

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

HÉLISON FERNANDO ROSA

**CORPO E ESTÉTICA: UM ESTUDO SOBRE O PADRÃO CORPORAL  
FEMININO GERADO PELOS EXERCÍCIOS FÍSICOS E A  
CONSTRUÇÃO DE TABELA DE MEDIDAS PARA *JEANSWEAR***

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2015

HÉLISON FERNANDO ROSA

**CORPO E ESTÉTICA: UM ESTUDO SOBRE O PADRÃO CORPORAL  
FEMININO GERADO PELOS EXERCÍCIOS FÍSICOS E A  
CONSTRUÇÃO DE TABELA DE MEDIDAS PARA *JEANSWEAR***

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo, do curso de Design de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, campus Apucarana.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Janeti Marques D'Andréa.

APUCARANA

2015



**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 139**

**Corpo e estética: um estudo sobre o padrão corporal feminino gerado pelos  
exercícios físicos e a construção de tabela de medidas para *jeanswear***

por

**HELISON FERNANDO ROSA**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos quinze dias do mês de junho do ano de dois mil e quinze, às vinte e duas 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. O candidato foi arguido pela banca examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a banca examinadora considerou o trabalho aprovado.

---

PROFESSOR(A) JANETI MARQUES D'ANDREA – ORIENTADOR(A)

---

PROFESSOR(A) MARCELO CAPRE DIAS – EXAMINADOR(A)

---

PROFESSOR(A) MARCIO ROBERTO GHIZZO – EXAMINADOR(A)

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

## **DEDICATÓRIA**

Dedico o trabalho desse projeto a todos meus familiares, que me apoiaram durante todo o tempo de faculdade, acompanharam meu crescimento profissional, em especial, a minha esposa Marta Teodoro Marques, que pacientemente esperava que eu chegasse após as aulas, da casa de amigos para fazer trabalhos, e que compreendeu a necessidade de sacrificar um pouco do nosso convívio durante esta etapa. Dedico também, a minha mãe Neide Maria da Costa, que sempre quis me ver formado, prosperando na vida, e que, foi lamentavelmente levada por um câncer, e, sei que de onde ela estiver, está olhando por mim e desejando o melhor.



## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus em primeiro lugar por me dar saúde, sabedoria e chegar até essa fase da faculdade, agradecer em especial minha orientadora professora Janeti Marques D'Andréa, por me ensinar quais eram os passos para um projeto, apoio de meus amigos Grazieli Gangstetter, André Plath, as modelos que se voluntariaram para desfilarem, o fotógrafo Mauricio Batista, Fernando Hudson Alvez, Josiane Federissis, a academia Fit de Apucarana por ceder o espaço para fotos, a empresa Estilo Único Jeans da cidade de Califórnia, pelo apoio no fornecimento de materiais, lavagens e acabamento das peças, em suas instalações, e todos aqueles que vieram de alguma forma contribuir com este trabalho, cujos nomes não foram mencionados aqui. Agradeço de coração a todos, por somar esforços ao meu trabalho para que se alcançasse este resultado.

## RESUMO

O mercado de academias de musculação e condicionamento físico vive constante expansão, em número de franquias e praticantes em todo Brasil. Dentre os novos adeptos a maioria passou no ano de 2014, a se constituir pelo público feminino. Estimuladas pelo modelo de magreza e valorização do corpo reforçado pela mídia, as mulheres passaram a recorrer cada vez mais à musculação como forma de perder peso e ganhar definição muscular, em especial nas coxas e glúteos. No entanto, esta prática gera como principal problema a adequação das peças de vestuário, em especial as calças jeans. Tais peças, não se adequam aos ganhos musculares dos membros inferiores. Neste sentido, esta pesquisa busca propor soluções para esta necessidade, utilizando a elaboração de uma nova tabela antropométrica e propondo a utilização de ajustes nos moldes utilizados para a confecção destes produtos.

Palavras chave: Jeans Feminino, Tabela de medidas, Sensualidade.

## **ABSTRACT**

The number of bodybuilding and physical conditioning centers is constant expanding in number of franchises and adepts in Brazil. Among the new supporters, the majority, in 2014 became the female public. Encouraged by the thinness model and the valorization of the body by the media, women started recurring increasingly to bodybuilding as an alternative to lose weight and to win muscular definition, in special in the hips and glutei. Nevertheless, this fact creates an apparel suitability problem, in special to denim trousers. The denim apparel pieces do not fit in the lower limbs; therefore, this research aims to suggest solutions to this necessity through the elaboration of a new anthropometric table and suggesting the utilization of adjustments in the patterns used to manufacture these products.

Keywords: Women's Jeans, Size Chart, Sensuality.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1-DISCOBOLO .....	13
FIGURA 2-ARNOLD SCHWARZNEGGER.....	15
FIGURA 3- AGACHAMENTO .....	16
FIGURA 4-LEGPRESS .....	16
FIGURA 5-EXTENSORA .....	16
FIGURA 6-PRIMEIROS TRAJES DE BANHO DÉCADA DE 1930 .....	18
FIGURA 7-NEW LOOK.....	19
FIGURA 8-MULHER MARAVILHA.....	20
FIGURA 9-GRACE JONES.....	21
FIGURA 10-PESQUISA DE CAMPO.....	34
FIGURA 11- FAIXA ETÁRIA PUBLICO ALVO.....	35
FIGURA 12-DIFICULDADES DO PUBLICO AO ADQUIRIR CALÇA JEANS .....	36
FIGURA 13-TEMPO DE PRÁTICA DA MUSCULAÇÃO .....	37
FIGURA 14-MOTIVOS QUE LEVARAM A PRÁTICA DA MUSCULAÇÃO .....	38
FIGURA 15-NUMERAÇÃO USADA PELO PUBLICO ALVO .....	39
FIGURA 16-PREFERENCIA POR ELASTANO .....	40
FIGURA 17- SUPLEMENTAÇÃO ALIMENTAR.....	41
FIGURA 18-IMAGEM DA MARCA .....	46
FIGURA 19-FACHADA DA LOJA .....	47
FIGURA 20-PUBLICO ALVO .....	49
FIGURA 21-PAINEL DE ESTILO DE VIDA.....	50
FIGURA 22-NAME- NO NAME .....	51
FIGURA 23-SUN DESIGN .....	52
FIGURA 24-TENDENCIA SUPER 80'S .....	53
FIGURA 25-TENDENCIA SUPER 90'S .....	53
FIGURA 26-CALÇA NUMERAÇÃO SUPERIOR.....	54
FIGURA 27- CALÇA NUMERAÇÃO INFERIOR .....	55
FIGURA 28-IMAGEM DA COLEÇÃO .....	56
FIGURA 29-SHAPE QUADRIL .....	57
FIGURA 30-LOOK 1 .....	63
FIGURA 31- LOOK 2 .....	63
FIGURA 32- LOOK 3 .....	64
FIGURA 33- LOOK 4 .....	64
FIGURA 34- LOOK 5 .....	65
FIGURA 35- LOOK 6 .....	65
FIGURA 36 - LOOK 7.....	66
FIGURA 37- LOOK 8.....	66
FIGURA 38- LOOK 9.....	67
FIGURA 39- LOOK 10.....	67

