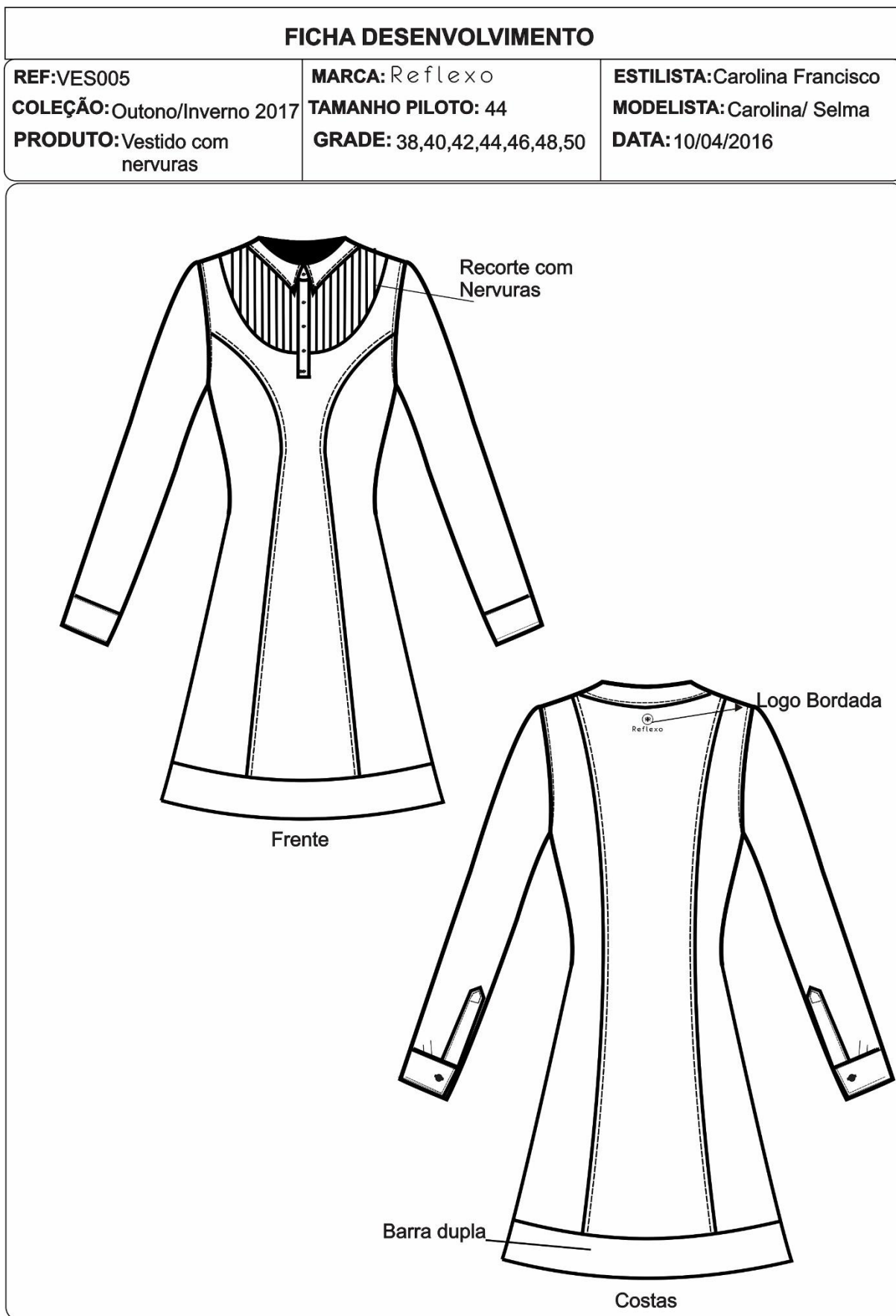


Figura 102: Ficha técnica do vestido com nervuras (folha 1)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
<i>Briks Strech Lycra</i>	Canatiba	66% Algodão 32% Poliéster 2% Elastano	1,78m	21,36
Trama	Trama Têxtil	69% Algodão 28% Polipester 3% Elastano	0,30m	4,80
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Linha fio 36	Sancris	Azul marinho-0714	71 m	0,18
Linha fio 50	Sancris	Cinza-0342	160m	0,40
Linha fio overloque	Sancris	Cinza-0323	220m	0,27
Botão flexível	Eberle	Prateado	7un	1,50
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Etiqueta de composição	Reflexo	Branca	1 un	0,08
Tag	Reflexo	Preta	1 un	0,20
Sacola	Reflexo	Cinza ou preta	1 un	0,85
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				
Cor única/ Lavagem: Amaciado				

Figura 103: Ficha técnica do vestido com nervuras (folha 2)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
<b>No</b>	<b>Operação</b>	<b>Máquina</b>
1	Fazer nervuras dos recortes	Reta
2	Pregar recortes	Interloque
3	Rebater recortes	Pespontadeira
4	Fazer vistas	Pespontadeira
5	Unir ombros	Interloque
6	Rebater ombros	Pespontadeira
7	Fazer carcela nas mangas	Reta
8	Pregar mangas	Interloque
9	Rebater mangas	Pespontadeira
10	Fechar laterais	Interloque
11	Montar colarinho	Reta
12	Rebater colarinho	Pespontadeira
13	Pregar colarinho	Reta
14	Pregar punhos	Reta
15	Rebater punhos	Pespontadeira
16	Pregar barra	Interloque
17	Rebater barra	Pespontadeira
18	Casear	Caseadeira
19	Após lavagem, pregar botões	Prensa pneumática

**Figura 104: Ficha técnica do vestido com nervuras (folha 3)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

<b>BORDADO:</b> Logomarca <b>REF:</b> B001 <b>QUANT. PONTOS:</b> 1246 <b>TIPO DE PONTOS:</b> Pesponto	
<b>LOCALIZAÇÃO:</b> Pala <b>OBS:</b>	Reflexo
<b>LAVANDERIA:</b> Gerolamo <b>LAVAGEM:</b> Amaciado <b>VALOR:</b> 2,50 reais	

**Figura 105: Ficha técnica do vestido com nervuras (folha 4)**  
**Fonte: Da autora (2016)**



Figura 106: Ficha técnica da calça com nervuras nas laterais (folha 1)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
<i>Hiper Flex</i>	Canatiba	75% Algodão 22% Poliéster 3% Elastano	1m	12,00
<i>Avangard Beauty</i>	Canatiba	56% Algodão 42% Poliamida 2% Elastano	1,5m	28,50

<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Linha fio 36	Sancris	Cinza-0491	58m	0,13
Olho de gato	Impacto	Prateado	4 un	0,20
Linha fio overloque	Sancris	Cinza-0323	182m	0,21
Botão flexível	Impacto	Prateado	1 un	1,50
Zíper	Sancris	Azul marinho-0714	1 un	0,50
Linha fio 50	Sancris	Cinza 0342	182m	0,21
Taxas	Impacto	Prateado	8un	0,25

<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Etiqueta de composição	Reflexo	Branca	1 un	0,08
Tag	Reflexo	Preta	1 un	0,20
Sacola	Reflexo	Cinza ou preta	1 un	0,85
Etiqueta da logo com corte a laser	Magma	Prateado	1 un	0,95

<b>VARIAÇÃO CORES</b>
Cor única/ Lavagem: <i>Stone washed + fast pin + lixado</i>

Figura 107: Ficha técnica da calça com nervuras nas laterais (folha 2)  
 Fonte: Da autora (2016)

<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
<b>No</b>	<b>Operação</b>	<b>Máquina</b>
1	Pregar revel	Reta
2	Interlocar revel	Interloque
3	Rebater revel do bolso frente	Reta
4	Overlocar revel de zíper	Overloque
5	Pregar zíper no revel	Reta
6	Pregar revel de zíper no gancho da frente	Reta
7	Rebater revel de zíper	Reta
8	Pregar machinho no zíper	Reta
9	Overlocar gancho frente	Overloque
10	Unir frentes	Reta
11	Rebater gancho frente	Reta
12	Pregar palas traseiro	Fechador ponto corrente
13	Unir traseiro	Fechador ponto corrente
14	Pregar bolso traseiro	Pespontadeira
15	Fazer Segunda costura de bolso traseiro	Reta
16	Fazer nervuras dos recortes das laterais	Reta
17	Unir recortes laterais com frente e traseiro	Interloque
18	Unir entrepernas	Interloque
19	Pregar cóis	Pregador de cóis
20	Fazer ponta de cóis	Reta
21	Fazer barras	Reta
22	Fazer passadores	Galoneira
23	Travetar passadores	Travete
24	Casear	Caseadeira
25	Após lavagem, pregar botões	Prensa pneumática
26	Pregar olho de gato	Prensa pneumática
27	Pregar etiqueta de cóis	Reta

**Figura 108: Ficha técnica da calça com nervuras nas laterais (folha 3)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

**LAVANDERIA:** Gerolamo - Jandaia do Sul

**LAVAGEM:** *Stone washed + fast pin + lixado*

**VALOR:** 5,60 reais

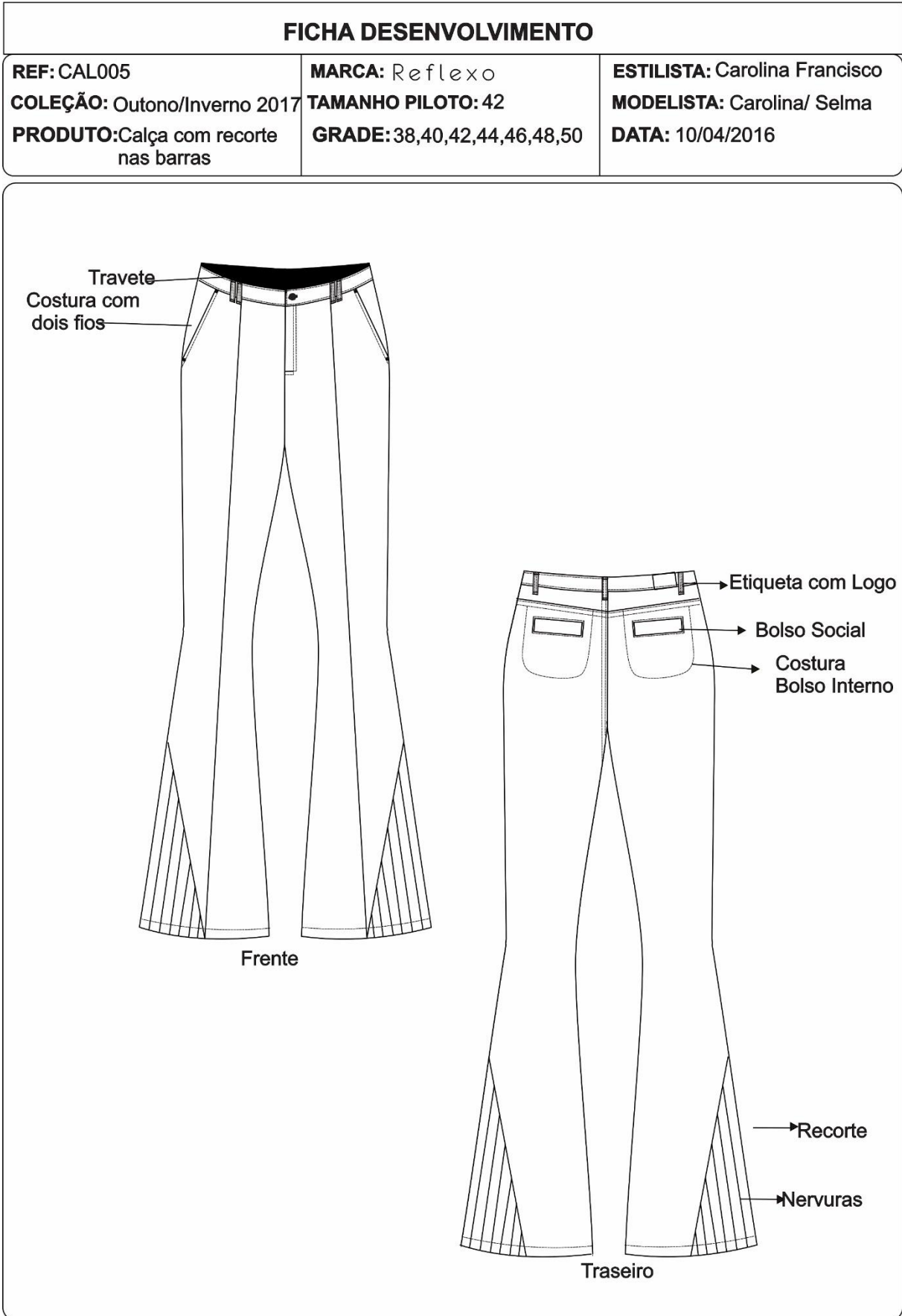
**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
12	12	12	15	15	15	18	18			
<b>TABELA DE MEDIDAS</b>			<b>ANTES</b>				<b>DEPOIS</b>			
<b>Cintura:</b>			82 cm				78 cm			
<b>Quadril:</b>			112 cm				104 cm			
<b>Gancho frente:</b>			42 cm				40,5 cm			
<b>Gancho Traseiro:</b>			48 cm				46,5 cm			
<b>Barra:</b>			66 cm				59 cm			
<b>Entreperna:</b>			90 cm				87,5 cm			

Figura 109: Ficha técnica da calça com nervuras nas laterais (folha 4)

Fonte: Da autora (2016)





**Figura 110: Ficha técnica da calça com recorte nas barras (folha 1)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
<i>Hiper Flex</i>	Canatiba	75% Algodão 22% Poliéster 3% Elastano	2 m	24,00
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Linha fio 36	Sancris	Cinza-0491	65m	0,16
Olho de gato	Impacto	Prateado	4 un	0,20
Linha fio overloque	Sancris	Cinza-0323	200m	0,24
Botão flexível	Impacto	Prateado	1 un	1,50
Zíper	Sancris	Azul marinho-0714	1 un	0,50
Linha fio 50	Sancris	Cinza 0342	152m	0,37
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Etiqueta de composição	Reflexo	Branca	1 un	0,08
Tag	Reflexo	Preta	1 un	0,20
Sacola	Reflexo	Cinza ou preta	1 un	0,85
Etiqueta da logo com corte a laser	Magma	Prateado	1 un	0,95
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				
Cor única/ Lavagem: estonagem com enzimas				

Figura 111: Ficha técnica da calça com nervuras nas barras (folha 2)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
<b>No</b>	<b>Operação</b>	<b>Máquina</b>
1	Pregar revel	Reta
2	Interlocar revel	Interloque
3	Rebater revel do bolso frente	Reta
4	Overlocar revel de zíper	Overloque
5	Pregar zíper no revel	Reta
6	Pregar revel de zíper no gancho da frente	Reta
7	Rebater revel de zíper	Reta
8	Pregar machinho no zíper	Reta
9	Overlocar gancho frente	Overloque
10	Unir frentes	Reta
11	Rebater gancho frente	Reta
12	Pregar palas traseiro	Fechador ponto corrente
13	Unir traseiro	Fechador ponto corrente
14	Pregar revel de bolso traseiro	Reta
15	Rebater revel de bolso social	Reta
16	Pregar bolso embutido	Reta
17	Overlocar sobras de bolso	Overloque
18	Fazer nervuras perna frente	Reta
19	Fazer nervuras recortes laterais	Reta
20	Pregar recortes nas pernas	Interloque
21	Rebater recortes	Reta
22	Unir frente e traseiro	Interloque
23	Pregar cóis	Pregador de cóis
24	Fazer ponta de cóis	Reta
25	Fazer barras	Reta
26	Fazer passadores	Galoneira
27	Travetar passadores	Travete
28	Casear	Caseadeira
29	Após lavagem, pregar botões	Prensa pneumática
30	Pregar olho de gato	Prensa pneumática
31	Pregar etiqueta de cóis	Reta

**Figura 112: Ficha técnica da calça com nervuras nas barras (folha 3)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

**LAVANDERIA:** UTFPR- Apucarana

**LAVAGEM:** Estonagem com enzimas

**VALOR:** sem custo

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
12	12	12	15	15	15	18	18			
<b>TABELA DE MEDIDAS</b>			<b>ANTES</b>				<b>DEPOIS</b>			
<b>Cintura:</b>			94 cm				86 cm			
<b>Quadril:</b>			112 cm				104 cm			
<b>Gancho frente:</b>			42 cm				40,5 cm			
<b>Gancho Traseiro:</b>			48 cm				46,5 cm			
<b>Barra:</b>			66 cm				59 cm			
<b>Entreperna:</b>			90 cm				87,5 cm			

Figura 113: Ficha técnica da calça com nervuras nas barras (folha 4)

Fonte: Da autora (2016)