FIGURA 40- LOOK 11.....	68
FIGURA 41- LOOK 12.....	68
FIGURA 42- LOOK 13.....	69
FIGURA 43- LOOK 14.....	69
FIGURA 44- LOOK 15.....	70
FIGURA 45- LOOK 16.....	70
FIGURA 46- LOOK 17.....	71
FIGURA 47- LOOK 18.....	71
FIGURA 48- LOOK 19.....	72
FIGURA 49- LOOK 20.....	72
FIGURA 50- LOOK 21.....	73
FIGURA 51- LOOK 22.....	73
FIGURA 52- LOOK 23.....	74
FIGURA 53- LOOK 24.....	74
FIGURA 54- LOOK 25.....	75
FIGURA 55- PRANCHA DO LOOK 1.....	88
FIGURA 56- PRANCHA DO LOOK 2.....	89
FIGURA 57- PRANCHA DO LOOK 3.....	90
FIGURA 58- PRANCHA DO LOOK 4.....	91
FIGURA 59- PRANCHA DO LOOK 5.....	92
FIGURA 60- PRANCHA DO LOOK 6.....	93
FIGURA 61- PRANCHA DO LOOK 7.....	94
FIGURA 62- PRANCHA DO LOOK 8.....	95
FIGURA 63- REF101 CIGARRETE CASUAL .....	132
FIGURA 64- REF102 CALÇA FLARE.....	132
FIGURA 65- REF 101 CIGARRETE HARD.....	133
FIGURA 66- REF 104 CIGARRETE JEANS RESINADO.....	133
FIGURA 67- REF 105 LEG JEANS.....	134
FIGURA 68- REF 106 LEG JEANS.....	134
FIGURA 69- REF 200 SHORTS DESFIADO .....	135
FIGURA 70- REF 201 SHORTS DESFIADO FLORAL .....	135
FIGURA 71- WEBSITE DA MARCA.....	136
FIGURA 72- IMAGENS DA COLEÇÃO NO WEBSITE .....	136
FIGURA 73- ABA PRODUTOS .....	137
FIGURA 74- CESTA DE COMPRAS.....	137
FIGURA 75- VISUALIZAÇÃO DO PRODUTO .....	138
FIGURA 76- FORMULÁRIO PARA CONTATO.....	138
FIGURA 77- CAPA E PÁGINAS 1CATÁLOGO .....	139
FIGURA 78- PÁGINAS 2 E 3 CATÁLOGO .....	139
FIGURA 79- PÁGINAS 4 E 5 CATÁLOGO .....	140
FIGURA 80- PÁGINAS 6 E 7 CATÁLOGO .....	140

FIGURA 81- PAGINA 8 E PÁGINA FINAL DO CATÁLOGO.....	141
FIGURA 82- TENDENCIAS DE MAQUIAGEM .....	142
FIGURA 83- CAPA DO ALBUM THE E.N.D .....	143
FIGURA 84- SEQUENCIA DE ENTRADA DOS LOOKS .....	144

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1- MEDIDAS ANTROPOMÉTRICAS FEMININAS I .....	26
QUADRO 2- MEDIDAS ANTROPOMÉTRICAS FEMININAS II .....	27
QUADRO 3- MEDIDAS ANTROPOMÉTRICAS FEMININAS III .....	28
QUADRO 4-MEDIDAS PUBLICO ALVO.....	42
QUADRO 5- DIMENSIONAMENTO MERCADOLÓGICO.....	59
QUADRO 6- MIX DE PRODUTOS.....	60

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	102
1.2 JUSTIFICATIVA .....	102
1.3 OBJETIVO GERAL .....	113
1.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	113
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>14</b>
2.1 CORPO FEMININO.....	12
2.2 ACADEMIAS .....	13
2.3 ESTÉTICA E MUDANÇA CORPORAL FEMININA .....	17
2.3.1 Anos de 1930 e 1940 .....	17
2.3.2 A década de 1950 .....	18
2.3.3 A década de 1960 e 1970 .....	19
2.3.4 A década de 1980 .....	20
2.3.5 A década de 1990 .....	21
2.3.6 O Novo Milênio 2000 até o presente .....	22
2.4 ERGONOMIA .....	23
2.4.1 Antropometria.....	24
2.4.2 Modelagens.....	29
2.5 TECIDOS .....	30
2.5.1Elastano .....	31
2.5.2Denim (Jeans).....	32
<b>3 METODOLOGIA .....</b>	<b>33</b>
3.1 PESQUISA DE CAMPO.....	34
3.2COLETA DE DADOS .....	34
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>51</b>
4.1 ANALISE DOS RESULTADOS .....	41
<b>5 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO .....</b>	<b>45</b>
5.1 EMPRESA.....	45
5.1.1 Concorrentes Diretos.....	45
5.1.2 Concorrentes Indiretos .....	45
5.2 A MARCA .....	46
5.3CONCEITO .....	47
5.4 SISTEMA DE VENDAS E PREÇOS PRATICADOS .....	47
5.5 MARKETING E PROMOÇÃO .....	48
5.6PÚBLICO ALVO .....	489
5.6.1 PERFIL DO PUBLICO ALVO .....	49
5.6.2PAINEL DO ESTILO DE VIDA .....	50
5.7 PESQUISA DE TENDENCIAS.....	51
5.6.1 Macrotendencias .....	51



5.6.2 Microtendencias .....	52
<b>6 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO .....</b>	<b>54</b>
6.1 DELIMITAÇÃO DO PROJETO .....	54
6.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO .....	55
6.2.1 Nome da Coleção .....	55
6.2.2 Conceitos da Coleção .....	56
6.2.3 Formas e estruturas .....	57
6.2.4 Tecnologias .....	57
6.2.5 Dimensionamento e mix da coleção .....	58
6.3 CARTELA DE CORES .....	60
6.3 CARTELA DE MATERIAIS .....	61
6.5 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS .....	63
6.6 JUSTIFICATIVA LOOKS .....	76
6.7 PRANCHAS E FICHA TÉCNICA DOS LOOKS .....	88
6.8 LOOKS CONFECCIONADOS .....	128
6.9 DOSSIE ELETRONICO .....	132
6.10 CATALOGO .....	135
6.11 PRODUÇÃO E STYLING .....	138
6.11.1 DESFILE .....	138
6.11.2 MAKE UP E HAIR .....	138
6.11.3 TRILHA SONORA .....	139
6.11.4 SEQUENCIA DE ENTRADA DOS LOOKS .....	141
<b>7 RESULTADOS .....</b>	<b>142</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>144</b>
APÊNDICE A .....	147

## 1 INTRODUÇÃO

É consenso que a estética corporal e o padrão de beleza sofrem mudanças constantes com o passar do tempo. No século XXI, a mídia passou a estabelecer padrões de magreza aliada a valorização das curvas do corpo feminino. Neste sentido, sobretudo nas últimas décadas, a corrida pelo modelo corporal reforçado pelos veículos de comunicação estimulou um crescimento na atividade de musculação.

Priore (2000) menciona uma série de evoluções como progressos nos hábitos de higiene, inserção no mercado de trabalho, entre outros, como padrões libertadores das relações de submissão das mulheres e da antiga imagem de fragilidade. A autora prossegue mencionando que tais revoluções têm papel primordial na mudança da imagem feminina criando um desejo por uma aparência jovial, saudável e bela.

Adelman (2003) expande esta ideia ao afirmar que o corpo ideal feminino é magro e firme, e demandam muitas horas de trabalho físico, isto são investimentos de tempo e dinheiro. A possibilidade de ter um *personal trainer* para ajudar nos treinamentos mais intensivos, aliado a dietas e a utilização de suplementos alimentares, para suprir défices na alimentação diária, exemplificam estes esforços. Por consequência disto se observa como principal objetivo dos exercícios físicos a valorização das coxas, nádegas e a definição de abdômen. Com o aumento de medidas proporcionado pela intensificação nas atividades de musculação, e em exercícios concentrados na região das pernas, surge a necessidade de adequar as calças utilizadas pelo público feminino. Tal problema se expressa no fato de muitas mulheres comprarem jeans em tamanhos superiores para que a peça se ajuste a este desenvolvimento da musculatura.

No sentido de solucionar este problema, será realizada pesquisa de medidas antropométricas do corpo feminino. Auxiliado pela pesquisa de campo, este estudo pretende propor uma solução para este problema com uma nova tabela de medidas para as indústrias de confecção de jeans. Outra proposta é a confecção de produtos utilizando tecidos com mais elastano, fibra que permite adaptação dos produtos desenvolvidos para as partes inferiores do corpo, sem a necessidade de ajustes, proporcionando maior conforto e adequação as formas do corpo.

## 1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Como atender nas modelagens de calças jeans as necessidades de mulheres que praticam musculação com objetivo de ter aumento de massa muscular nas coxas e glúteos?

## 1.2 JUSTIFICATIVA

As academias vêm ganhando enorme importância nas últimas décadas no Brasil e no mundo. Hansen e Vaz (2004) nos lembra de que junto aos *spas*, e clínicas de cirurgia estética, inúmeras formas de modificação corporal se apresentam às pessoas. Neste universo, busca-se através de uma rotina de exercícios obter contornos corporais, e conseguir o famoso aspecto “sarado” com o auxílio de balanças, fitas métricas e uma série de aparatos.

De acordo com Pasquali et. al. (2011) é difícil à quantificação exata no número de academias de musculação e condicionamento físico no Brasil, entretanto existe uma alta proporção de estabelecimentos por número de habitantes. Toledo (2011) menciona que no período entre 2007 e 2010 o número total de agremiações dobrou, passando a ordem de 15.500 academias.

Souza et. al. (2013) notou que o percentual de mulheres que frequentam academias de musculação superou o de homens em diferentes faixas etárias e de renda. A beleza e formas mais desenhadas do quadril e coxas e a cintura fina, proporcionadas pela musculação e evidenciadas pelo uso do jeans pode ser um dos objetivos desta popularidade.

Neste sentido, percebe-se que um problema nas tabelas de medidas utilizadas pela maioria das empresas, as quais não se adequam a este público frequentador de academias. No momento de adquirir uma peça de calça jeans necessitam de manequim de numeração maior, e posteriormente levam em um profissional para ajustar a calça na cintura.

Nesse contexto, o trabalho com uma pesquisa de campo e elaboração de tabela antropométrica sugere medidas reformuladas à necessidade deste público.

### 1.3 OBJETIVO GERAL

Desenvolver uma tabela de medidas a partir de uma pesquisa, e adaptar modelagens de calças jeans femininas com o padrão de corpo com maior volume muscular em especial nas coxas e glúteos.

### 1.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Estudar sobre o corpo feminino e a prática da musculação intensiva;
- Estudar e Interpretar ergonomia e modelagem;
- Desenvolver e realizar uma pesquisa qualitativa com mulheres que pratica musculação com finalidade de ter coxas e glúteos maiores;
- Analisar a pesquisa e compor a tabela de medidas;
- Desenvolver calças jeans com a tabela realizada.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 CORPO FEMININO

Com a evolução da humanidade, o corpo humano feminino sofreu mudanças por questões alimentares e genéticas entre outras. Aliada a esta evolução uma parcela de mulheres brasileiras foram buscar um corpo com mais massa muscular, com destaque aos membros inferiores.

Com as influências da mídia, mulheres na faixa etária entre 20 e 25 anos, independentes do estado civil, passaram a encaixar a academia na sua rotina diária, ambicionando a construção de um novo padrão de corpo mais musculoso. As revistas Boa Forma, Mens Health e Musculação & Fitness reforçam a prática da musculação para este intuito.

Muitas mulheres utilizam de variadas formas de exercícios físicos, e com cargas altas de peso, fazendo com que os músculos sejam trabalhados se tornando maiores. A boa alimentação, rica em fontes de proteína, aliada a suplementação alimentar, com acompanhamento de um nutricionista, também auxilia neste processo. Este cuidado com o corpo chega a transformar-se num verdadeiro culto e obsessão do corpo, já que em época alguma constituiu tal objeto de atenção, de trabalho, proteção e de reparação. (LIPOVESTKY, 1990, apud LACERDA, 2004, p.3).

Neste sentido, a moda deve analisar as necessidades desse público incorporando este padrão para suas novas criações, utilizando medidas adequadas. Sabrá (2009) menciona esta necessidade no seguinte trecho:

A partir disso, na indústria do vestuário e mais especificamente, na área do design de moda, é imprescindível “visualizar” o corpo antes de elaborar qualquer proposta, inclusive a própria coleção. Nesse encaminhamento, justificam-se os estudos nas áreas de ergonomia e de antropometria, as quais surgem menos como suportes e mais como campos de conhecimento fundamentais para a indústria do vestuário. Afinal, a vida contemporânea continua privilegiando a função estética do vestuário somada ao conforto e à funcionalidade, ou seja, espera-se que o vestuário represente principalmente o bem estar do “ser”, ponto central daquelas áreas, cujas bases conceituais são apresentadas a seguir. (SABRÁ, 2009, p. 39).

Com o intuito de atender as necessidades deste público, é imprescindível a análise das mudanças corporais. A moda precisa se atualizar para que possa atender as necessidades estéticas através de estudos antropométricos e ergonômicos, conforme mencionado pelo autor, com o intuito de proporcionar maior conforto e ajuste as formas do corpo.

## 2.2 ACADEMIAS

Na Grécia, a educação física era considerada um pilar da formação dos homens, que desde meninos frequentavam os *gymnasiums*, complexos esportivos que também eram centros de formação intelectual. Nestes locais, além de treinar para se tornar soldados ou competir em jogos públicos, os garotos estudavam filosofia, literatura e música. Havia também estabelecimentos específicos para treinamento de boxe e luta. Conforme Weigl (2014), os atletas se exercitavam sem roupa, o que explica a origem do termo *gymnos* ou “nu” em grego.



Figura 1: Discobolo

Fonte: <http://www.confef.org.br/extra/conteudo/default.asp?id=26>

A Grécia é conhecida popularmente como berço da prática de musculação, entretanto, existem relatos de que a modificação dos corpos através de exercícios

físicos remonta a tempos anteriores ao império grego. Os corpos eram frequentemente representados nus e com os músculos em evidência, como forma de exaltar a figura masculina e o corpo conforme observado na figura 1, escultura original datada do ano 455 antes de Cristo, de origem grega, com diversas cópias romanas. Neste sentido a contribuição de Prazeres (2007) vem a reforçar esta ideia e nos mostrar a participação de mulheres nesta prática:

A história da musculação é muito antiga, existem relatos históricos que datam do início dos tempos e que afirmam a prática da ginástica com pesos. Escavações encontraram pedras com entalhes para as mãos permitindo aos historiadores intuir que pessoas utilizavam o treinamento com pesos. Temos esculturas datadas de 400 anos antes de Cristo que relatam formas harmoniosas de mulheres, mostrando preocupação estética na época. Relatos de jogos de arremessos de pedras datam de 1896 a.C. (PRAZERES, 2007, p. 10)

O autor ainda menciona na antiguidade Milos, discípulo de Pitágoras corria com um bezerro nas costas para aumentar a força dos membros inferiores, e que teria originado o nome da cidade de Milão (PRAZERES, 2009). A prática da musculação evoluiu e consagrou o nome de muitas pessoas na história até os dias presentes.

Neste sentido, pode-se citar Joe Weider como uns dos idealizadores da prática de musculação para o incentivo do aumento da massa muscular em treinamentos utilizando barras metálicas e restos de carros como ferramentas. Este atleta proporcionou a popularidade desta modalidade através da criação do maior campeonato do mundo de fisiculturismo, o Mr. Olímpia, que ajudou a consagrar o ator e ex-governador da Califórnia Arnold Schwarzenegger (Figura 2). Weider é creditado por elevar o fisiculturismo ao nível que se encontra nos dias presentes e por inspirar muitos praticantes do esporte. (GUIMARÃES NETO, 2009).