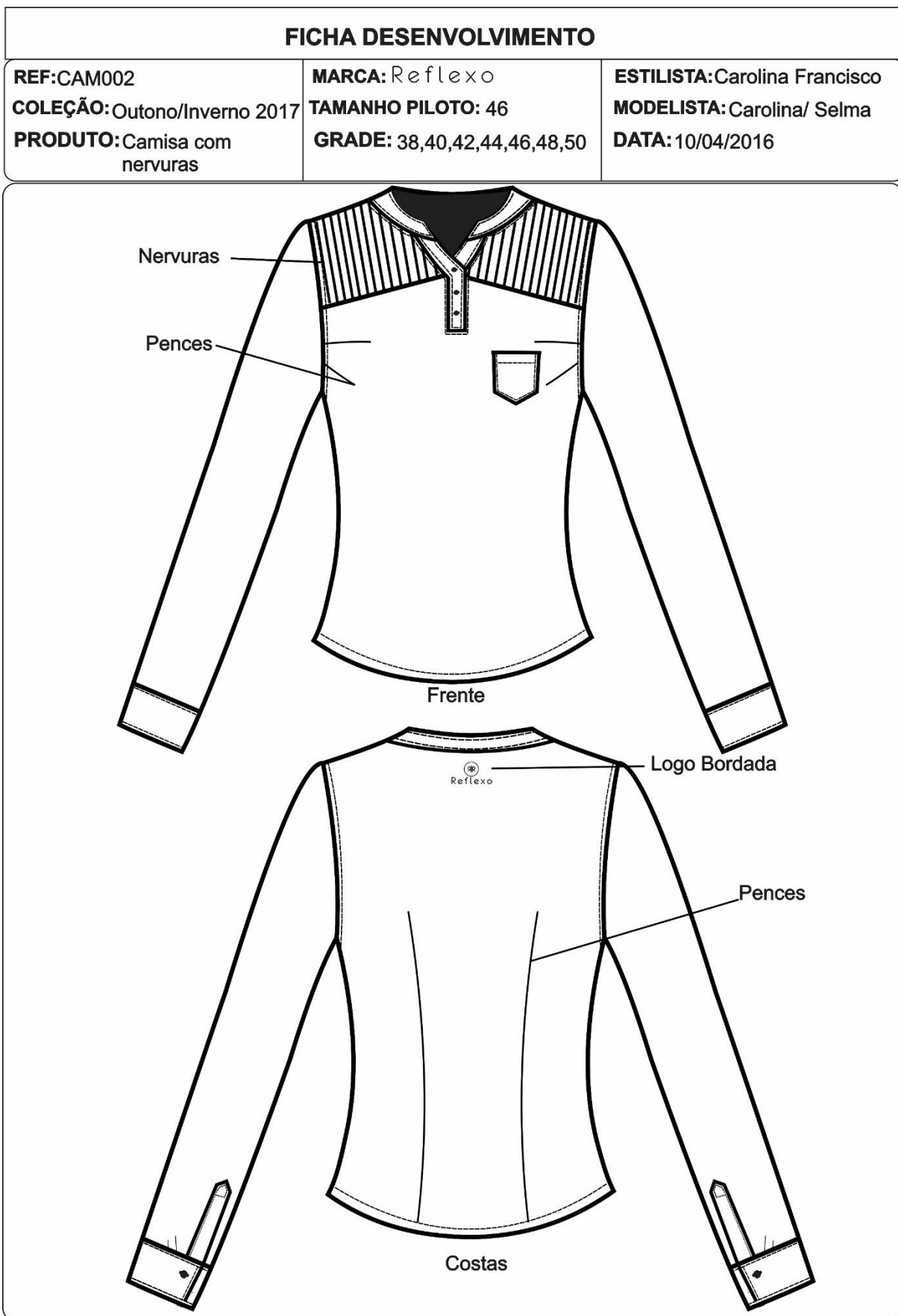


Figura 114: Ficha técnica da camisa com nervuras (folha 1)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Trama	Trama Têxtil	69% Algodão 28% Poliéster 3% Elastano	1,5	24,00
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Linha fio 50	Sancris	Cinza-0342	100m	0,24
Linha fio 36	Sancris	Azul Marinho-0714	50m	0,11
Linha fio overloque	Sancris	Cinza-0323	168 m	0,19
Botões	Bazar Tupi	Prateado	5un	0,50
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Etiqueta de composição	Reflexo	Branca	1 un	0,08
Tag	Reflexo	Preta	1 un	0,20
Sacola	Reflexo	Cinza ou preta	1 un	0,85
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				
Cor única/ Lavagem: Amaciado				

Figura 115: Ficha técnica da camisa com nervuras (folha 2)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
<b>No</b>	<b>Operação</b>	<b>Máquina</b>
1	Fazer nervuras dos recortes	Reta
2	Unir recortes	Interloque
3	Rebater recortes	Pespontadeira
4	Rebater recortes	Pespontadeira
5	Pregar vistas	Reta
6	Rebater vistas	Reta
7	Fazer pences do busto e das costas	Reta
8	Fazer boca de bolso	Pespontadeira
9	Pregar bolso	Pespontadeira
10	Fazer carcelas das mangas	Reta
11	Rebater mangas	Pespontadeira
12	Fechar laterais	Interloque
13	Pregar punhos	Reta
14	Rebater punhos	Reta
15	Pregar revel na gola	Reta
16	Rebater revel	Reta
17	Fazer barra	Reta
18	Casear	Caseadeira
19	Pregar botões após lavagem	Manual

**Figura 116: Ficha técnica da camisa com nervuras (folha 3)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

<b>BORDADO:</b> Logomarca <b>REF:</b> B001 <b>QUANT. PONTOS:</b> 1246 <b>TIPO DE PONTOS:</b> Pesponto	
<b>LOCALIZAÇÃO:</b> Pala <b>OBS:</b>	Reflexo
<b>LAVANDERIA:</b> Gerolamo-Jandaia do Sul <b>LAVAGEM:</b> Amaciado <b>VALOR:</b> 2,50 reais	

Figura 117: Ficha técnica da camisa com nervuras (folha 4)  
Fonte: Da autora (2016)



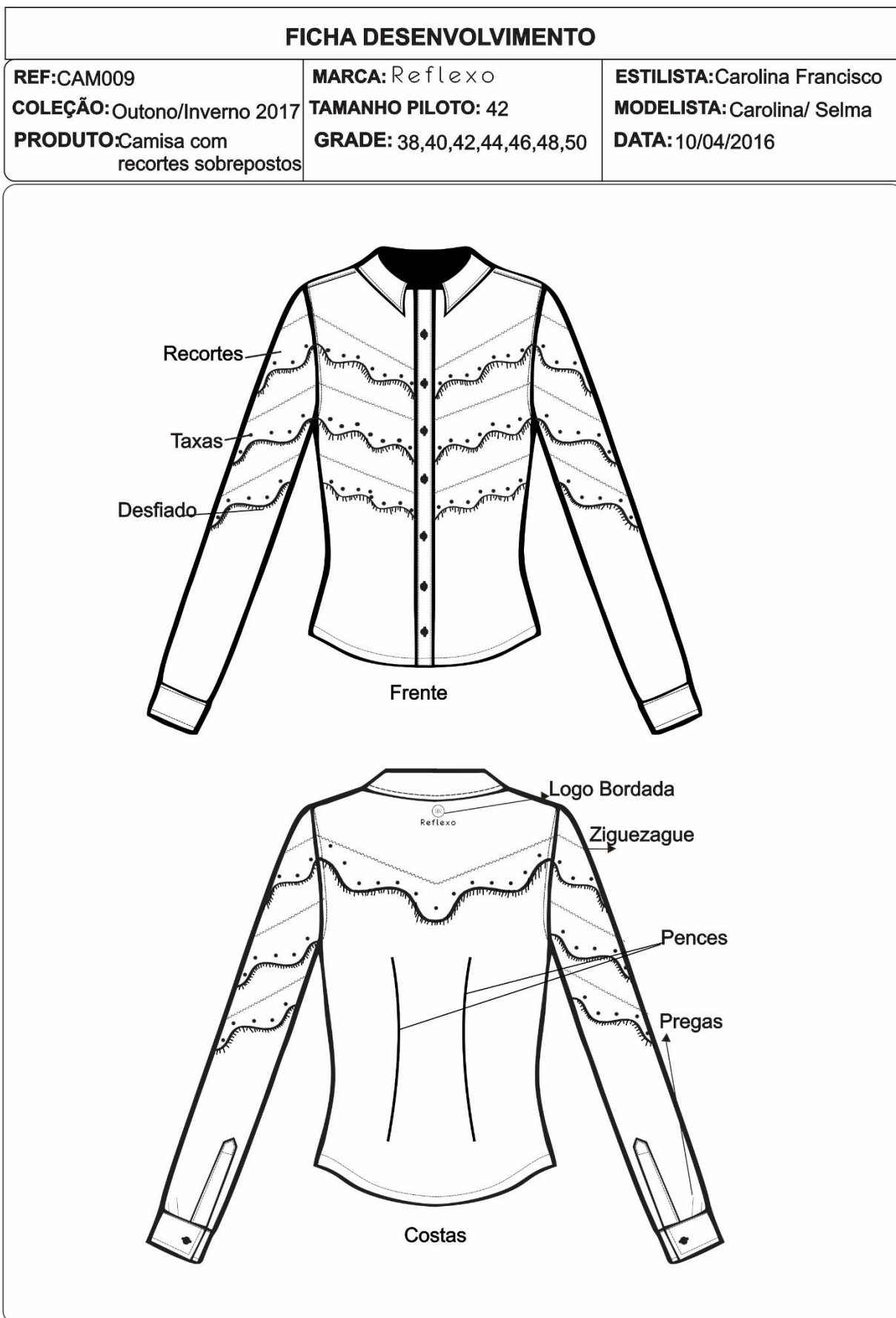


Figura 118: Ficha técnica da camisa com recortes sobrepostos (folha 1)  
 Fonte: Da autora (2016)

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
<i>Avangard Beauty</i>	Canatiba	56% Algodão 42% Poliamida 2% Elastano	2,5m	47,50
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Linha fio 50	Sancris	Cinza-0342	150 m	0,36
Linha fio 36	Sancris	Azul Marinho-0714	63m	0,15
Linha fio overloque	Sancris	Cinza-0323	195 m	0,23
Botão flexível	Eberle	Prateado	9 un	1,50
Garras	Impacto	Prateado	92 un	0,13
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Etiqueta de composição	Reflexo	Branca	1 un	0,08
Tag	Reflexo	Preta	1 un	0,20
Sacola	Reflexo	Cinza ou preta	1 un	0,85
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				
Cor única/ Lavagem: estonagem com enzimas				

**Figura 119: Ficha técnica da camisa com recortes sobrepostos (folha 2)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
<b>No</b>	<b>Operação</b>	<b>Máquina</b>
1	Passar costura ziguezague nos recortes	Ziguezague
2	Overlocar recortes	Overloque
3	Unir recortes	Ziguezague
4	Unir ombros	Interloque
5	Rebater ombros	Reta
6	Pregar mangas	Interloque
7	Rebater mangas	Reta
8	Fechar laterais	Interloque
9	Inserir vistas	Reta
10	Montar parte superior do colarinho	Reta
11	Virar parte superior do colarinho	Manual
12	Rebater	Reta
13	Pregar parte superior do colarinho na base	Reta
14	Rebater	Reta
15	Pregar colarinho na camisa	Reta
16	Rebater	Reta
17	Pregar carcelas nas mangas	Reta
18	Pregar punhos	Reta
19	Rebater punhos	Reta
20	Fazer barra	Reta
21	Casear vista e punhos	Caseadeira
22	Após lavagem, pregar botões e garras	Prensa pneumática

**Figura 120: Ficha técnica da camisa com recortes sobrepostos (folha 3)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

<b>BORDADO:</b> Logomarca <b>REF:</b> B001 <b>QUANT. PONTOS:</b> 1246 <b>TIPO DE PONTOS:</b> Pesponto	
<b>LOCALIZAÇÃO:</b> Pala <b>OBS:</b>	Reflexo
<b>LAVANDERIA:</b> UTFPR-Apucarana <b>LAVAGEM:</b> Estonagem com enzimas <b>VALOR:</b> Sem custo	

**Figura 121: Ficha técnica da camisa com recortes sobrepostos (folha 4)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

<b>FICHA DESENVOLVIMENTO</b>		
<b>REF:</b> JAQ002 <b>COLEÇÃO:</b> Outono/Inverno 2017 <b>PRODUTO:</b> Jaqueta com detalhes do avesso	<b>MARCA:</b> Reflexo <b>TAMANHO PILOTO:</b> 40 <b>GRADE:</b> 38,40,42,44,46,48,50	<b>ESTILISTA:</b> Carolina Francisco <b>MODELISTA:</b> Carolina/ Selma <b>DATA:</b> 10/04/2016
<p>The technical drawing consists of two parts: a front view (labeled 'Frente') and a back view (labeled 'Costas').</p> <p><b>Front View (Frente):</b> Shows a long-sleeved jacket with a notched collar, a button-down front, two chest pockets with buttoned flaps, and two vertical welt pockets on the lower front. Labels include 'Sobreposição com tecido do avesso' pointing to the collar and 'Bolso embutido' pointing to the side pockets.</p> <p><b>Back View (Costas):</b> Shows the back of the jacket with a ribbed hem and cuffs. Labels include 'Logo Bordada' pointing to a small 'Reflexo' logo on the upper back, 'Travetes' pointing to the sleeve cuffs, and 'Sobreposição com tecido do avesso' pointing to the ribbed hem.</p>		

Figura 122: Ficha técnica da jaqueta com detalhes do avesso (folha 1)

Fonte: Da autora (2016)

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
<i>Hiper Flex</i>	Canatiba	75% Algodão 22% Poliéster 3% Elastano	1,70	20,40
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Linha fio 36	Sancris	Palha-0387	58m	0,13
Linha fio 50	Sancris	Cinza-0342	140m	0,34
Linha fio overloque	Sancris	Cinza-0323	182 m	0,21
Botão flexível	Impacto Aviamentos	Prateado	12 un	1,50
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Etiqueta de composição	Reflexo	Branca	1 un	0,08
Tag	Reflexo	Preta	1 un	0,20
Sacola	Reflexo	Cinza ou preta	1 un	0,85
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				
Cor única/ Lavagem: <i>Destroyer</i>				

Figura 123: Ficha técnica da jaqueta com detalhes do avesso (folha 2)  
Fonte: Da autora (2016)

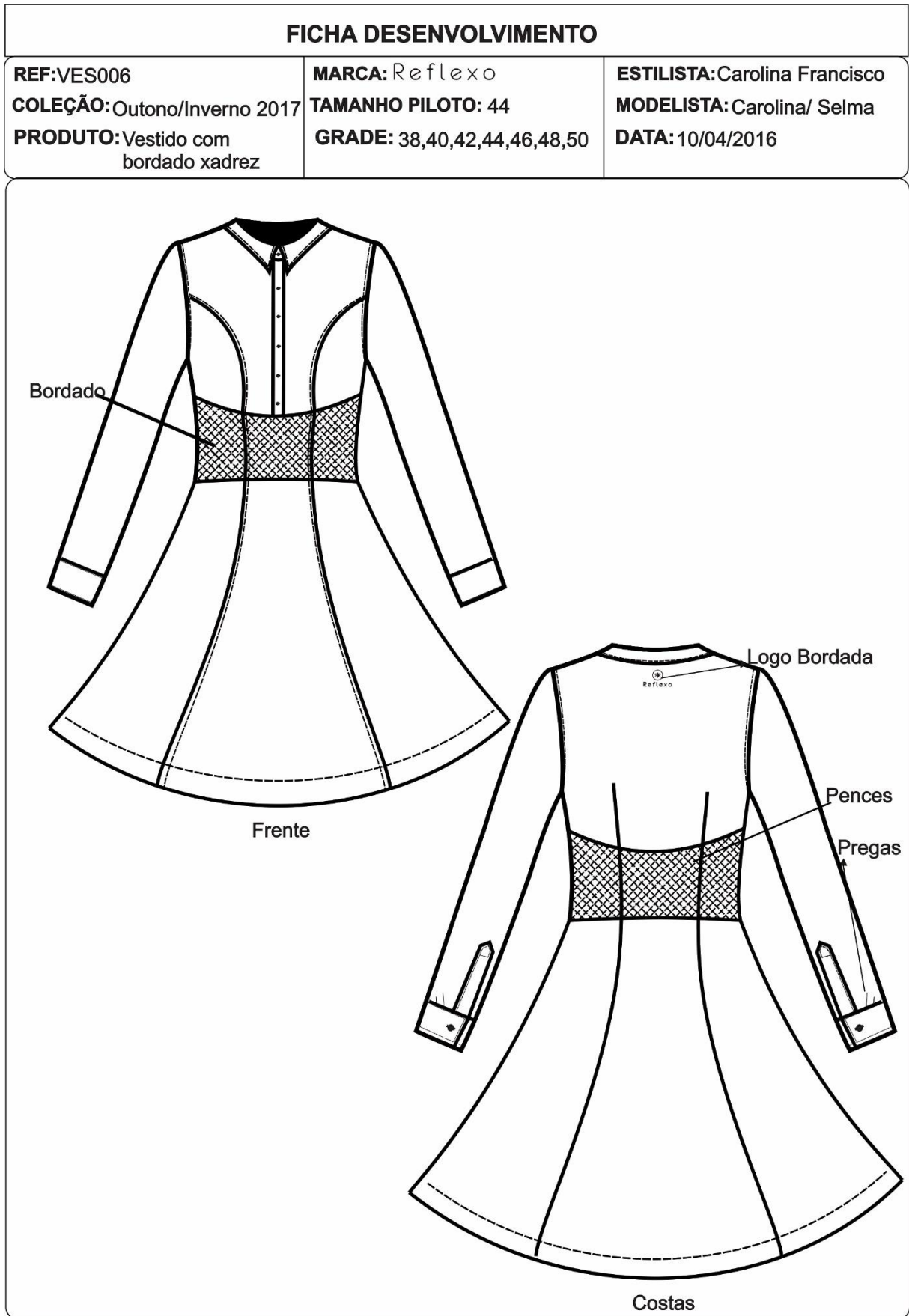
<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
<b>No</b>	<b>Operação</b>	<b>Máquina</b>
1	Unir recortes da frente e das costas	Interloque
2	Rebater recortes	Pespontadeira
3	Pregar revel de bolso social	Reta
4	Rebater bolso social	Pespontadeira
5	Interlocar bolso social	Interloque
6	Unir ombros	Interloque
7	Rebater ombros	Pespontadeira
8	Unir as folhas das mangas	Interloque
9	Rebater folhas das mangas	Pespontadeira
10	Pregar mangas	Interloque
11	Rebater mangas	Pespontadeira
12	Fechar laterais	Interloque
13	Costurar vistas	Reta
14	Fazer lapela dos bolsos	Pespontadeira
15	Pregar Bolsos	Pespontadeira
16	Pregar lapelas dos bolsos	Pespontadeira
17	Montar gola	Reta
18	Rebater gola	Pespontadeira
19	Pregar gola	Reta
20	Pregar sobreposição na gola	Pespontadeira
21	Pregar punhos	Máquina de cócs
22	Fazer acabamento de punhos	Reta
23	Pregar sobreposição nos punhos	Pespontadeira
24	Casear vista, punhos e lapelas	Caseadeira de olho
25	Pregar botões após lavagem	Prensa pneumática

**Figura 124: Ficha técnica da jaqueta com detalhes do avesso (folha 3)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

<b>BORDADO:</b> Logomarca <b>REF:</b> B001 <b>QUANT. PONTOS:</b> 1246 <b>TIPO DE PONTOS:</b> Pesponto	
<b>LOCALIZAÇÃO:</b> Pala <b>OBS:</b>	Reflexo
<b>LAVANDERIA:</b> Gerolamo - Jandaia do Sul <b>LAVAGEM:</b> <i>Destroyer</i> <b>VALOR:</b> 4,00 reais	

Figura 125: Ficha técnica da jaqueta com detalhes do avesso (folha 4)  
Fonte: Da autora (2016)





**Figura 126: Ficha técnica do vestido com bordado xadrez (folha 1)**  
 Fonte: Da autora (2016)

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
<i>Skiny Denim Megaflex</i>	Canatiba	98% Algodão 2% Elastano	1,87m	23,37
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Linha fio 36	Sancris	Azul marinho-0714	40 m	0,10
Linha fio 50	Sancris	Cinza-0342	181m	0,47
Linha fio overloque	Sancris	Cinza-0323	246 m	0,33
Linha fio 36	Sancris	Palha-0387	35m	0,09
Botão flexível	Eberle	Prateado	7un	1,50
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Etiqueta de composição	Reflexo	Branca	1 un	0,08
Tag	Reflexo	Preta	1 un	0,20
Sacola	Reflexo	Cinza ou preta	1 un	0,85
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				
Cor única/ Lavagem: Estonagem com enzimas				

Figura 127: Ficha técnica do vestido com bordado xadrez (folha 2)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
<b>No</b>	<b>Operação</b>	<b>Máquina</b>
1	Fazer pences nas partes das costas	Reta
2	Unir recortes da saia	Interloque
3	Rebater recortes	Pespontadeira
4	Fazer vistas	Pespontadeira
5	Unir partes da saia com recortes da cintura e superior	Interloque
6	Rebater recortes	Pespontadeira
7	Unir ombros	Interloque
8	Rebater ombros	Pespontadeira
9	Pregar carcelas nas mangas	Reta
10	Pregar mangas	Interloque
11	Rebater mangas	Pespontadeira
12	Overlocar partes da lateral esquerda	Overloque
13	Pregar zíper na lateral esquerda	Reta
14	Fechar lateral esquerda	Reta
15	Fechar lateral direita	Interloque
16	Pregar punhos	Reta
17	Rebater punhos	Pespontadeira
18	Montar colarinho	Reta
19	Rebater colarinho	Pespontadeira
20	Pregar colarinho	Reta
21	Fazer barra	Reta
22	Casear	Caseadeira
23	Pregar botões após lavagem	Prensa pneumática

**Figura 128: Ficha técnica do vestido com bordado xadrez (folha 3)**  
**Fonte: Da autora (2016)**



<p><b>BORDADO:</b> Logomarca <b>REF:</b> B001 <b>QUANT. PONTOS:</b> 1246 <b>TIPO DE PONTOS:</b> Pesponto</p> <p><b>LOCALIZAÇÃO:</b> Pala <b>OBS:</b></p>	  <b>Reflexo</b>
<p><b>BORDADO:</b> Xadrez <b>REF:</b> B004 <b>QUANT. PONTOS:</b> 2684 <b>TIPO DE PONTOS:</b> Pesponto</p> <p><b>LOCALIZAÇÃO:</b> Cintura <b>OBS:</b></p>	  <b>Reflexo</b>
<p><b>LAVANDERIA:</b> UTFPR- Apucarana <b>LAVAGEM:</b> Estonagem com enzimas <b>VALOR:</b> sem custo</p>	

Figura 129: Ficha técnica do vestido com bordado xadrez (folha 4)

Fonte: Da autora (2016)

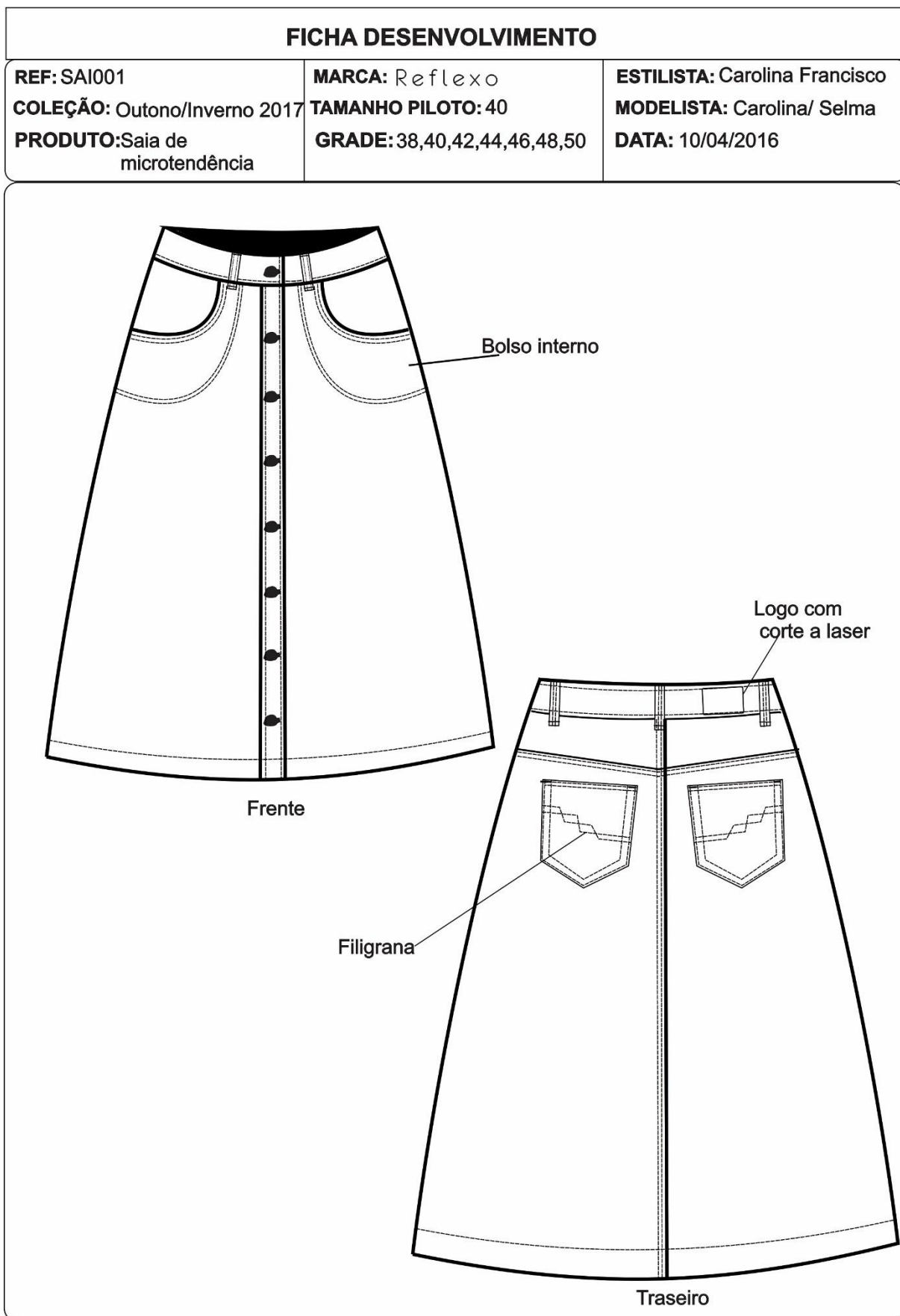


Figura 130: Ficha técnica da saia de microtendência (folha 1)  
Fonte: Da autora (2016)

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
<i>Hiper Flex</i>	Canatiba	75% Algodão 22% Poliéster 3% Elastano	1m	12,00
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Linha fio 36	Sancris	Palha-0387	50m	0,11
Linha fio 50	Sancris	Cinza-0342	100m	0,24
Linha fio overloque	Sancris	Cinza-0323	195 m	0,23
Botão flexível	Impacto	Prateado	8 un	1,50
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Etiqueta de composição	Reflexo	Branca	1 un	0,08
Tag	Reflexo	Preta	1 un	0,20
Sacola	Reflexo	Cinza ou preta	1 un	0,85
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				
Cor única/ Lavagem: <i>Destroyer</i>				

Figura 131: Ficha técnica da saia de microtendência (folha 2)  
 Fonte: Da autora (2016)

<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
<b>No</b>	<b>Operação</b>	<b>Máquina</b>
1	Pregar revel	Reta
2	Overlocar revel	Overloque
3	Rebater revel do bolso frente	Pespontadeira
4	Pregar bolsos da frente	Pespontadeira
5	Costurar vistas	Reta
6	Pregar palas nas partes do traseiro	Fechador ponto corrente
7	Rebater revel de zíper	Reta
8	Unir partes do traseiro	Fechador ponto corrente
9	Overlocar gancho frente	Overloque
10	Costurar boca de bolsos traseiros	Pespontadeira
11	Fazer filigrana de bolsos	Reta
12	Pregar bolsos traseiros	Fechador ponto corrente
13	Rebater laterais	Pespontadeira
14	Pregar cóis	Pregador de cóis
15	Fazer pontas de cóis	Reta
16	Fazer passadores	Galoneira
17	Pregar passadores	Travete
18	Fazer travetes para reforço	Travete
19	Fazer barra	Reta
20	Casear	Caseadeira de olho
21	Pregar botões	Prensa pneumática

**Figura 132: Ficha técnica da saia de microtendência (folha 3)**  
**Fonte: Da autora (2016)**

**BORDADO:** Filigrana

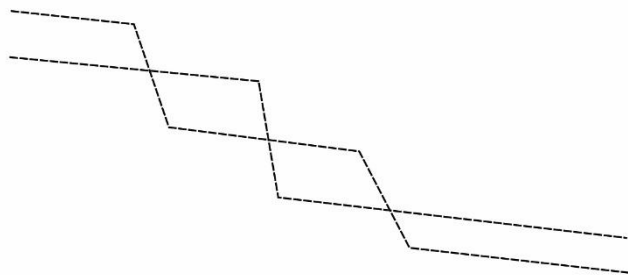
**REF:**B002

**QUANT. PONTOS:** 234

**TIPO DE PONTOS:** Pesponto

**LOCALIZAÇÃO:** Bolso traseiro

**OBS:** Filigrana com dois fios de linha



**LAVANDERIA:** Gerolamo - Jandaia do Sul

**LAVAGEM:** Destroyer

**VALOR:** 4,00 reais

**Figura 133: Ficha técnica da saia de microtendência (folha 4)**

**Fonte:** Da autora (2016)



5.8 PRANCHAS DOS LOOKS CONFECCIONADOS

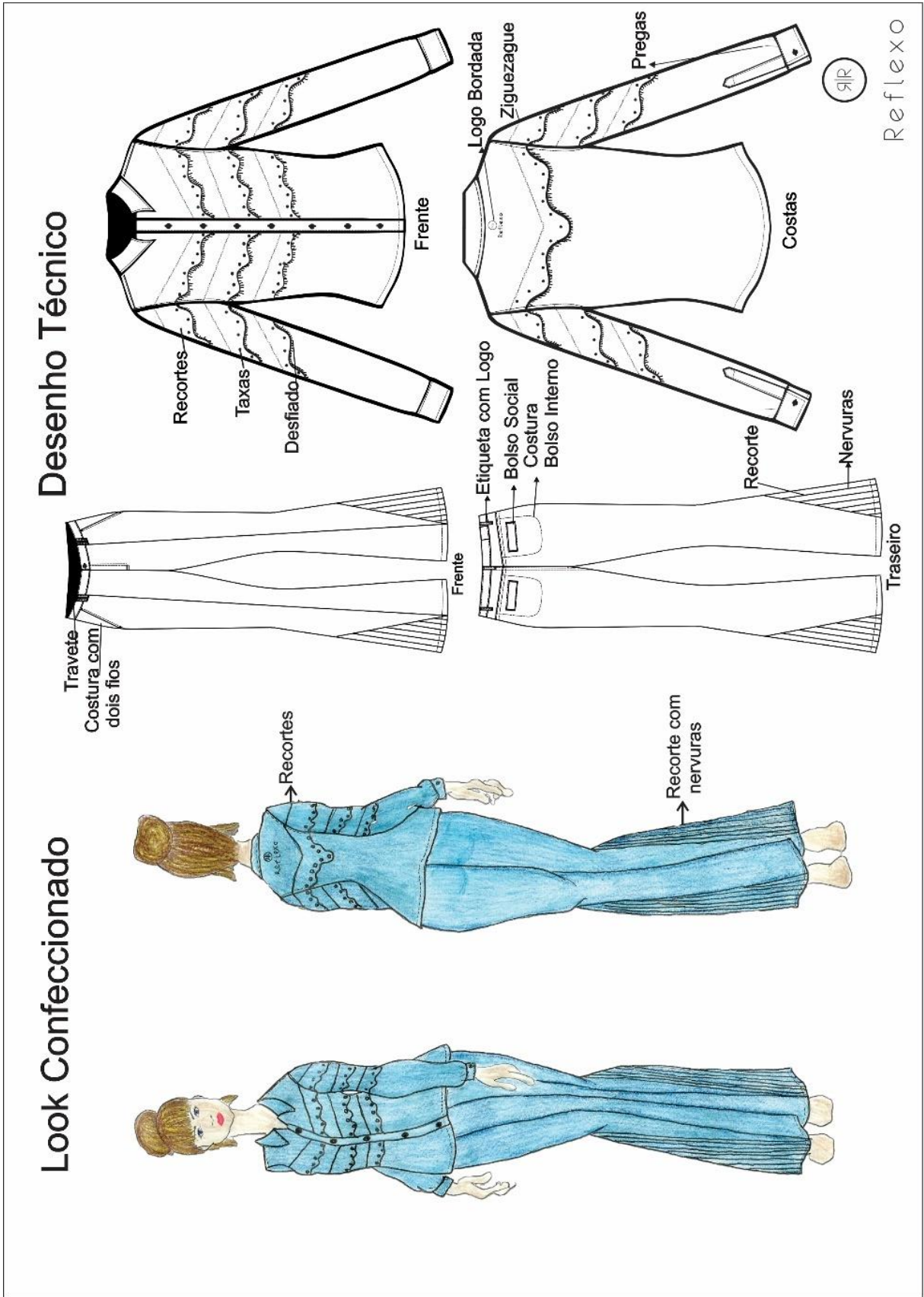


Figura 134: Prancha do look 1  
 Fonte: Da autora (2016)