Figura 2: Arnold Schwarzenegger

Fonte: Schwarzegeger, Arnold. Arnold: the education of a bodybuilder.

No Brasil, a utilização de academias para a prática de musculação é algo relativamente novo. Furtado (2009) ressalta que mesmo surgindo como clubes de fisiculturismo e modelação física na década de 1940, e, se expandindo para cidades médias do interior no final da década de 1950, tais estabelecimentos só passaram a ser utilizados para esta prática a partir do início dos anos 1980. Tal fato se deve ao ganho de popularidade e por essa imagem ser reforçada em filmes como os do ator Arnold Schwarzenegger.

Nos dias atuais, as academias sofreram grande expansão e o treinamento resistido ganhou popularidade. Consistido do ganho de resistência muscular no retorno do peso, este método faz com que o músculo ganhe forma e força. A hipertrofia muscular resultante deste processo é regulada pela testosterona, e do rompimento das fibras musculares estimulando o crescimento do músculo trabalhado. Atletas profissionais e amadores se utilizam desta técnica para maximização de performance em quase todos os esportes.

Aliado ao treinamento resistido tanto homens quanto mulheres praticam exercícios como agachamento, *legpress* e extensora (figuras 3, 4 e 5) entre outros exercícios rotineiros que trabalham especificamente coxas e glúteos.



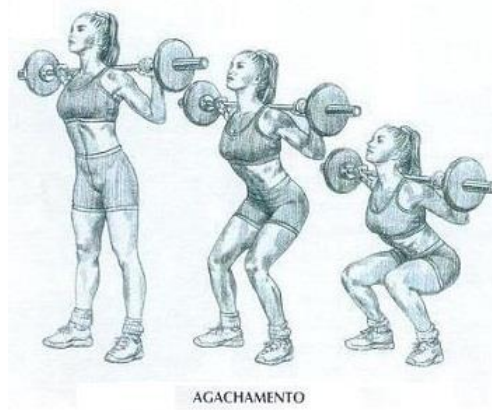


Figura 3: Agachamento  
Fonte: Tudo academia (2012).

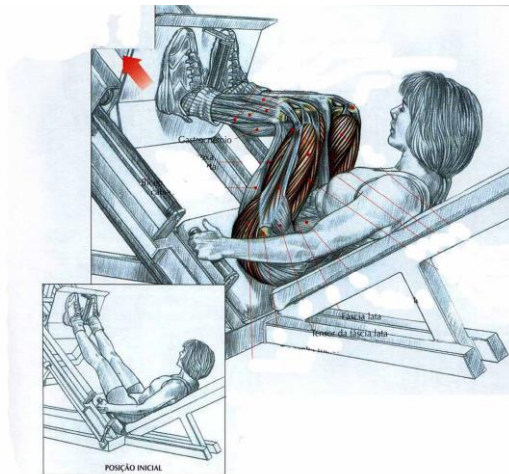


Figura 4: Legpress  
Fonte: Tudo Academia (2012).

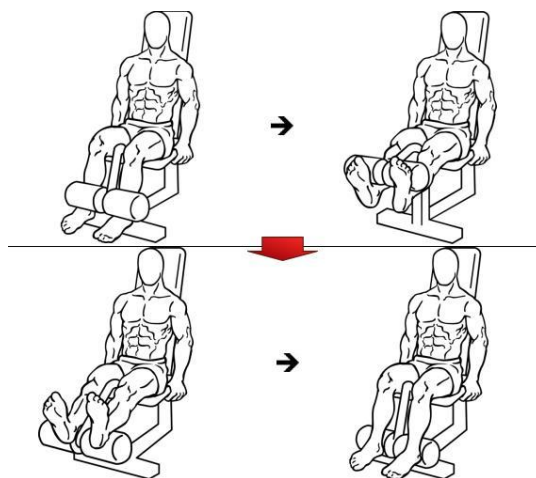


Figura 5: Extensora  
Fonte: Tudo Academia (2012).

As figuras 3, 4 e 5 demonstram os exercícios mais praticados pelo público alvo deste trabalho para atingir os seus objetivos. A tendência é que a prática de exercícios físicos se torne hábito cotidiano de mais pessoas, que mais que um corpo “perfeito” busca melhor saúde. A criação deste hábito por pessoas jovens tem por objetivo a prevenção de doenças futuras e melhoramento do bem estar físico.

## 2.3 ESTÉTICA E MUDANÇA CORPORAL FEMININA

Conforme refletido na introdução, as mudanças na estética feminina são grandes, sobretudo nas últimas décadas do século XX. Esta seção objetiva uma reflexão destas mudanças, até se chegar à imagem almejada por muitas mulheres nos dias atuais. Iniciando a análise a partir dos anos 1930, se buscou compreender como o corpo e a imagem feminina se moldou até os dias presentes.

### 2.3.1 Anos de 1930 e 1940

Entre os anos 1930 e 1950, as mulheres se tornaram mais conscientes do seu corpo, começaram a prestar atenção ao que comiam. Começam a levantar pesos leves para tornear braços e pernas. O sutiã de algodão acolchoado foi apresentado nesta época. Designers como Chanel (creditada como a criadora do “pretinho básico”), Dior e Elsa Schiaparelli começam a desenhar roupas glamorosas que permitiram às mulheres mostrar as suas curvas femininas. É também na década de 30 que o zíper é lançado, junto com várias peças para a prática esportiva como maiôs e shorts, conforme figura 6 (BAUDOT, 2002).



Figura 6: Trajes de Banho Década de 1930

Fonte: [http://www.huffingtonpost.com/2014/08/25/history-of-swimsuits\\_n\\_5701306.html](http://www.huffingtonpost.com/2014/08/25/history-of-swimsuits_n_5701306.html)

Na figura 6 ainda se observa outros importantes elementos como penteados e as cores de cabelo em moda na época que passaram a ser ditadas pelas estrelas de cinema. Nesta tendência podemos citar Jean Harlow e o tom Platinum Blonde, Rita Hayworth, e os tons de ruivo. E por último, mas não menos importante, Marlene Dietrich tornando as mulheres morenas. As maquiagens se tornaram um pouco menos carregadas do que eram na década anterior. A tendência da pele branca pastosa se tornou obsoleta, e as mulheres começaram a optar por bases mais perto de seus tons naturais. (COMUNIDADE MODA, 2013).

### 2.3.2 A década de 1950

A forma desejada nesta década foi a figura popularizada por estrelas do cinema como Marilyn Monroe e Grace Kelly. As mulheres estavam direcionadas ao casamento e a formação de família – elas foram ensinadas a se vestir para seduzir. A regra número um da década de 1950 foi que as mulheres nunca deviam sair de casa desleixadas. Neste sentido, surge o New Look de Christian Dior (Figura 7), com

corpetes justos, cintura estreita e saia solta para marcar a silhueta feminina e realçar o corpo feminino, em especial o busto (TAMBINI, 2004).



Figura 7: New Look Christian Dior

Fonte: [www.dior.com/couture/pt\\_br/a-maison-dior/historias-da-dior/a-revoluc%C3%A3o-do-new-look](http://www.dior.com/couture/pt_br/a-maison-dior/historias-da-dior/a-revoluc%C3%A3o-do-new-look)

O corte de cabelo popular nesta década era geralmente curto um pouco abaixo dos ombros, e foram usados crespos, ondulados ou em penteados estilizados. As mulheres começaram também a se concentrar em ter a pele perfeita mais do que qualquer outra coisa. O objetivo era um tom de pêssego e creme de pele. (COMUNIDADE MODA, 2013).