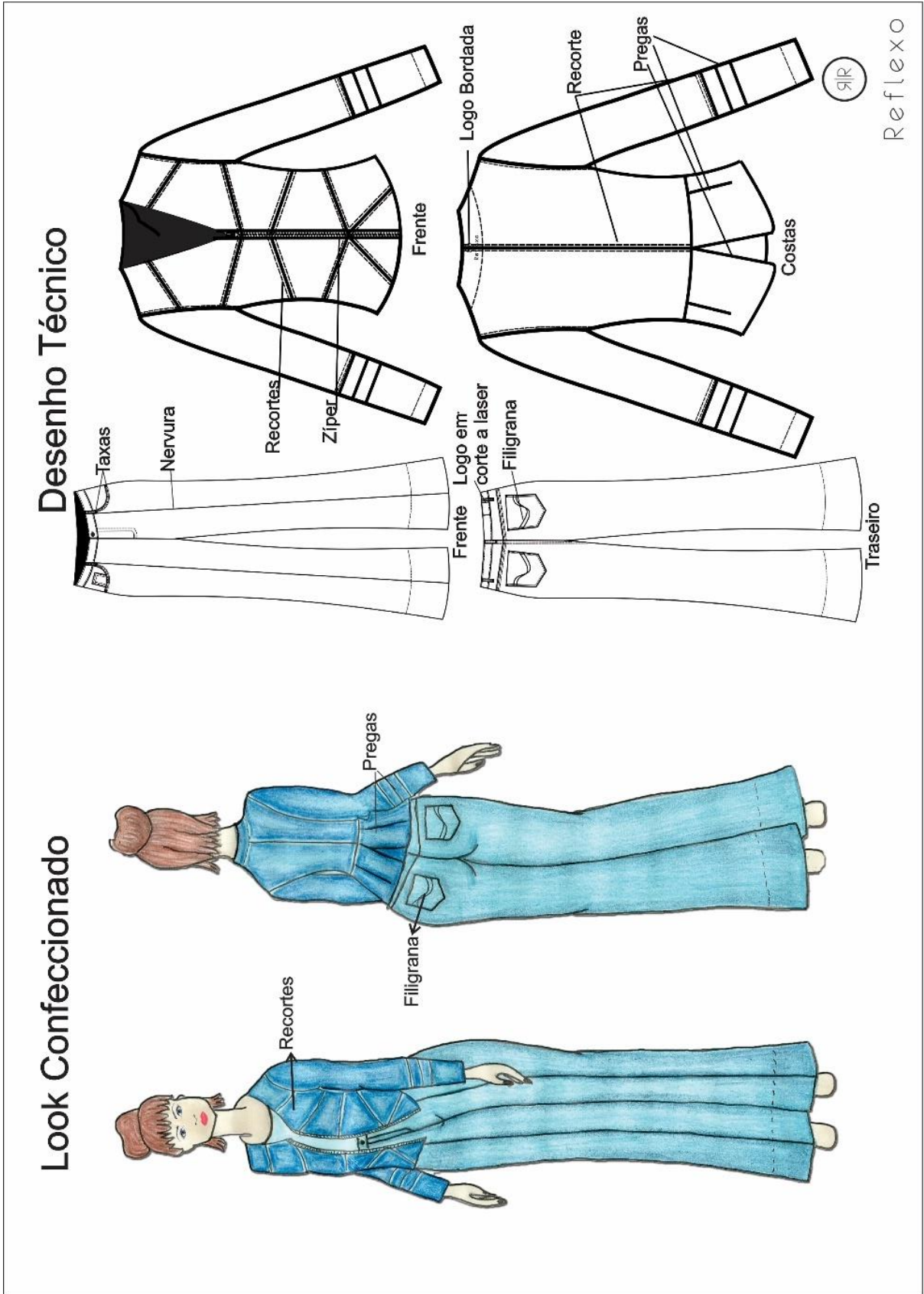


Figura 135: Prancha do look 2  
 Fonte: Da autora (2016)

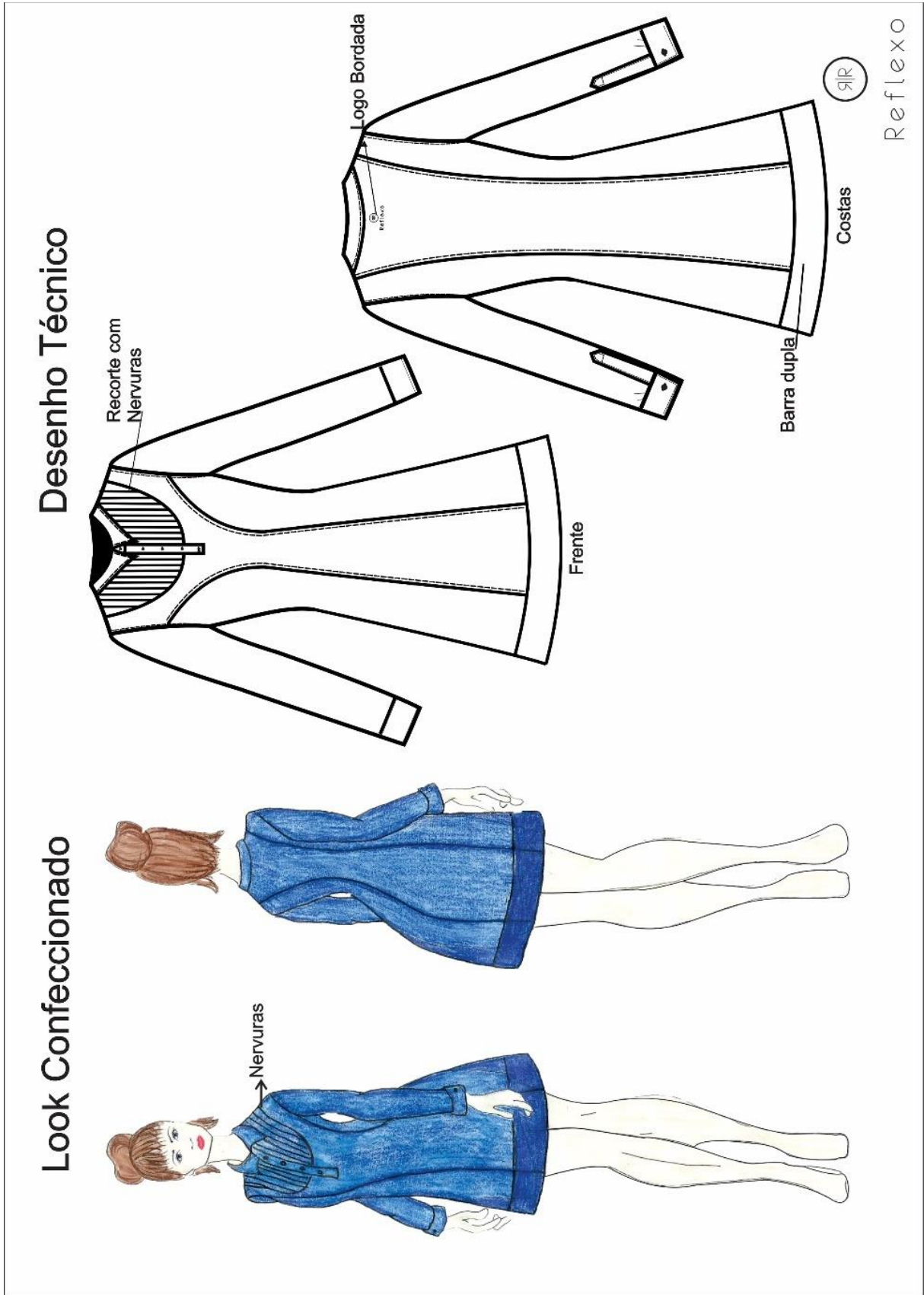


Figura 136: Prancha do *look 3*  
 Fonte: Da autora (2016)

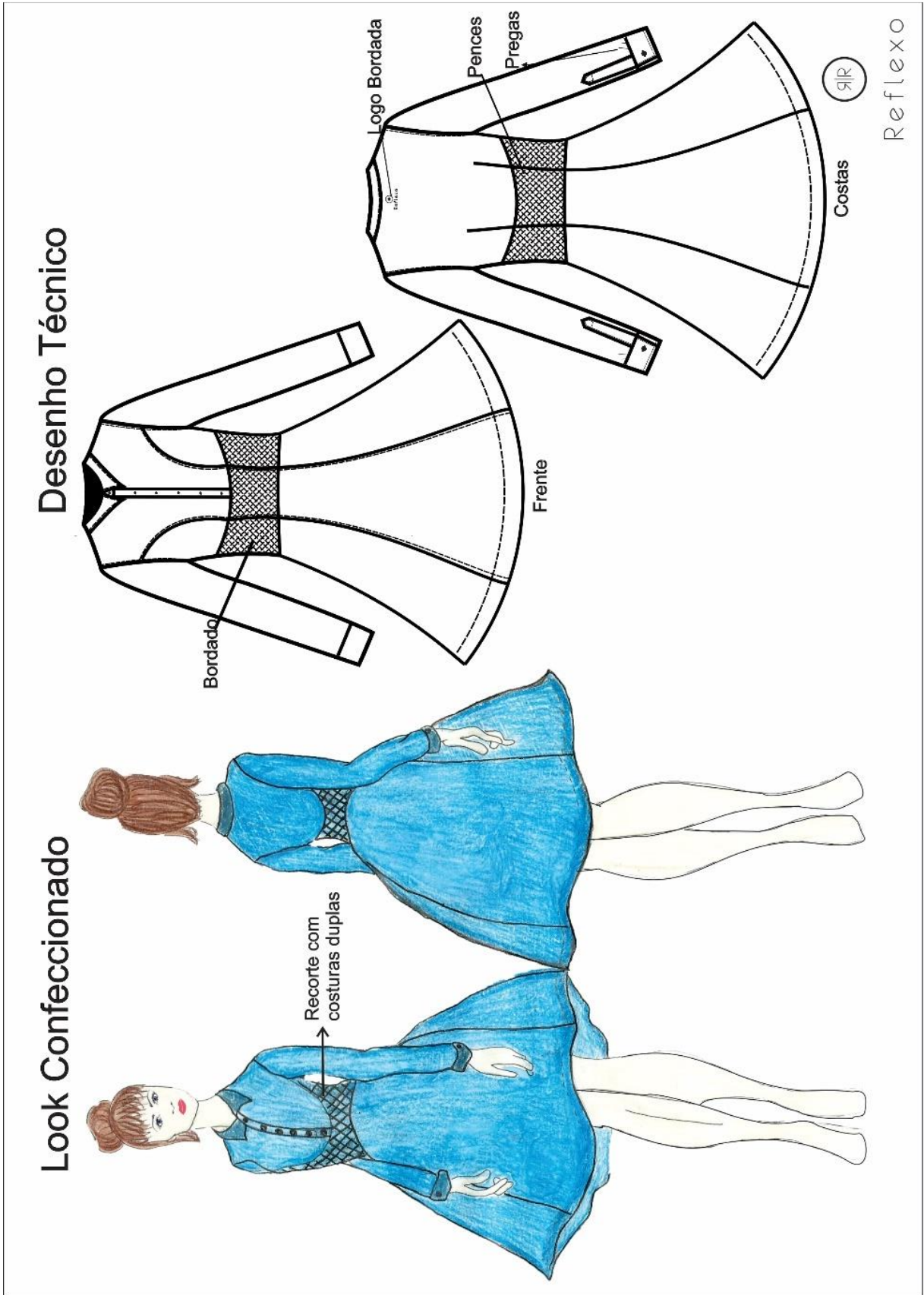


Figura 137: Prancha do look 4  
Fonte: Da autora (2016)

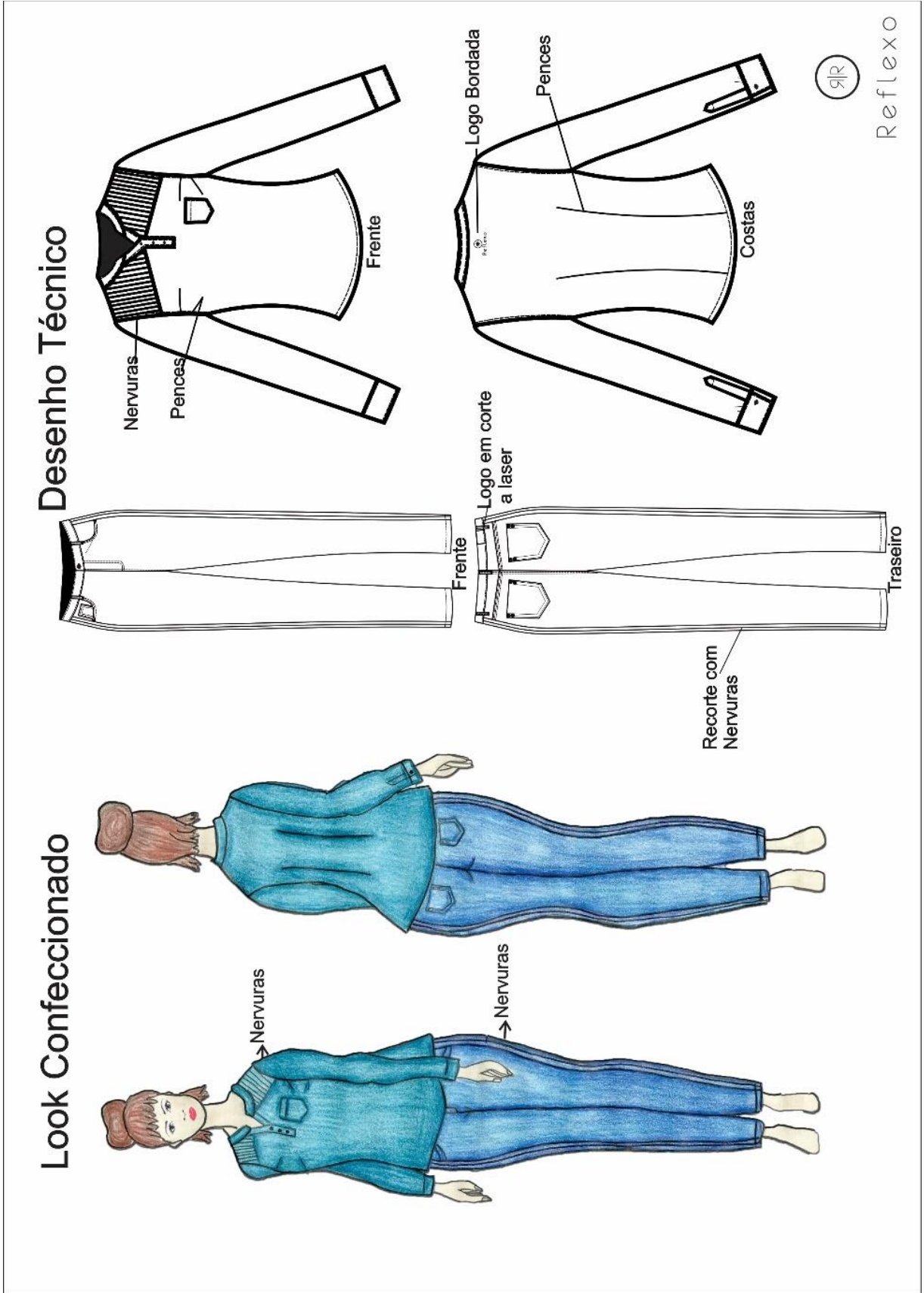


Figura 138: Prancha do look 5  
Fonte: Da autora (2016)

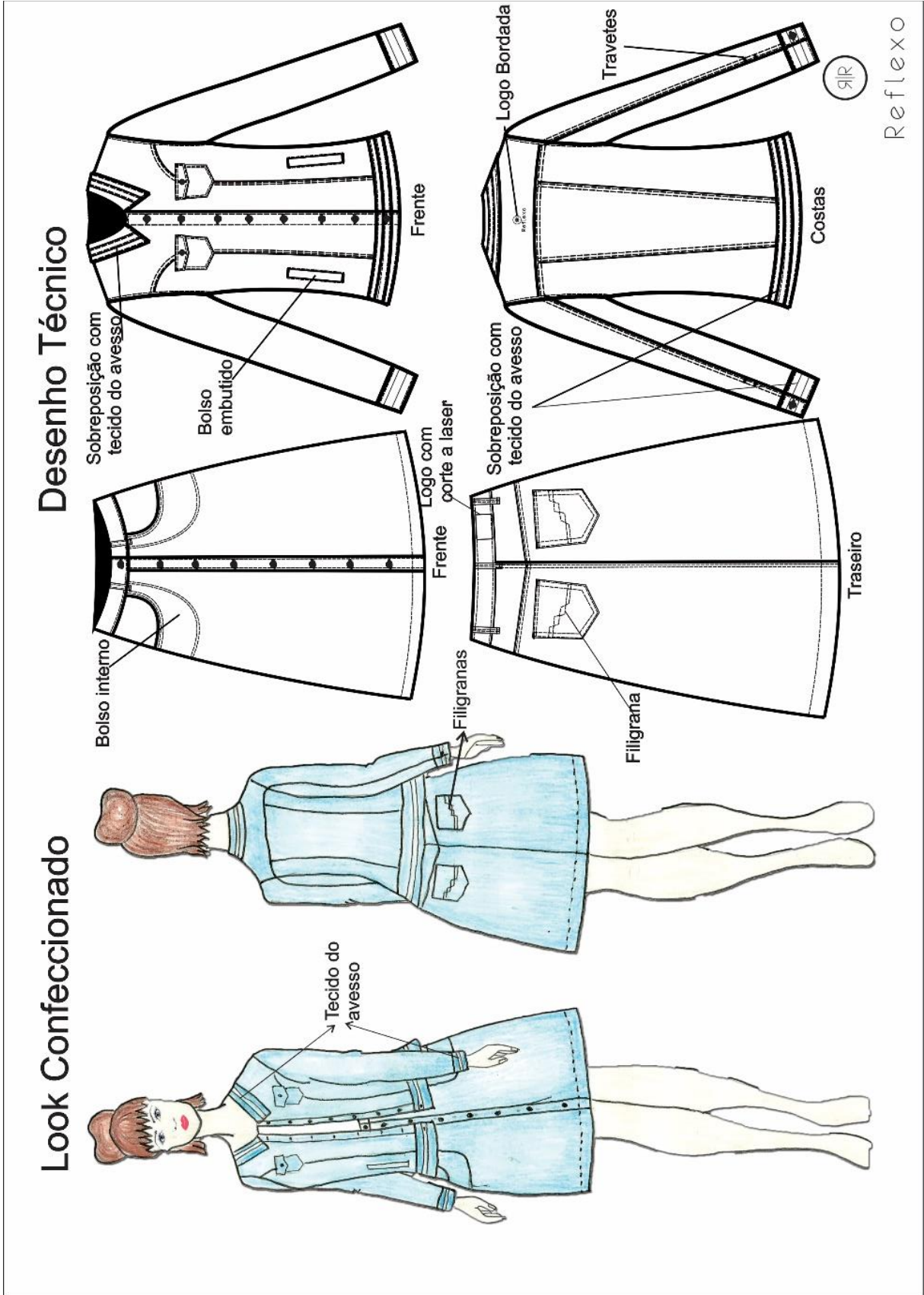


Figura 139: Prancha do look 6  
 Fonte: Da autora (2016)

## 5.9 LOOKS CONFECCIONADOS



**Figura 140: Look confeccionado 1 (frente, perfil e costas)**  
Fonte: Da autora (2016)



**Figura 141: Look confeccionado 2 (frente, perfil e costas)**  
Fonte: Da autora (2016)



**Figura 142: Look confeccionado 3 (frente, perfil e costas)**  
Fonte: Da autora (2016)



**Figura 143: Look confeccionado 4 (frente, perfil e costas)**  
Fonte: Da autora (2016)





**Figura 144: Look confeccionado 5 (frente, perfil e costas)**  
Fonte: Da autora (2016)



**Figura 145: Look confeccionado 6 (frente, perfil e costas)**  
Fonte: Da autora (2016)

## 5.10 DOSSIÊ ELETRÔNICO



Figura 146: Site página inicial  
Fonte: Adaptado de Wix (2016)



Figura 147: Site (sobre a marca)  
Fonte: Adaptado de Wix (2016)

REFLEXO    HOME    SOBRE    COLEÇÃO    COMPRAR    ATENDIMENTO

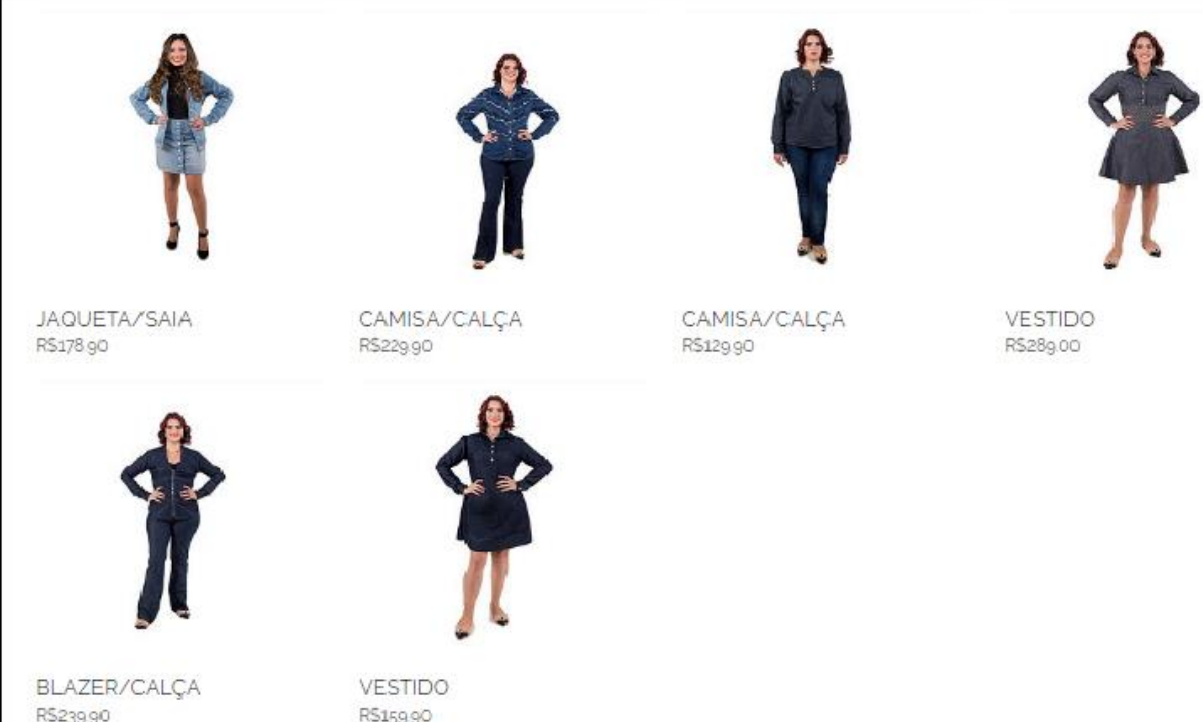
## COLEÇÃO: LUZ DE INVERNO

A coleção outono/inverno 2017 da REFLEXO foi inspirada nas boas energias da natureza, a fim de trazer sensações de tranquilidade e paz interior. Conectando a tecnologia com elementos naturais, a coleção busca trazer aos *looks* pequenos pontos luminosos através de metais e lavagens. Surge então o nome "Luz de Inverno".



**Figura 148: Site (coleção)**  
 Fonte: Adaptado de Wix (2016)

REFLEXO    HOME    SOBRE    COLEÇÃO    COMPRAR    ATENDIMENTO



<p>JAQUETA/SAIA R\$178,90</p>	<p>CAMISA/CALÇA R\$229,90</p>	<p>CAMISA/CALÇA R\$129,90</p>	<p>VESTIDO R\$289,00</p>
<p>BLAZER/CALÇA R\$239,90</p>	<p>VESTIDO R\$159,90</p>		

**Figura 149: Site (comprar)**  
 Fonte: Adaptado de Wix (2016)

REFLEXO

HOME    SOBRE    COLEÇÃO    COMPRAR    ATENDIMENTO

3

## ENTRE EM CONTATO CONOSCO!

OU NOS MANDE UMA MENSAGEM:

ENIVE UM E-MAIL PARA:  
**@reflexocomerce**

Nome

E-mail

Assunto

Mensagem

**Enviar**

FAÇA PARTE

Faça parte da nossa lista de emails  
Nunca perca uma atualização

PRECISA DE AJUDA?  
(11)3145-4500  
reflexocomerce@gmail.com

**Figura 150: Site (atendimento)**  
**Fonte: Adaptado de Wix (2016)**

## 5.10.1 Catálogo Impresso

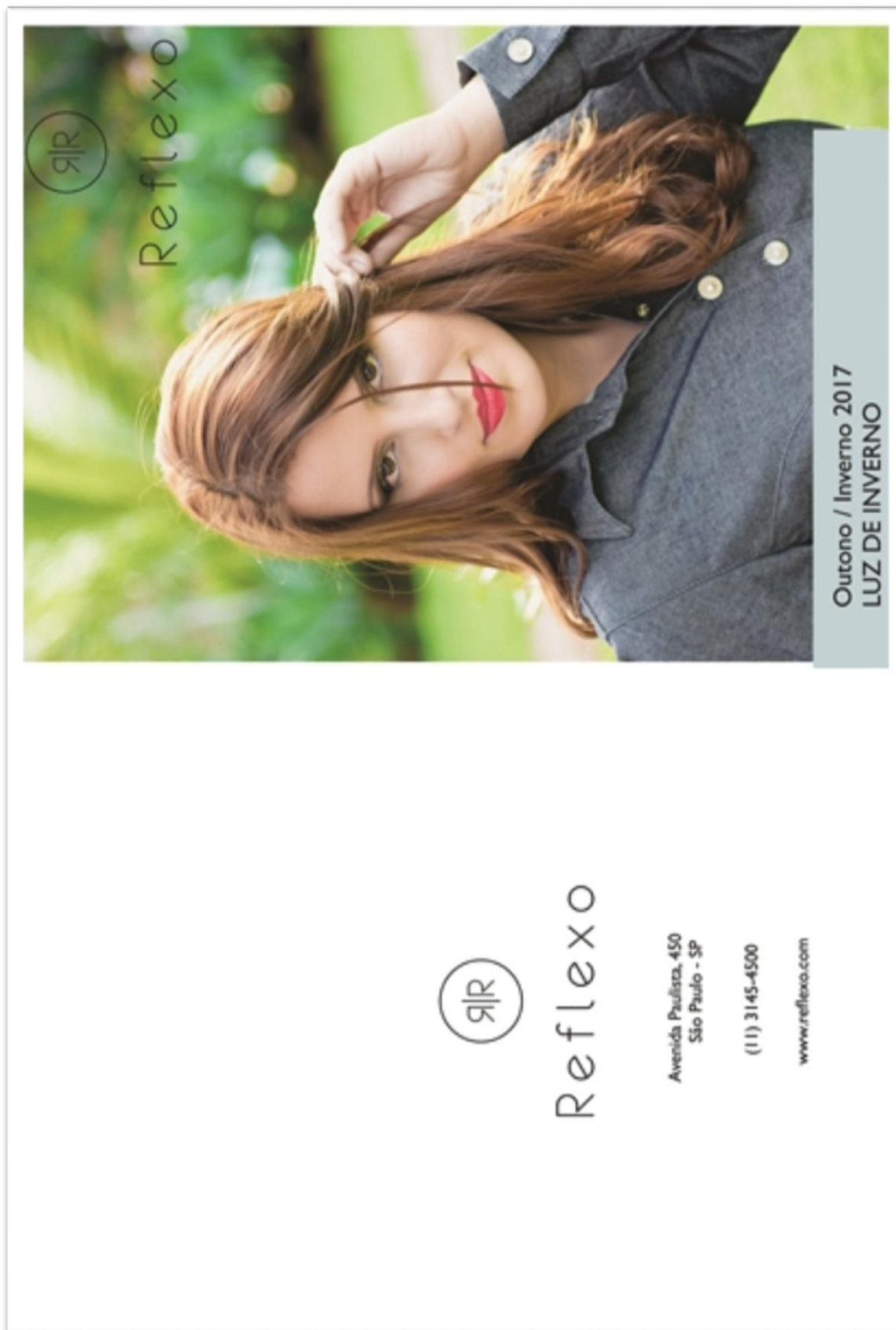
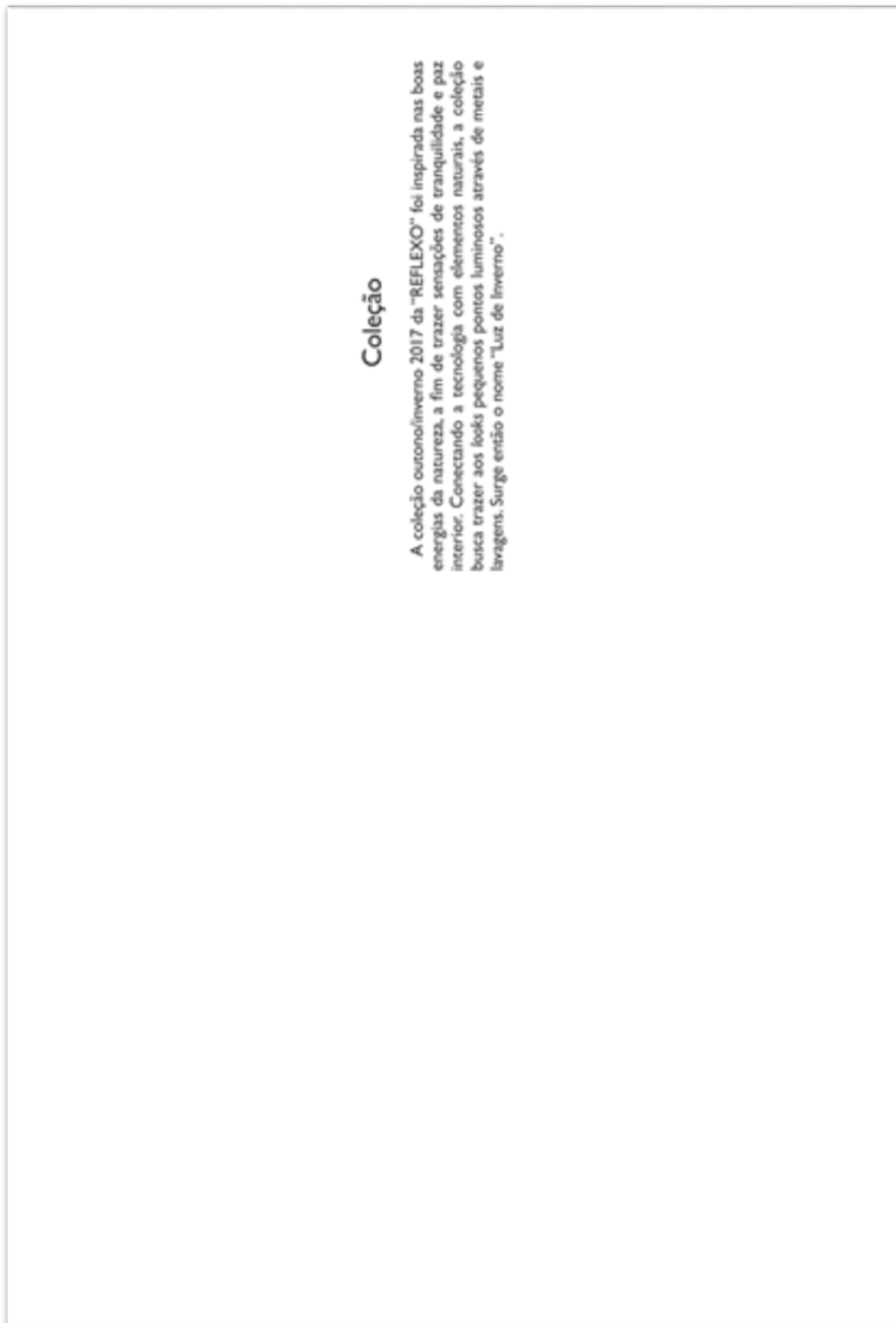


Figura 151: Catálogo impresso (contracapa e capa)  
Fonte: Da autora (2016)



**Figura 152: Catálogo impresso (verso da capa e página 1)**  
**Fonte: Da autora (2016)**



Figura 153: Catálogo impresso páginas 2 e 3  
Fonte: Da autora (2016)