### 2.3.3 A década de 1960 e 1970

Imitando os modelos minis, como Twiggy, a mulher tornou-se obcecada pela magreza. Em termos de moda e beleza, dois polos opostos surgiram: a criança e a flor *hippie* moderna balançando a mulher dos anos 1960. Como enfatizado por Baudot (2002) os *hippies* subverteram todas as normas até então vigentes simplificando as linhas e eliminando ornamentos. Os anos 60 também mudaram para sempre a forma como as mulheres viam seus corpos. O vestuário foi solto e fluente, influenciado por diversos estilos, mas sempre associado à minissaia dos anos 60 (TAMBINI, 2004), que deu origem a mini micro da década de 1970.

O cabelo *hippie* era comprido e desleixado, na década de 60. O corte de Farrah Fawcett longo e em camadas (Figura 8) revolucionou a forma e o estilo de seus cortes de cabelo nos anos 1970. Os olhos se tornaram grande destaque aparecendo maiores e mais amplos, às vezes com este efeito ainda amplificado através da utilização de cílios postiços. Por fim, este período ainda tornou popular o aspecto bronzeado da pele e, conseqüentemente o surgimento das cabines de bronzeamento e a utilização de bronzeadores e autobronzeadores. (COMUNIDADE MODA, 2013).



Figura 8: Mulher Maravilha  
Fonte: [www.comunidademoda.com.br](http://www.comunidademoda.com.br)

#### 2.3.4 A década de 1980

A prática do exercício de aeróbica dos anos 1980 teve em evidencia o fitness para mulheres na moda. Tambini (2004) relembra a utilização da Lycra na inspiração de designs colantes em sintonia com a prática de malhação. As mulheres se esforçaram para manter certo peso, mas ainda pareciam enfraquecidas – tudo isso sem ser muito musculosas. Esta década também simbolizou a moda *over-the-*

*top*. Ternos neon brilhante com almofadas tornando os ombros parecidos com os de jogadores de futebol.

Existem apenas duas palavras para descrever os cabelos 1980 “grandes” e *Hairspray*. Madonna foi o ícone da década, junto com Brooke Shields, que levou as sobrancelhas espessas à moda. (COMUNIDADE MODA, 2013).



Figura 9: Grace Jones  
Fonte: [www.comunidade moda.com.br](http://www.comunidade moda.com.br)

### 2.3.5 A década de 1990

Modelos como Kate Moss possibilitaram a tendência heroína-*chic* nos anos 1990 traduzida em uma forma amarrada e aspecto emagrecido. Graças a alguns adolescentes rebeldes em Seattle, 1990 foi a década de origem do *grunge* que tornou o xadrez e o “desleixo organizado” moda até hoje. Esta década foi marcada pela convivência de diversos estilos, e pela tendência minimalista conforme lembrado por Baudot (2002).

Um dos penteados mais populares dos anos 1990 foi o “corte de Rachel”, personagem de Jennifer Aniston em *Friends*. Kate Moss personificou o ideal andrógino, o que levou muitas mulheres a ter uma abordagem minimalista para a maquiagem. (COMUNIDADE MODA, 2013).

### 2.3.6 O Novo Milênio

Na atualidade, as mulheres têm mais opções, e as curvas estão sendo celebradas pela indústria da moda. O preço da beleza se tornou extremamente elevado, isto é evidente devido ao grande aumento de cirurgias plásticas que ocorreram na última década. Estamos vendo uma releitura de quase todas as grandes tendências da moda de décadas passadas.

Ao analisar o cabelo e make-up, não há uma grande tendência. A definição de beleza parece não ser tão concreta. As extensões do cabelo são uma grande tendência, hoje, permitindo que as mulheres tenham a liberdade de praticamente fazer qualquer penteado. *Make-up* pode variar entre as tendências em cores de maquiagem atuais ou tons de *nude* mais sutis. As mulheres também podem optar por um olhar mais natural ou ir para tons mais ousados. (COMUNIDADE MODA, 2013).

No presente momento atrizes e celebridades exibem na mídia um corpo muito diferente do padrão de grande parte da população, tornando o corpo elemento constituinte do padrão de moda. Músculos definidos e ausência de curvas e “gordurinhas” são vistos nas revistas de celebridades e moda.

Neste sentido, conforme discutido anteriormente por Adelman (2003) a preocupação com o corpo pelas mulheres tem crescido e se expressado através da inclusão de exercícios físicos a sua rotina, alimentação balanceada acompanhada por profissionais, e em alguns casos até mesmo cirurgias plásticas. Hansen (2006) menciona a procura das mulheres para a eliminação de gorduras abdominais, hipertrofia e delineamento das coxas, pernas e nádegas, padrão de beleza atual. Neste sentido Hansen (2004) cita a idolatria ao corpo:

No universo esportivo tornam-se ídolos aqueles que quebram recordes, vencem um número significativo de provas, ganham medalhas importantes. Toda uma preparação, com treinos periodizados de maneira especial, é devotada para a fase final e mais importante de cada competição. Uma estrutura semelhante encontramos no mundo do fitness, no qual a idolatria é concedida aos sarados, ou seja, àqueles que são vistos como vitoriosos na corrida pelo delineamento corporal. (HANSEN, R.; VAZ, A. F., 2004, p. 144).



Horas de trabalho e o desenvolvimento de uma rotina de exercícios e novos hábitos alimentares são necessários para se conseguir o delineamento corporal desejado. Para alcançar o padrão reforçado por modelos, dançarinas e atrizes da mídia brasileira, e ganhar força muscular muitas mulheres se submetem ao trabalho com pesos. Lessa et. al. (2007) reforça a necessidade da alimentação adequada antes e após a prática de atividade física para a melhoria do desempenho e redução do risco de lesões. A autora levanta a necessidade da ingestão de nutrientes como a vitamina C para melhorar a absorção do colágeno, e suprimentos suficientes de proteínas para equilibrar a perda acarretada na hipertrofia. As autoras também mencionam que o excesso da ingestão de proteínas, prática comum entre praticantes de musculação, pode acarretar no seu armazenamento como gordura, justificando assim a necessidade de acompanhamento profissional para a dieta.

Diante do exposto, se encerra a análise da evolução histórica da figura feminina na moda. Como a prática de exercícios físicos pelas mulheres acarreta em alterações de medidas, e se buscará nas próximas seções deste referencial teórico compreender as relações entre corpo e vestimenta através do estudo da antropometria e ergonomia.

## 2.4 ERGONOMIA

A ergonomia é um campo de estudo muito abrangente com ramos na medicina, engenharia, fisioterapia, psicologia, design etc. Silva e Pachoaelli (2010), mencionam que o estudo ergonômico carrega o poder de desvendar uma série de informações ainda pouco exploradas. Com origem estabelecida como campo de estudo pela fundação da primeira sociedade o engenheiro inglês Kenneth Frank Hywel Murrell, a Ergonomic Research Society, no ano de 1949, aborda este campo, que consiste no estudo entre a interação entre o homem e algum sistema visando melhorar o bem estar humano e o desempenho deste sistema (DUARTE; EMÍDIO, 2013). Sempre em discussão no meio acadêmico, essa ciência se expressa no diálogo entre diversas áreas na adaptação destes sistemas. Sabrá ainda discute:



Dia 12 de julho de 1949 é a data do “nascimento” da ergonomia, marcada pela primeira reunião, na Inglaterra, de um grupo de cientistas e pesquisadores interessados em discutir e formalizar a existência desse novo ramo de aplicação interdisciplinar da ciência. Na segunda reunião, em 16 de fevereiro do ano seguinte, foi criada uma nova palavra: “ergonomia”. Esse mesmo termo já tinha sido anteriormente usado pelo polonês Wojciech Jastrzebowski que publicou o artigo Ensaio de ergonomia ou ciência do trabalho, baseado nas leis objetivas da ciência sobre a natureza, em 1857. (SABRÁ, 2009, p. 39).

Conforme Sabrá (2009), com relação à etimologia, podemos dizer que embora o termo “ergonomia” seja derivado das palavras gregas *ergon* (trabalho) e *nomos* (regras). Este campo de estudo compreende das seguintes áreas:

Ergonomia física: ocupa-se das características da anatomia humana, antropometria, fisiologia e biomecânica relacionadas com as atividades físicas.

Ergonomia cognitiva: corresponde aos aspectos mentais como a percepção memória, raciocínio e resposta motora, relacionados às pessoas e a outros elementos de um sistema.

Ergonomia organizacional: trata-se da otimização dos sistemas sociotécnicos, abrangendo as estruturas organizacionais, política e processo.

(SABRÁ, 2009, p. 39-40).

Neste sentido, as preocupações da indústria de vestuário se concentram no ramo da ergonomia física por tratarem de questões relacionadas à anatomia humana. O vestuário através de uma boa modelagem deve se adaptar ao ser humano. Neste sentido a antropometria, ramo da ergonomia, surge como ferramenta para realizar esta ligação entre corpo e vestimenta.

#### 2.4.1 Antropometria

O termo antropometria vem das palavras gregas *anthropo* e *metria* que significam nesta mesma ordem homem e medida. Esta área da ergonomia mecânica consiste de importante objeto de estudo para este trabalho. A partir de 1950, a metodologia para medições corporais começou a ser mais amplamente aplicada em

produtos, pois a partir desta época se intensificou o processo de industrialização, e, conseqüentemente a necessidade por padronização (DUARTE e EMÍDIO, 2013).

Conforme Sabrá (2009), não é fácil realizar esta padronização em produtos do vestuário através da antropometria devido a parâmetros como: a pessoa sendo medida estar vestida, calçada ou não; na postura ereta ou relaxada; etc. Além destes fatores, a hora do dia, as temperaturas do ambiente também podem influir neste processo alterando os resultados. As proporções do corpo humano já foram estudadas por filósofos, teóricos, artistas e arquitetos. Neste sentido, para a indústria do vestuário, de acordo com Sabrá (2009).

Antes do desenvolvimento de uma peça do vestuário, é importante analisar para que tipo de atividade essa roupa vai se destinar. Se ela for usada por uma pessoa que for desenvolver poucos movimentos corporais ou atividades do dia-a-dia, como, por exemplo caminhar, sentar pegar um ônibus e tanto outras que podem ser realizados em um período de vinte e quatro horas, as medidas podem ser verificadas com o indivíduo parado ou estático. (SABRÁ 2009, P.46).

Neste sentido, conforme ressaltado pelo autor é importante adequar a finalidade da peça de vestuário a forma. Sabrá (2009) ainda menciona três tipos físicos, identificados através da observação antropométrica, que possuem características corporais semelhantes:

Ectomorfo: tipo físico de forma alongada. Tem corpo e membros longos e finos, como mínimo de gordura e músculos.

Mesomorfo: tipo físico, musculoso de formas angulosos. Possui cabeça cúbica, maciça, ombros e peitos largos e abdome pequeno.

Endomorfo: tipo físico de formas arredondadas e macias, com grandes depósitos de gordura. Tem características de uma pera, ou seja, estreita em cima e larga em baixo.

(SABRÁ, 2009, p. 47).

Os tipos físicos acima são predominantemente influenciados pela genética. Através de exercícios físicos é possível alterar peso, e percentuais de gordura, mas estas características acabam por se preservar devido a características herdadas nos genes. Esta e outras características acabam por influenciar na elaboração de tabelas de medidas. Nas figuras abaixo se procura mostrar um pouco da diferença

entre as tabelas de medidas adotadas pelas empresas e livros sobre assunto que se encontra na prática. Tais diferenças podem ser acarretadas não só pela consideração do tipo físico, mas por fatores ambientais etc.

#### Medidas femininas

		36	38	40	42	44
1	BUSTO	80	84	88	92	96
2	CINTURA	60	64	68	72	76
3	QUADRIL	88	92	96	100	104
4	PESCOÇO	33	34	35	36	37
5	TÓRAX	76	80	84	88	92
6	BRAÇO	24	25,5	27	28,5	30
7	PUNHO (MÃO)	18	19	20	21	22
8	ALTURA COSTAS	41	41,5	42	42,5	43
9	LARGURA COSTAS	34	35	36	37	38
10	DIST. BUSTO	17	18	19	20	21
11	ALT. BUSTO	18	18	18	18	18
12	COMPR. MANGA	59	59,5	60	60,5	61
13	ALTURA QUADRIL	20	20	20	20	20
14	COMPR. SAIA	57	57,5	58	58,5	59
15	COMPR. CALÇA	98	99	100	101	102
16	ALT. ENTREPERNAS	73,5	73,75	74	74,25	74,5
17	ALT. GANCHO	24,5	25,25	26	26,75	27,5

Quadro 1: Medidas Antropométricas Femininas 1  
Fonte: SENAC, 2008

## Medidas femininas

Medidas do Corpo - Feminino								
	TAMANHO	36	38	40	42	44	46	48
MEDIDAS								
Tórax		78	82	86	90	94	98	102
Busto		82	86	90	94	98	102	106
Cintura		66	70	74	78	82	86	90
Quadris		88	92	96	100	104	108	112
Largura das Costas		34	35	36	37	38	39	39
Separação do Busto		17	18	18	19	20	21	22
Altura Blusa na Frente		43	44	45	45	46	46	47
Altura da Cava		19,5	19,5	20	20,5	21,5	22	22,5
Largura do Braço		26	26	27	28	30	32	34
Altura do Busto		24,8	25,6	26,4	27,2	28	28,8	28,8
Altura da Manga Comprida		56	57	58	59	60	61	62
Largura do Punho		15,4	15,8	16,2	16,6	17	17,4	17,8
Altura da Manga Curta		16,5	17	17	17	18	18	19
Altura do Quadris		17,5	18	18,5	19	19,5	20	20,5
Altura do Gancho		25	25,5	26	26	27	29	30
Altura do Joelho		55	56	57	58	59	60	61
Largura do Joelho		35	36	37	38	39	40	41
Largura do Tornozelo		20,6	21,2	21,8	22,4	23	23,6	24,2
Altura da Cintura até o Tornozelo		92	93,5	95	96,5	98	99,5	101

Quadro 2: Medidas Antropométricas Femininas 2  
[http://www.cortandoecosturando.com/v2/?page\\_id=2651](http://www.cortandoecosturando.com/v2/?page_id=2651)

<b>TAMANHOS</b>	PP	P		M		G		GG		EG
<b>NUMERAÇÃO</b>	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54
Busto	82	86	90	94	98	102	106	112	118	124
Cintura	66	70	74	78	82	86	90	94	100	106
Quadril	88	92	96	100	104	108	112	118	124	130
Altura do quadril	17	18	19	20	21	22	23	24	25	25
Pescoço	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43
Ombro	11,5	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,5	15	15,5
Altura da frente	40	41	42	43	44	45	46	47	49	50
Altura centro das costas	37,5	38,5	39,5	40,5	41,5	42,5	43,5	44,5	45,5	46,5
Altura do busto (ombro ao seio)	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
Separação do busto	16	17	18	19	20	21	22	24	25	25
Contorno do braço justo	24	26	28	30	31	32	33	35	37	39
Comprimento do braço	56	57	58	59	60	61	62	63	64	64
Contorno do punho (2 cm de folga)	17	18	19	20	21	22	23	24	25	25
Comprimento ombro ao cotovelo	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
Contorno cotovelo	21,5	23	24,5	26	27,5	29	30,5	32	33,5	35
Altura do joelho	55	56	57	58	59	60	61	62	62	62
Largura do joelho - justo	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46
Altura da cintura ao tornozelo	90	92	94	96	98	100	102	104	106	108
Entrepernas do gancho	60	62	64	66	68	70	72	74	76	78