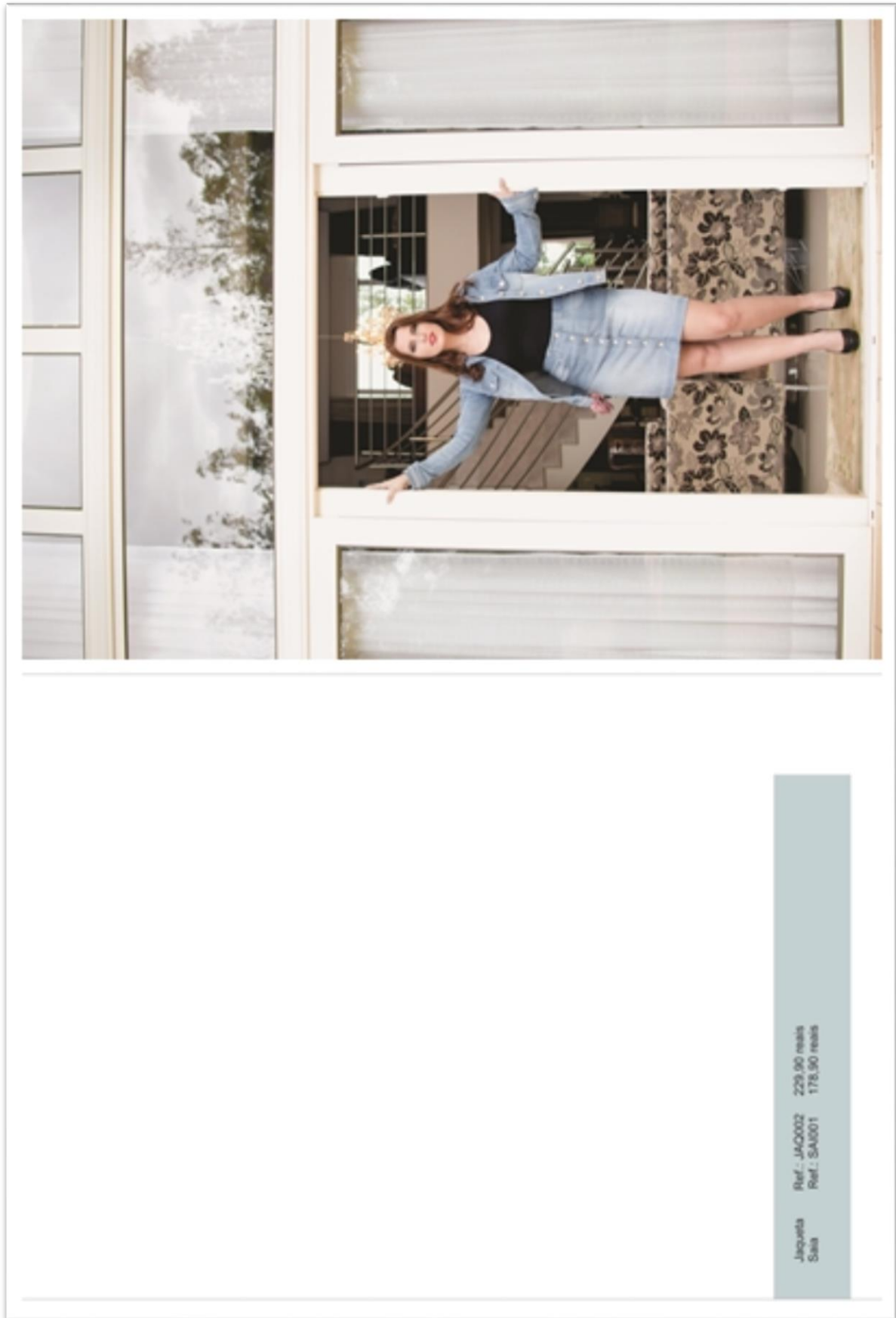


Figura 154: Catálogo impresso páginas 4 e 5  
Fonte: Da autora (2016)





Figura 155: Catálogo impresso páginas 6 e 7  
Fonte: Da autora (2016)

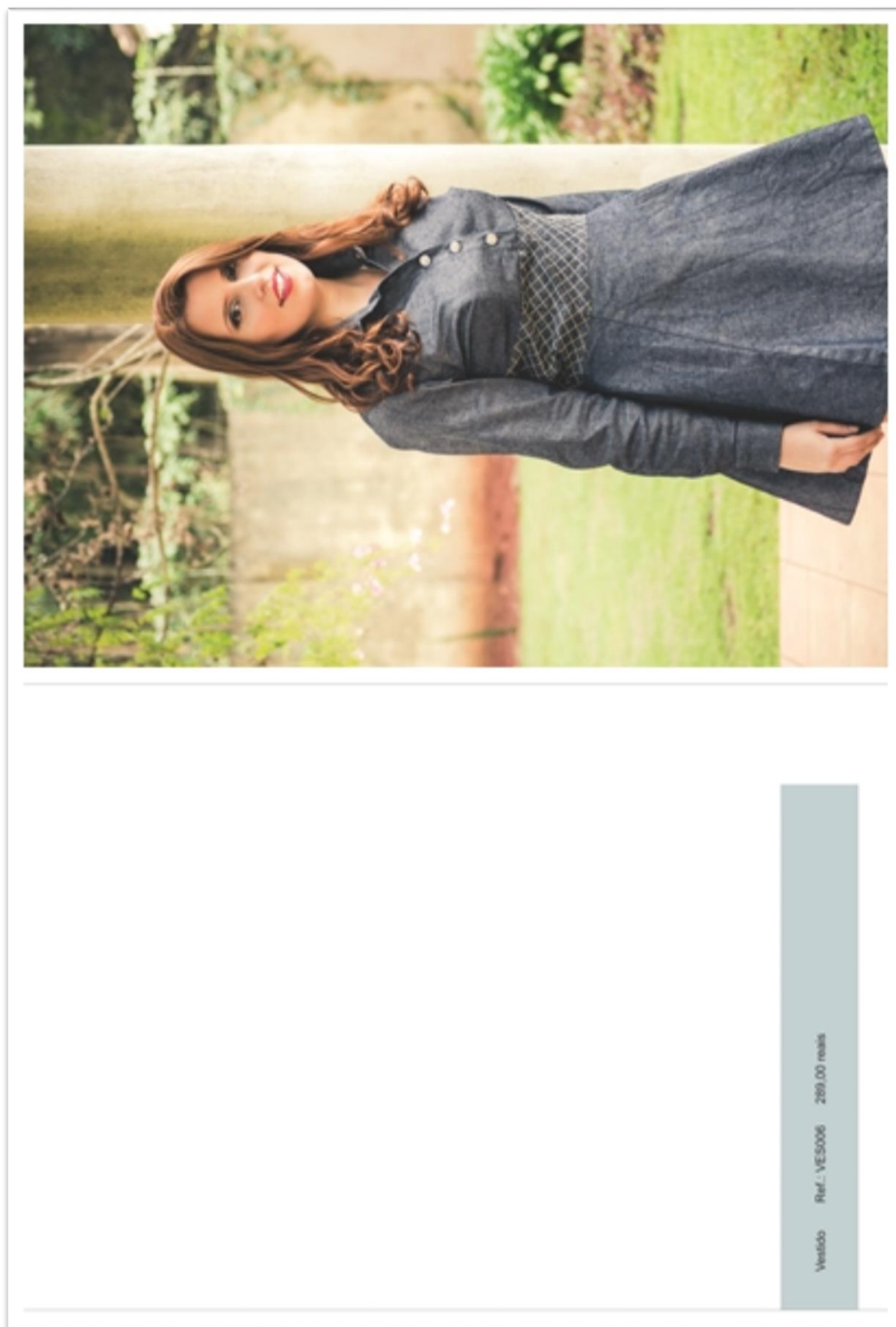


Figura 156: Catálogo impresso páginas 8 e 9  
Fonte: Da autora (2016)

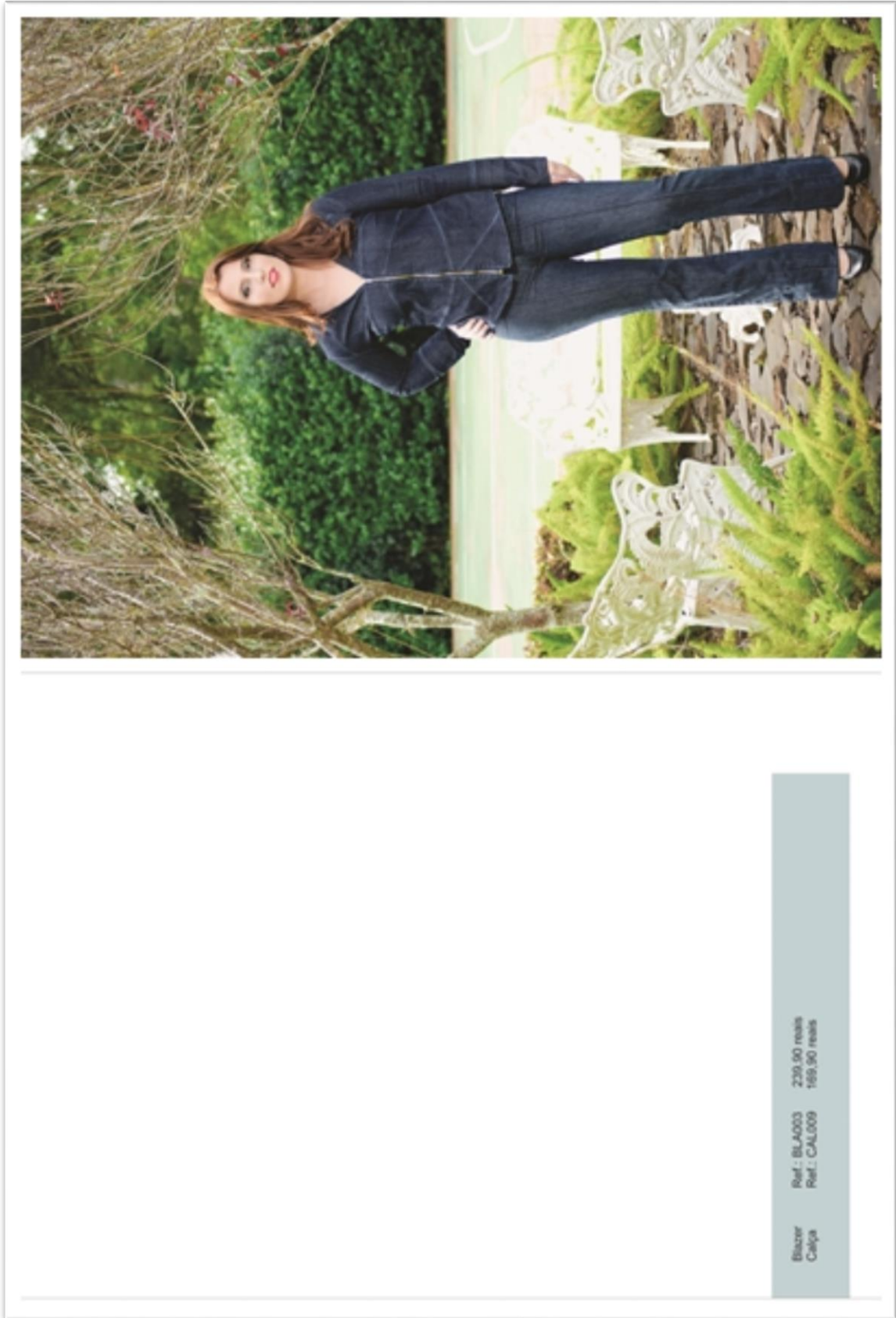


Figura 157: Catálogo impresso páginas 10 e 11  
Fonte: Da autora (2016)

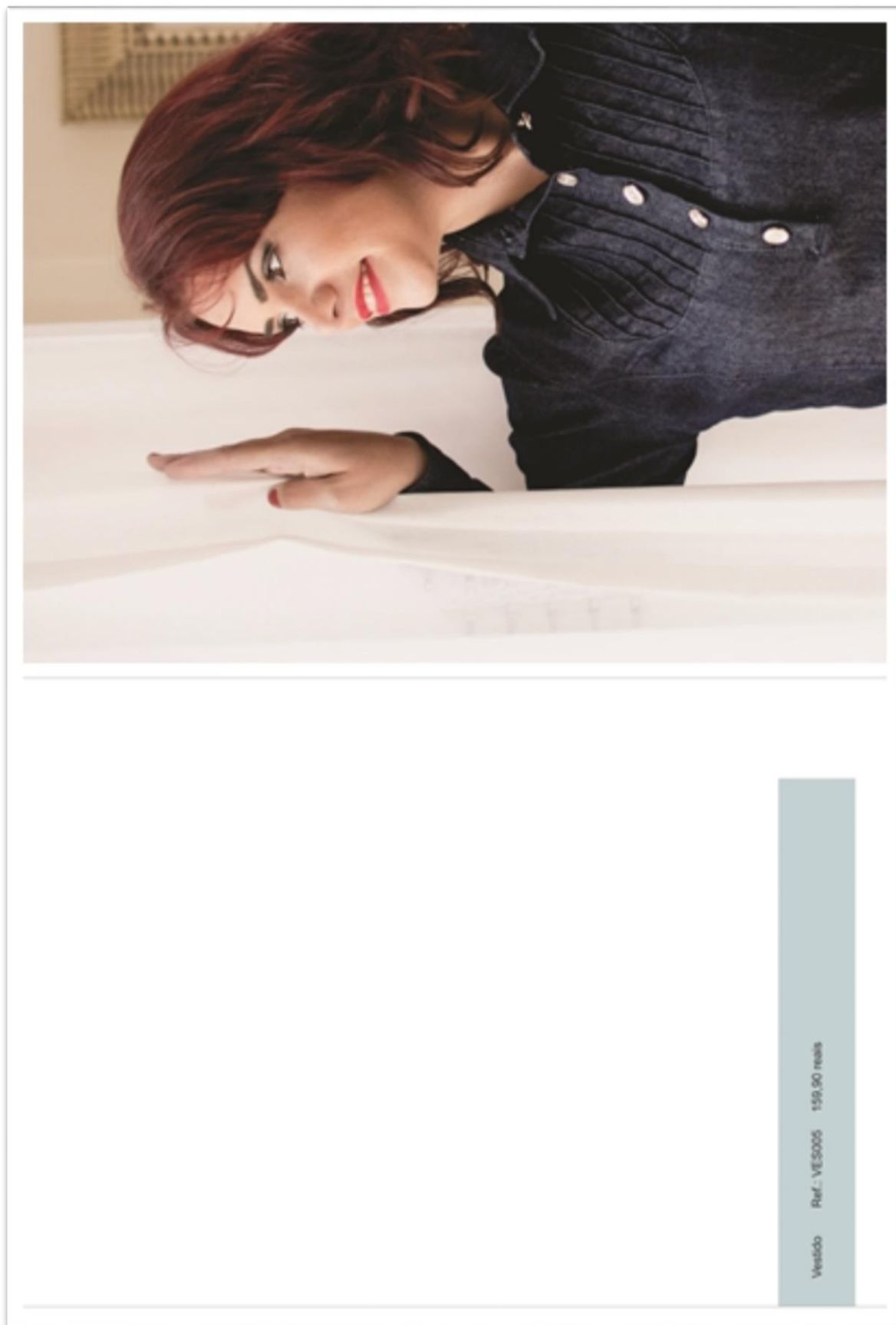


Figura 158: Catálogo impresso páginas 12 e 13  
Fonte: Da autora (2016)

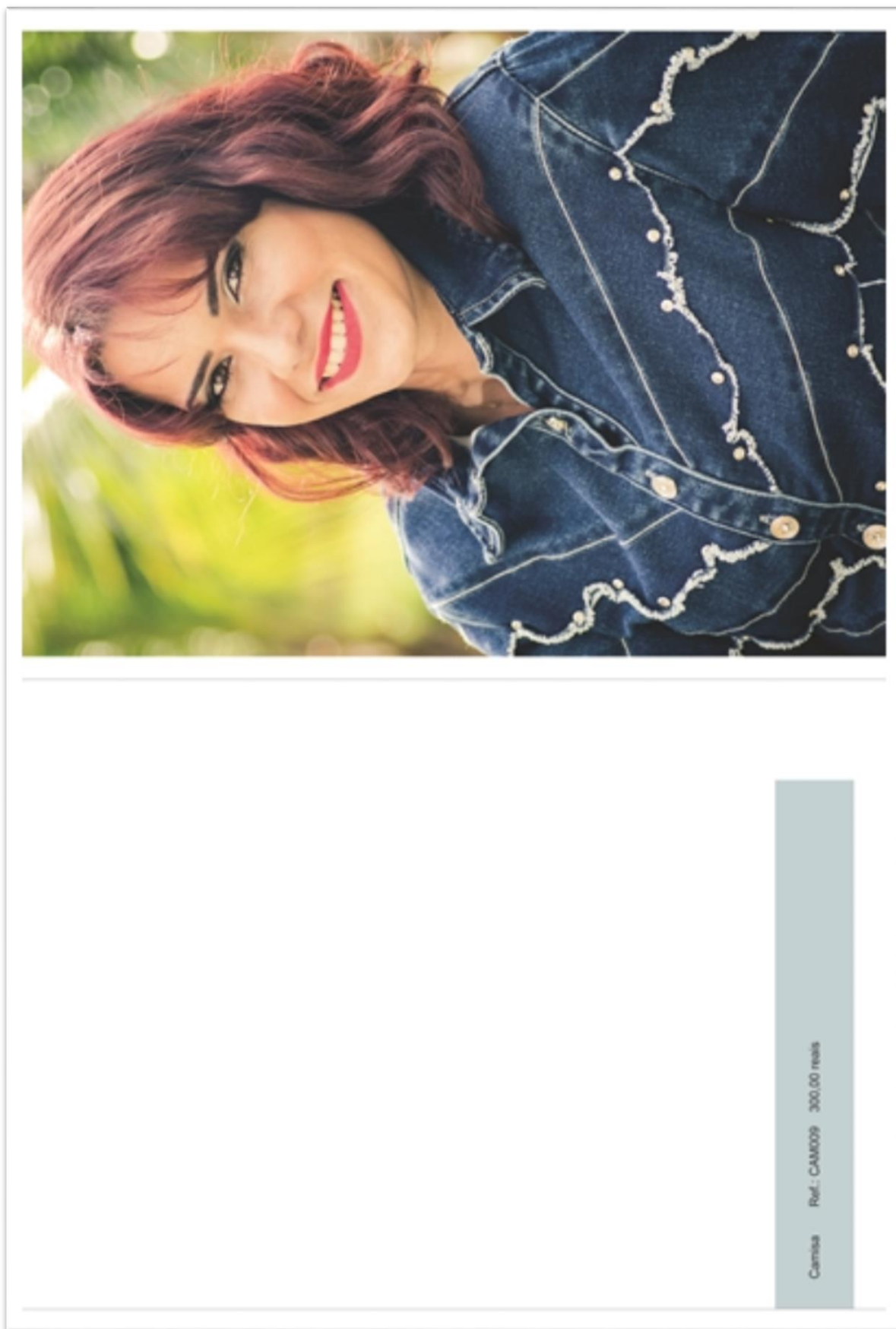


Figura 159: Catálogo impresso páginas 14 e15  
Fonte: Da autora (2016)

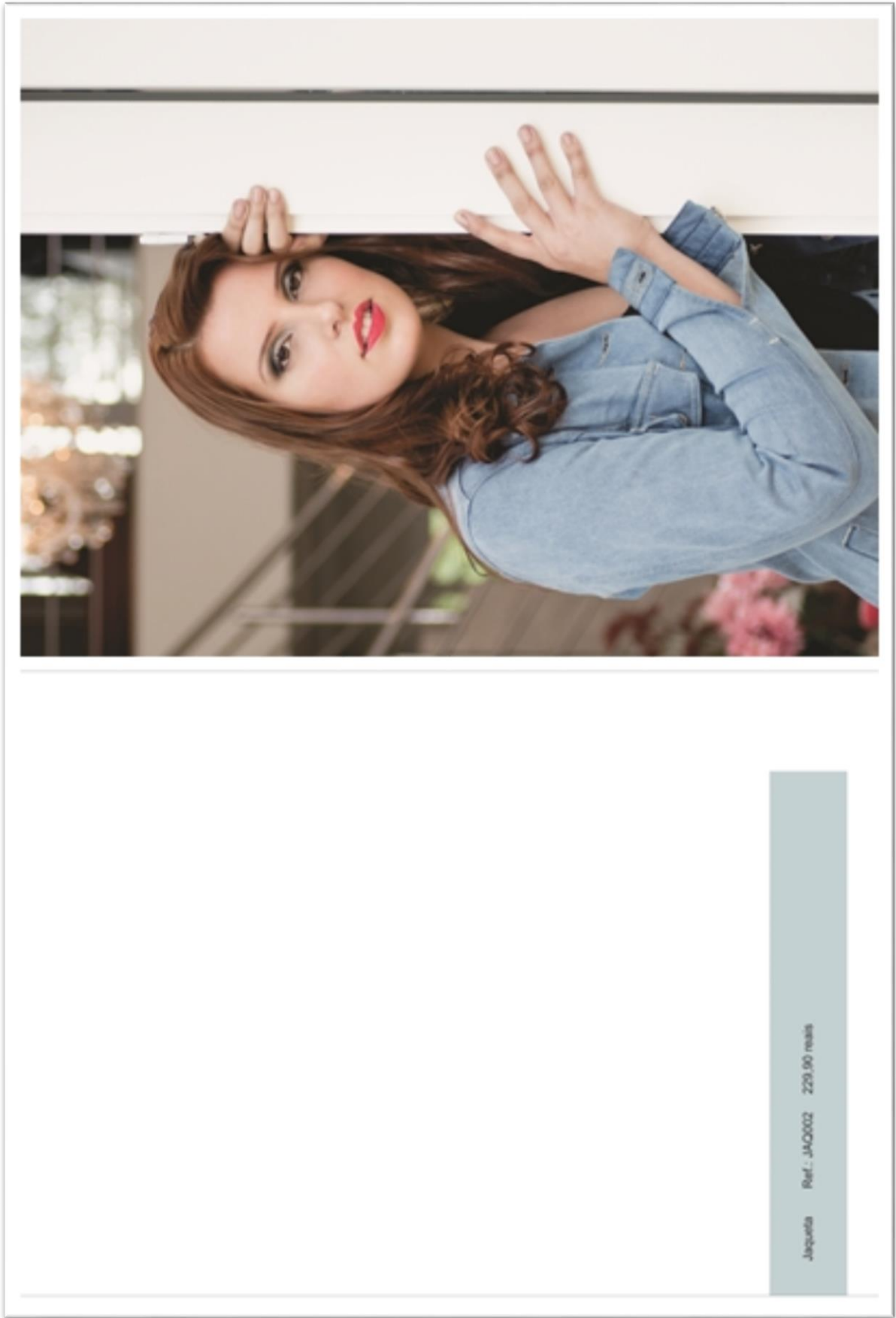


Figura 160: Catálogo impresso páginas 16 e 17  
Fonte: Da autora (2016)

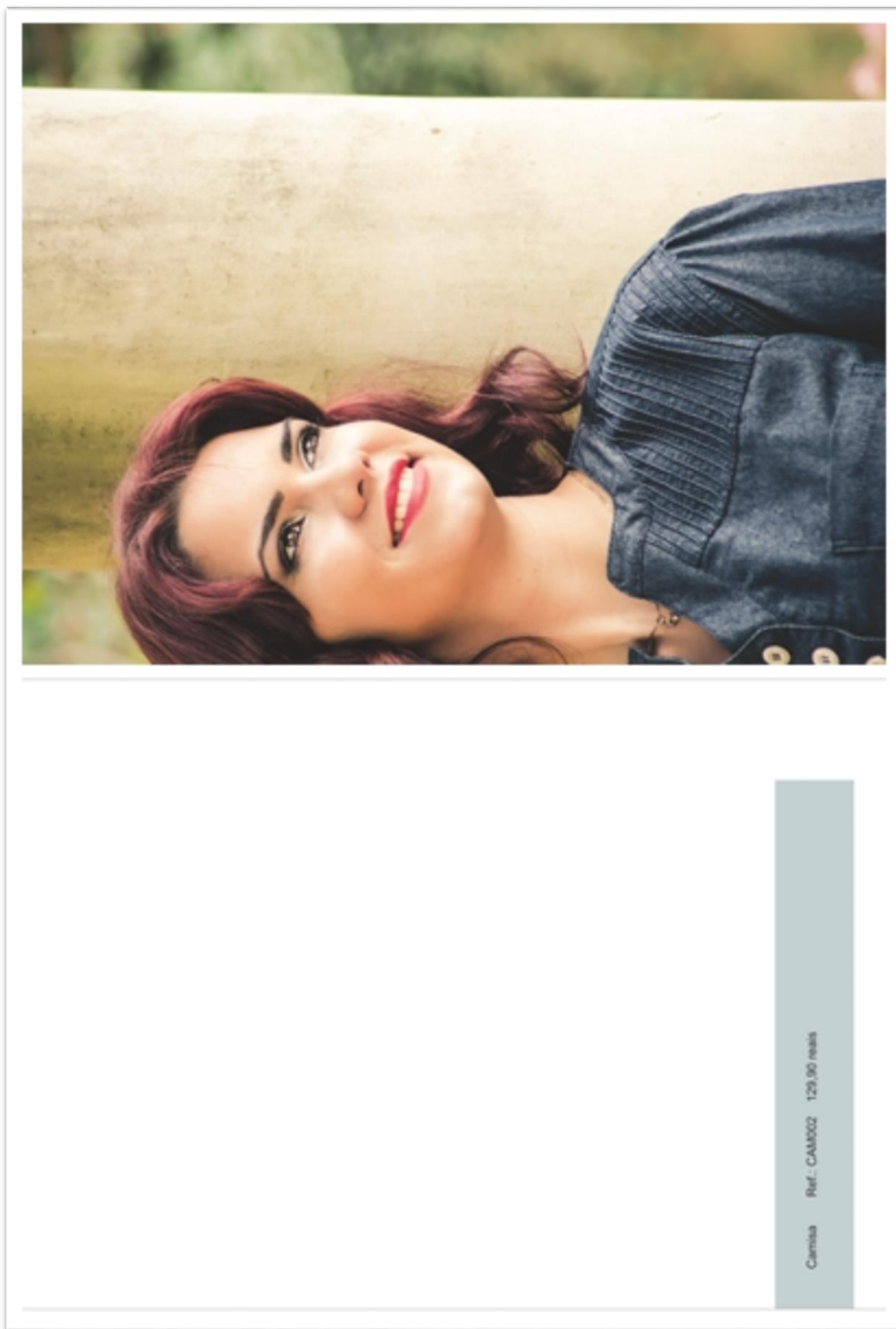


Figura 161: Catálogo impresso páginas 18 e 19  
Fonte: Da autora (2016)

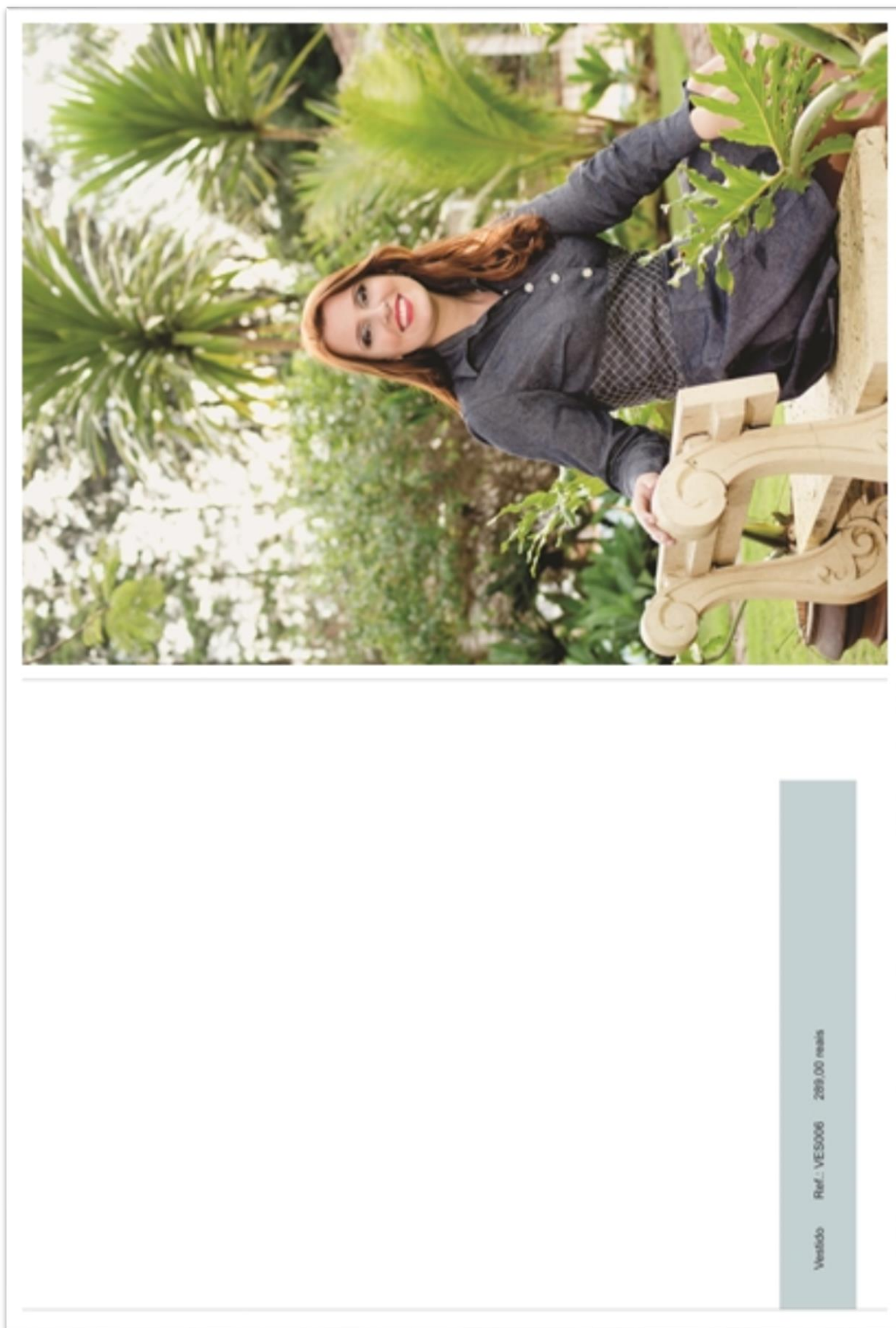


Figura 162: Catálogo impresso páginas 20 e 21  
Fonte: Da autora (2016)



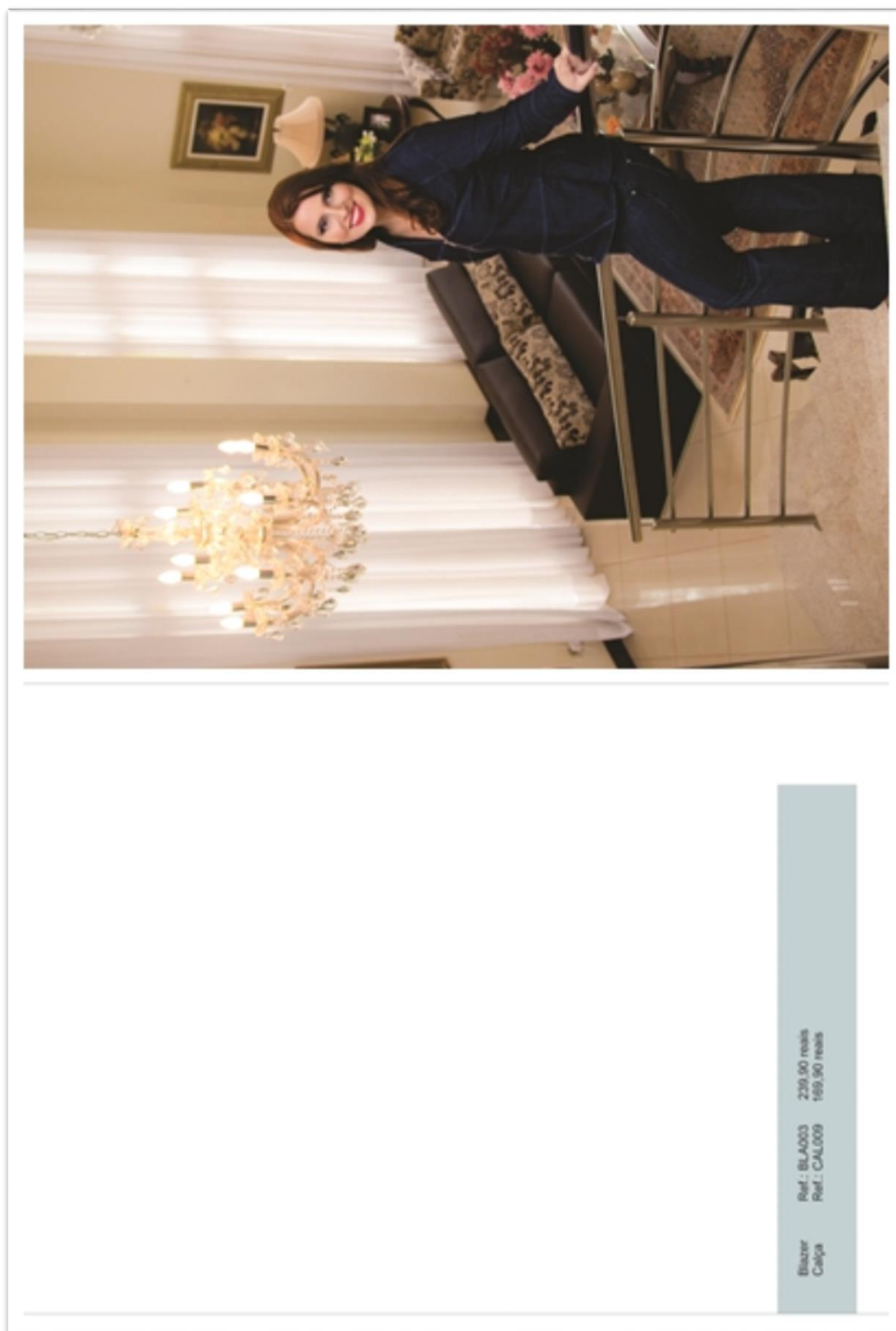


Figura 163: Catálogo impresso páginas 22 e 23  
Fonte: Da autora (2016)



Figura 164: Catálogo impresso páginas 24 e 25  
Fonte: Da autora (2016)



Modelos:  
Melânia Munhoz  
Rafaela Seabra

Produção de moda:  
Carolina Francisco

Fotografia:  
Satoshi Fujiwara

Figura 165: Catálogo impresso página 26 e verso da contracapa  
Fonte: Da autora (2016)

## 5.11 DESFILE

### 5.11.1 *Make-up*

Na maquiagem do desfile serão inseridos elementos que realçam o poder da mulher. O uso de sombra escura no canto exterior dos olhos e o degrade de sombras em tons prateados até o canto interno deixam os olhos com maior luminosidade. Serão corrigidas levemente as imperfeições da pele para que o batom vermelho arremate a maquiagem (Figura 166).



**Figura 166: *Make-up***  
**Fonte: Da autora (2016)**

### 5.11.2 *Hair*

Nos cabelos serão produzidos cachos grandes e um pouco definidos, para que dê volume e passe uma imagem mais forte durante o desfile (Figura 167).