Quadro 3: Medidas Antropométricas Femininas 3

<http://escolamodaecia.blogspot.com.br/2014/02/blog-post.html>

## 2.4.2 Modelagens

A modelagem representa a tradução das medidas e formas corporais, estudadas na antropometria, em produtos de vestuário. Através dela, o estilista interpreta as necessidades do consumidor com auxílio de desenho técnico, fotos e esboços com anotações, que serão transformados em produtos por meio da confecção de um molde de papel, com suas respectivas anotações como: nome, quantidades de peças por parte, sentido de fio, tamanho e tecido. Finalmente, a confecção de um protótipo, ou peça piloto demonstra as características finais do molde. Sobre a importância deste processo Sabrá (2009) menciona:

A modelagem é uma das etapas mais importantes dentro da confecção de vestuário e o profissional encarregado pela preparação dos moldes é chamado de modelista, o qual serve de intérprete das ideias expressas em desenhos e anotações, estabelecida pela equipe de criação. Ele é o responsável pela materialização destas ideias, ou seja, quem torna real e dá vida ao produto, sugerindo alterações e melhorias em caso de necessidade. (SABRÁ, 2009, p..73).

Para a criação de um bom molde, o profissional da área, deve sempre estar atento às tendências e se aperfeiçoando a cada dia, com cursos, *workshops* e outras formas de atualização, desta forma se percebe a importância da modelagem para uma empresa, que pode ser um dos fatores que influencia a compra de uma peça de vestuário. Neste sentido, duas formas de modelagem são mais utilizadas: plana ou CAD (computadorizada).

A modelagem plana consiste da utilização de instrumentos como réguas, esquadros e papel, e, do auxílio de uma tabela de medidas para a determinação de tamanhos para escala industrial. O passo inicial de um molde plano é a construção da sua base. Sabrá (2009) ainda menciona:

A modelagem é uma das etapas mais importantes na construção do vestuário. Para desenvolvê-la são necessários os cálculos de execução e ter conhecimento sobre o corpo humano. Também é preciso conhecer os aspectos ergonômicos que envolvem a construção, o equilíbrio do corpo e como este reconhecerá o caimento, textura e volume dos tecidos. (SABRÁ, 2009, p..101).

A modelagem plana é uma das formas de interpretar uma peça de vestuário ou seu ponto de inicial, entretanto outros tipos de tecnologias como a prototipia, ou construção de peça piloto, podem auxiliar neste sentido.

Com a evolução da tecnologia, surge a modelagem computadorizada, buscando agilizar o processo já existente, conforme mencionado abaixo:

As empresas de confecção têm hoje à sua disposição equipamentos com softwares específicos para desenvolvimento de modelagem. Estes equipamentos variam em sua estrutura e forma de armazenamento, bem como diferem na quantidade de opções de ferramentas de trabalho, mas todos estão aptos a acelerar o processo de desenvolvimento, gradação, encaixe e corte de produtos, que são etapas demoradas e repetitivas, tornando o processo informatizado muito bem- vindo para o modelista. (SABRÁ, 2009, P.102).

O software CAD é um equipamento para auxiliar a desenvolver o processo da modelagem, mesas digitalizadoras, quadro e máquina digital são alguns modos de transferência da modelagem para computador, nas quais se faz determinadas anotações necessárias. Para finalização e conferência utiliza-se uma impressora *plotter* para a impressão do molde em papel e por fim o corte e a confecção de uma peça piloto.

## 2.5 TECIDOS

A mistura de fibras naturais, sintéticas ou mistas nos processos de contextura constitui o material para fabricação de peças de vestuário. Antes de seguirem para a confecção, as peças são cortadas nos tecidos. A escolha de fibras e os processos utilizados são de importância fundamental nas características finais do produto, assim como as formas determinadas pelos moldes. Sabrá (2009) afirma:

O processo têxtil se inicia com o consumo de fibras têxteis para a fabricação de fios, que posteriormente serão transformados em tecidos. Nesta etapa, surge a primeira pergunta: o que são fibras têxtil? São matérias que se assemelham a um fio de cabelo, pelo seu formato cilíndrico, extremamente fino e de comprimento muito maior do que sua espessura, o que permite classificar tecnicamente este formato como filiforme. (SABRÁ, 2009, p.. 25).

As fibras são transformadas em fios, que serão entrelaçados para formar tecidos. Conforme Pezzolo (2007), as informações arqueológicas que existia tinha composição de fios e maquinários para tecer, e os povos primitivos já usavam técnicas avançadas há milhares de anos atrás comparando com as tecnologias de hoje.

No Egito, foram descobertos tecidos feitos de linho que datam de 6000 a.c. na Suíça e na Escandinávia, foram encontrados tecidos de lã datado da idade de Bronze (3000 a.c. a 1500 a. c. a 1500 a.c.). Na Índia, o algodão já era fiado e tecido por volta de 3000 a. C. Na seda era tecida pelo menos mil anos antes de Cristo. (PEZZOLO, 2007, P.14).

### 2.5.1 Elastano

A fibra elastano possui várias aplicações como: roupa íntima, para a prática de esportes e facilita ajustes e caimentos da peça, auxiliando até a modelar o corpo do usuário. Esta fibra geralmente é misturada nos processos de tecimento para melhorar a elasticidade dos artigos confeccionados. Conforme Pezzolo (2007):

Elastano, fibra química obtida do etano, inventada e registrada pela Dupont com a marca Lycra®. As fibras elastoméricas exercem papel complementar em relação às demais fibras têxteis (naturais ou químicas): sua função específica é conferir elasticidade aos tecidos convencionais (de malha ou planos), o que permite confeccionar peças de vestuário que aderem ao corpo, acompanhando-lhe as formas sem tolher os movimentos. Essa característica as se torna particularmente apropriadas à confecção de roupas de praia, roupas femininas e esportivas, roupas íntimas, meias e artigos para aplicações médicas e estética. As fibras possuem grande elasticidade podem atingir até cinco vezes seu tamanho normal sem se romperem) e resistência a abrasão e deterioração pela ação de detergentes, loções, transpiração e diversos produtos químicos. Sua utilização se faz sempre em combinação com outras fibras convencionais, em proporções que variam entre 5% e 20 %. (PEZZOLO, 2007, p.135).

Devido a sua alta elasticidade, esta fibra é aplicada nos mais diversos mercados, pela facilidade da mistura e por excelentes características físicas. No processo de fabricação do jeans, esta fibra auxilia na ampliação do conforto, uma vez que, o tecido plano denim geralmente não possui muita elasticidade.