**Figura 167: Hair**  
**Fonte: Da autora (2016)**

### 5.11.3 Produção de *Stylling*

Nessa produção decidiu-se incluir brincos de metais prateados para dar elegância ao *look*. Juntamente com sapatos de salto médio ou baixo, para que o *look* continue sendo confortável.

### 5.11.4 Trilha Sonora

A música “Medicine” da banda de *indie folk* inglesa “Daughter” foi escolhida porque sua letra fala sobre uma pessoa que está presa a medicamentos para doenças psicológicas. Mas ela tem uma segunda chance. De certa maneira essa música está relacionada com o poder de transformação da mulher, a vontade de recomeçar. A versão utilizada para o desfile será “remix”, pois sua melodia é crescente em certos momentos.

## 5.11.5 Sequência de Entrada



**Figura 168: Sequência de entrada (1, 2 e 3)**  
Fonte: Da autora (2016)



**Figura 169: Sequência de entrada (4, 5 e 6)**  
Fonte: Da autora (2016)

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca por um corpo que se inclua aos padrões de beleza impostos pela sociedade tornou-se uma obsessão. Isso acontece porque, além da pressão midiática, vê-se a maioria das empresas de vários setores, principalmente da área da moda, focando seu trabalho no lucro imediato, sem haver estudos para analisar o que o consumidor realmente precisa, na maioria das vezes, copiando produtos que outras empresas têm sucesso em comercializar.

Portanto o levantamento bibliográfico realizado contribuiu fortemente para conhecer os problemas que o público estudado passa, na hora de comprar roupas, problemas esses que, muitas vezes, podem ser causados direta ou indiretamente pela alienação que a mídia realiza, não somente no consumidor, mas também nas empresas.

Com base no estudo, conclui-se que os pós-bariátricos geralmente buscam, através da cirurgia, melhor saúde. A questão estética aparece como consequência do emagrecimento, pois após isso a vaidade retorna. Em decorrência disso, a busca pelo conforto das roupas é primordial na hora da compra.

O trabalho também contribui ao público que tem prazer em consumir roupas em *jeans*, porque mesmo não passando pela bariátrica, a dificuldade de encontrar roupas feitas para corpos reais continua, pois se vê muito hoje em dia, no Brasil, o comércio de produtos importados, que por ser de baixo custo, as pessoas tendem a comprá-los, porém, a qualidade desses produtos deixa a desejar.

A aceitação de roupas com modelagem diferenciada para silhuetas reais, ou seja, corpos magros ou gordos, altos ou baixos, que não são tão magros como a sociedade impõe, foi surpreendente. Isso está baseado através dos questionários que foram aplicados às pessoas.

O estudo antropométrico e o uso das tabelas de medidas expostas no trabalho, foram essenciais na construção do produto final, pois realmente adicionou funções importantes às roupas.

Por fim, é possível enxergar que, todo o estudo acadêmico é de extrema importância para a inserção dessa marca de *jeans* no mercado, pois ela se fortalecerá através da grande aceitação que a cliente demonstra através da pesquisa.

## REFERÊNCIAS

ACONCHEGO. Disponível em:

<<https://br.pinterest.com/pin/239394536418520216/>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

ALMEIDA, Mário de Souza. *Elaboração de projeto, TCC, dissertação e tese: uma abordagem simples, prática e objetiva*. São Paulo-SP: Atlas S.A., 2011.

AMACIADO. **Horizontais versus verticais**: os prós e contras da posição das listras com comentários de Glória Kalil. Disponível em:

<<https://br.pinterest.com/pin/372672937892638914/>>. Acesso em: 24 fev. 2016.

APPARENCE. **O jeans será tendência predominante na estação**. 2010.

Disponível em: <<http://neuronioonline.com.br/apparence/?m=201007>>. Acesso em: 14 set. 2015.

AUDACES. **Ergonomia no vestuário**: os desafios da aplicabilidade. 2013.

Disponível em: <<http://www.audaces.com.br/Desenvolvimento/Falando-de-Desenvolvimento/2013/6/21/ergonomia-no-vestuario-os-desafios-da-aplicabilidade>>.

Acesso em: 15 fev. 2016.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza.

**Fundamentos de metodologia científica**: um guia para a iniciação científica. 2 ed. São Paulo-SP: Makron Books, 2006.

BEZERRA, Germana Maria Fontenelle; MARTINS, Susana Barreto. **Equação da ergonomia no design de vestuário**: espaço do corpo, modelagem e materiais.

Anais colóquio de moda, 2006. Disponível em:

<[http://coloquiomoda.com.br/anais/anais/2-Coloquio-de-Moda\\_2006/artigos/107.pdf](http://coloquiomoda.com.br/anais/anais/2-Coloquio-de-Moda_2006/artigos/107.pdf)>. Acesso em: 9 set. 2015.

BOGDAN, Robert C.; BIKLEN, Sari Knopp. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. Portugal: Porto, 1994.

BROEGA, Ana Cristina e SILVA; CABEÇO, Maria Elisabete. **O conforto total do vestuário**: design para os cinco sentidos. Buenos Aires: V Encuentro

Latinoamericano de Diseño “Diseño em Palermo”. Universidade de Palermo, 2010.

CALÇA ANOS 70. Disponível em: <<http://www.nathaliamezinhos.com.br/look-do-dia-setentinha/>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

CALÇA LANÇA PERFUME. Disponível em:

<<https://br.pinterest.com/pin/435864070166927928/>>. Acesso em: 28 mar. 2016.

CARREIRO, Denise M.; ZILBERSTEIN, Bruno. **Mitos e verdades sobre obesidade de cirurgia bariátrica**. São Paulo-SP: Paulo S. Carreiro, 2004.



COBRA, Marcos. **Marketing e moda**. 2 ed. São Paulo: Senac, 2010.

DELAVÊ. **Calça jeans claro flare**. Disponível em:  
<<https://br.pinterest.com/pin/339247784409139206/>>. Acesso em: 25 fev. 2016.

DUL, Jan; WEERDMEESTER, Bernard. **Ergonomia prática**. 2º ed. São Paulo-SP:Edgard Blücher, 2004.

ENÉAS, Haroldo. **A Arte de imprimir estilo nas roupas**. 2014. Disponível em:  
<<http://www.blogdoharoldo.com/2014/07/24/a-arte-de-imprimir-estilo-nas-roupas/>>. Acesso em: 14 set. 2015.

ESTONADO. **Look do dia: moletom no SPFW**. Disponível em:  
<<https://br.pinterest.com/pin/554153929119407790/>>. Acesso em: 24 fev. 2016.

FANTONI, Roberto Filippini. **Como a poliamida substituiu a seda**: uma história da descoberta da poliamida 66. Polímeros, AIM Magazine. 2010. Vol. 22 n. 1.

FILGUEIRAS, Araguacy; FRANGUEIRO, Raul; RAPHAELLI, Nathália. **A Importância de Fibras e Fios no Design de Têxteis Destinados à Prática Desportiva**. Rev. da Associação Estudos em Design,2008. Disponível em: <<http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/11575/11575.PDF>>. Acesso em: 16 set. 2015.

FOREVER 21. Disponível em:  
<<https://br.pinterest.com/pin/318066792403173038/da-semana/>>. Acesso em: 28 mar. 2016.

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

GONÇALVES, Eliana; LOPES, Eliana D. **Ergonomia no vestuário**: conceito de conforto como valor agregado ao produto de moda. 2007. Disponível em:  
<[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/encuentro2007/02\\_auspicios\\_publicaciones/actas\\_diseno/articulos\\_pdf/A039.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A039.pdf)>. Acesso em:12 set. 2015.

GORINI, Ana Paula. **O segmento de índigo**. BNDES. Disponível em:  
<[https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3161/1/BS%2010%20O%20segmento%20de%20indigo\\_P.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3161/1/BS%2010%20O%20segmento%20de%20indigo_P.pdf)>. Acesso em: 16 set. 2015.

GRAVE, Maria de Fátima. **A modelagem sob a ótica da ergonomia**. São Paulo: Zennex Publishing, 2004.

GUIA JEANS WEAR. **Canatiba antecipa os lançamentos da estação**. Disponível em: <<http://www.guiajeanswear.com.br/noticias/4394/canatiba-antecipa-os-lancamentos-da-estacao.aspx>>. Acesso em: 16 fev. 2016.

GUZZO, Fernanda. **Calça deforma corpo**. Disponível em: <<https://fernandaguzzo.wordpress.com/2011/04/28/roupas-que-deformam-o-corpo-livre-se-delas/>>. Acesso em: 29 mar. 2016.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: projeto e produção**. 2º ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2005.

*INTERNATIONAL ERGONOMICS ASSOCIATION*. **Ergonomia**. Disponível em: <<http://www.iea.cc.com.br>>. Acesso em: 24 fev. 2016.

**JEANS CONFORTÁVEL**. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/168744317265248504/>>. Acesso em: 04 mar.

LUZ DE INVERNO. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/557531628845352951/>>. Acesso em: 03 mar. 2016.

MAHLMEISTER, Eliana Acar Pedro. **O jeans como signo do design de moda pós-moderno**. Anais colóquio de moda, 2008. Disponível em: <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/4-Coloquio-de-Moda\\_2008/42314.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/4-Coloquio-de-Moda_2008/42314.pdf)>. Acesso em: 16 set. 2015.

MARTINS, Raquel Araújo. **Jeans, ícone da moda: estudo do comportamento de consumo**. Universidade do Minho, 2009. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/10781>>. Acesso em: 15 set. 2015.

MODELAGEM DE CALÇA JEANS. **Calça jeans pode deformar o corpo**. Disponível em: <<http://www.audaces.com.br/Educacao/Falando-de-Educacao/2013/8/6/calca-jeans-pode-deformar-o-corpo>>. Acesso em: 04 mar. 2016.

MORAES, Anamaria de; MOT'ALVÃO, Claudia. **Ergonomia: conceitos e aplicações**. 4º ed. Teresópolis: 2AB, 2010.

MUNHOZ, Melânia. **Arquivo pessoal**. Acesso em: 29 mar. 2016.

PETROSKI, Edio Luiz. **Antropometria: técnicas e padronizações**. 2. ed. rev. e ampl. Porto Alegre: Pallotti, 2003.

PINHO, Priscila Rocha et al. **Abordagem psicológica em cirurgia plástica pós-bariátrica**. Faculdade de Medicina de Botucatu, 2011. Disponível em: <[http://www.researchgate.net/profile/Flavio\\_Mendes2/publication/262551334\\_Psychological\\_approach\\_for\\_postbariatric\\_plastic\\_surgery/links/54882a080cf289302e2f2951.pdf](http://www.researchgate.net/profile/Flavio_Mendes2/publication/262551334_Psychological_approach_for_postbariatric_plastic_surgery/links/54882a080cf289302e2f2951.pdf)>. Acesso em: 11 set. 2015.

PORTAL *USE FASHION*. **Novo padrão unifica tamanho de roupa**. Disponível em: <<http://www.usefashion.com/Categorias/Noticia.aspx?IDConteudo=92494>>. Acesso em: 24 fev. 2016.

PORTE DE EMPRESA. **Empresa de pequeno porte**. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/Empresa-de-Pequeno-Porte,detalhe,8](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/Empresa-de-Pequeno-Porte,detalhe,8)>. Acesso em: 04 mar. 2016.

RHODIA. Disponível em: <<http://www.rhodia.com.br/pt/mercados-e-produtos/catalogo-de-produtos/emana.html>>. Acesso em: 10 set. 2015.

ROUPA JEANS. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/380765343471428533/>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

SAIA BOTÕES NA FRENTE. Disponível em: <http://www.gostodisto.com/2015/10/saia-jeans-botoes-na-frente.html>. Acesso em: 10 mar. 2016.

SALTZMAN, A. **El Cuerpo diseñado**: sobre la forma em el proyecto de la vestimenta. Bueno Aires: Piados, 2004.

SHAPES DE CORPOS. Disponível em: <<http://fashionfinishingschool.com/templates/>>. Acesso em: 01 abr. 2016.

SILVA, Renato Souza da.; KAWAHARA, Nilton Tokio. **Cuidados pré e pós operatórios na cirurgia da obesidade**. Porto Alegre-RS: AGE, 2005.

SLATER, K. **The Assessment of Comfort**. J. Textile Inst., vol. 77,1986.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA BARIÁTRICA E METABÓLICA. **Técnicas cirúrgicas**. Disponível em: <<http://www.sbcm.org.br/wordpress/tratamento-cirurgico/cirurgia-laparoscopica/>>. Acesso em: 14set. 2015.

SOUTINHO, H. F. C., **Design funcional de vestuário interior**. Braga (Portugal): Escola de Engenharia, Universidade do Minho, 2006. Dissertação de mestrado.

TENDÊNCIAS. Disponível em: <<https://www.wgsn.com/en/?gclid=COnm-cv5-ssCFYsehgodA9UKNA>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

VIANNA, Claudia; QUARESMA, Manuela. **Ergonomia**: conforto têxtil no vestuário do idoso. PUC-Rio, 2015. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br/designproceedings/15ergodesign/231-E144.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2016.

## **APÊNDICE A – Questionário para o público alvo do grupo 1**

## QUESTIONÁRIO PÚBLICO ALVO DO GRUPO 1- MULHERES PÓS-BARIÁTRICAS

Idade

Renda Mensal

- 1) Onde você costuma comprar roupas? (Pode assinalar mais de uma alternativa)  
 Shoppings    Lojas de rua    Comércio eletrônico – internet  
 Outros: \_\_\_\_\_
- 2) Sabe-se que o emagrecimento acelerado deixa a pele flácida e com sobras em lugares específicos. Pensando nisso, você diria que tem dificuldade em encontrar roupas que sejam confortáveis?  
 Sim    Não    Às vezes
- 3) Quais as partes do corpo você percebeu que ficaram mais flácidas?  
(Pode assinalar mais de uma alternativa)  
 Braços    Coxas    Tórax    Abdômen  
 Outros: \_\_\_\_\_
- 4) O que você acha da criação de uma marca de roupas, visando o conforto e segurança, voltada às pessoas que tiveram esse emagrecimento acelerado?  
 Interessante, pois não encontro nenhuma outra marca desse tipo no mercado  
 Não tenho opinião sobre o assunto
- 5) Você compraria peças de roupa em *jeans* que lhe dêem conforto e disfarcem a flacidez da pele?  
 Sim    Não
- 6) Com qual altura de gancho da calça você se sente mais confortável?  
 Gancho pequeno, na altura dos quadris  
 Gancho médio, logo abaixo do umbigo  
 Gancho alto, até o umbigo
- 7) Além de calças, você consumiria outros tipos de peças em *jeans*?  
(Pode assinalar mais de uma alternativa)  
 Saias    Vestidos    Jaquetas    Outros: \_\_\_\_\_
- 8) Você usaria peças em *jeans* com bordados aplicados?  
 Sim    Não
- 9) Em que parte da peça você prefere que os bordados sejam aplicados?  
 Nas barras    Nos bolsos    No cós  
 Outros: \_\_\_\_\_

10) Quais lavagens você mais aprecia? (Pode assinalar mais de uma alternativa)



Amaciado



Estonado



Delavê

Outros: \_\_\_\_\_

Observação: imagens meramente ilustrativas

## **APÊNDICE B – Questionário para o público alvo do grupo 2**

**QUESTIONÁRIO PÚBLICO ALVO DO GRUPO 2-MULHERES QUE GOSTAM DE  
CONSUMIR JEANS**

- 1) Onde você costuma comprar roupas? (Pode assinalar mais de uma alternativa)  
 Shoppings     Lojas de rua     Comércio eletrônico – internet  
 Outros: \_\_\_\_\_
- 2) Você tem dificuldade de encontrar peças em *jeans* que sejam confortáveis para o seu corpo?  
 Sim     Não     Às vezes
- 3) O que você acha da criação de uma marca de roupas *jeans*, em que sejam priorizados o conforto e a liberdade de movimento?  
 Interessante, pois não encontro nenhuma outra marca desse tipo no mercado  
 Não tenho opinião sobre o assunto
- 4) Você costuma seguir tendências de moda ao comprar suas peças em *jeans*?  
 Sim     Não
- 5) Você usaria peças em *jeans* com bordados aplicados?  
 Sim     Não
- 6) Em que parte da peça você prefere que os bordados sejam aplicados?  
 Nas barras     Nos bolsos     No cós  
 Outros: \_\_\_\_\_
- 7) Além de calças, você consumiria outros tipos de peças em *jeans*?  
(Pode assinalar mais de uma alternativa)  
 Saias     Vestidos     Jaquetas     Outros: \_\_\_\_\_
- 8) Com qual altura de gancho da calça você se sente mais confortável?  
 Gancho pequeno, na altura dos quadris  
 Gancho médio, logo abaixo do umbigo  
 Gancho alto, até o umbigo



9) Quais lavagens você mais aprecia? (Pode assinalar mais de uma alternativa)



Amaciado



Estonado



Delavê

Outros: \_\_\_\_\_

Observação: imagens meramente ilustrativas