### 2.5.2 Denim (Jeans)

O *denim*, mais conhecido como jeans, é uma peça indispensável no guarda roupa de muitas pessoas. Esse tecido é muito versátil devido a ampla gama de cores que pode ser tingido e aos processos de lavanderia a que pode ser submetido, possibilitando inúmeras possibilidades de efeitos estéticos. A utilização de elastano aumenta a flexibilidade na Sarja, estrutura fundamental do *denim*, proporcionando maior conforto a pessoa que o utiliza. Pezzolo menciona:

Tecido de algodão resistente feito com mistura de fios azuis na trama e brancos no urdume ou vice-versa. Foi feito originalmente em Nimes, na França, era conhecido como “serge de Nimes”, de onde surgiu seu nome (de Nimes; denim). O denim foi utilizado nas velas do veleiro de Cristovão Colombo em viagem de descoberta da América, em 1492. No século XIX, era usado na confecção de calças resistentes para marinheiros da cidade de Gênova. (PEZZOLO 2007, p.303)

A qualidade e resistência desse tecido fez com que Levis Strauss decidisse usá-lo para a criação de uma calça, que se tornaria o jeans. Com o passar do tempo esta peça se tornou um uniforme, pela sua durabilidade e facilidade de lavagem. Foi muito utilizada pelos trabalhadores de serviços pesados no início do século XX. E depois de 1950 se tornaria uma peça de vestuário.

### 3 METODOLOGIA

Considerando Lakatos (2007), a pesquisa bibliográfica consiste da reunião, compilação e análise de material bibliográfico acerca do tema de estudo. Neste trabalho se buscou, preliminarmente, compreender a evolução da imagem feminina no contexto de academias de musculação, e os objetivos das mulheres nesta prática esportiva, para propor soluções a problemas encontrados nas calças *jeans*.

Ainda se propõe a utilização de um estudo de campo, mencionado por Gil (2009) como ferramenta para conhecer o comportamento das pessoas que integram o universo da pesquisa, através da interrogação direta acerca do problema estudado. Utilizando uma abordagem qualitativa, através da aplicação de questionário aberto, há uma simplificação no trabalho analítico, uma vez que esta é realizada por meio de instrumentos padronizados a fim de atingir os objetivos da pesquisa, com o intuito de obter conclusões sobre os dados coletados.

Neste sentido, o autor busca a exploração da realidade, feito com o público alvo que frequenta academias de musculação objetivando ganhos de massa muscular. Por fim, a natureza de pesquisa aplicada tem por objetivo saber informações sobre o público e características relevantes. Neste caso, o questionário aplicado apenas às mulheres frequentadoras de academias de Apucarana e que possuem o padrão estético em questão.

Essa abordagem foi pouco utilizada para este tema, portanto, o autor deve mostrar os conhecimentos próprios para uma análise descritiva, na qual descreve o estudo e as problemáticas apresentando os fatos e fenômenos. Nesse contexto, posteriormente, outros autores podem reproduzir o estudo utilizando o mesmo objeto a fim de se verificar a reprodutibilidade dos resultados.

A pesquisa será realizada dentro de um procedimento de amostragem não probabilística, com amostragem intencional de cerca de 30 mulheres que se encaixaram no perfil do público-alvo e que forneceram os dados intencionalmente para o autor. A partir deste resultado, os dados tabulados para o desenvolvimento de uma tabela de medidas que foi elaborada, para se enquadrar às necessidades do público.

### 3.1 PESQUISA DE CAMPO

Questionário com perguntas de múltipla escolha e de medidas para ser respondidas pelo público, para entende sobre seus gostos e poder ter as dimensões das medidas corporais.

### 3.2 COLETA DE DADOS

Trinta mulheres praticantes de musculação de academias de Apucarana-PR, responderam o questionário que está apêndice a e medidas conforme imagem abaixo, os resultados em gráficos para melhor entendimento, os dados das medidas foram tabulados e chegou-se a tabela apresentada no capítulo de antropometria.

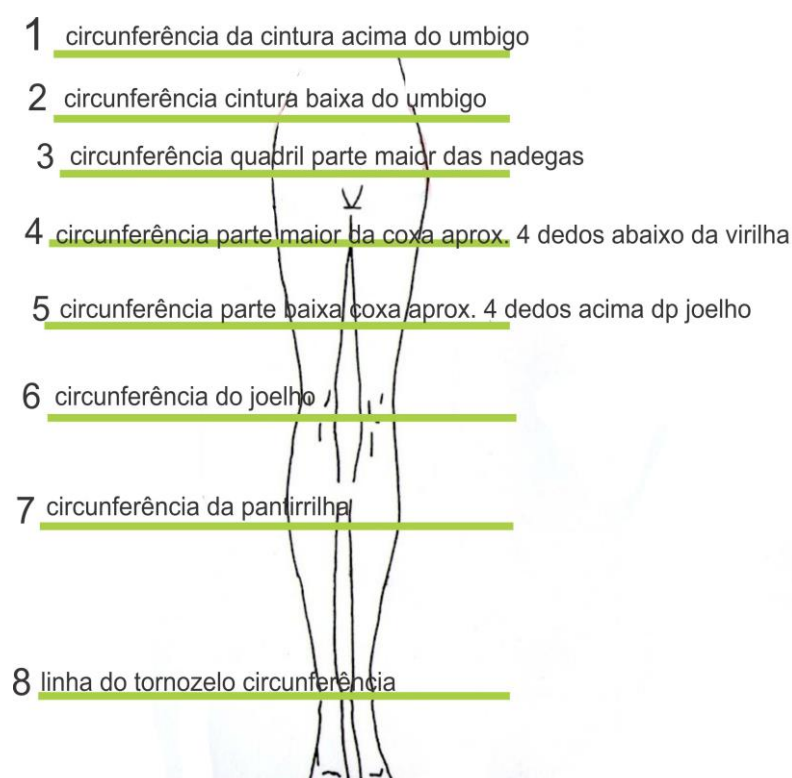


Figura 10: Pesquisa de Campo  
Elaborada pelo autor

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme mencionado na secção anterior os dados foram levantados através de questionário aplicado a mulheres praticantes de musculação. Os gráficos 1 a 7 trazem os resultados para a amostra pesquisada.

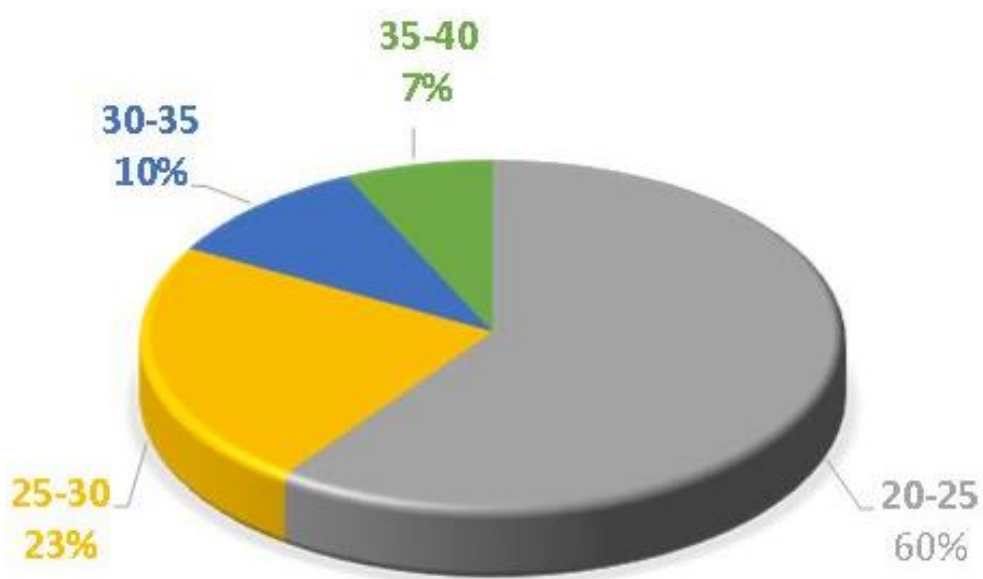


Figura 11: Faixa etária da amostra  
Fonte: Elaborado Pelo Autor (2015)

Pergunta 1, mostra que a grande maioria das entrevistadas tem a idade de 20 a 25 anos.

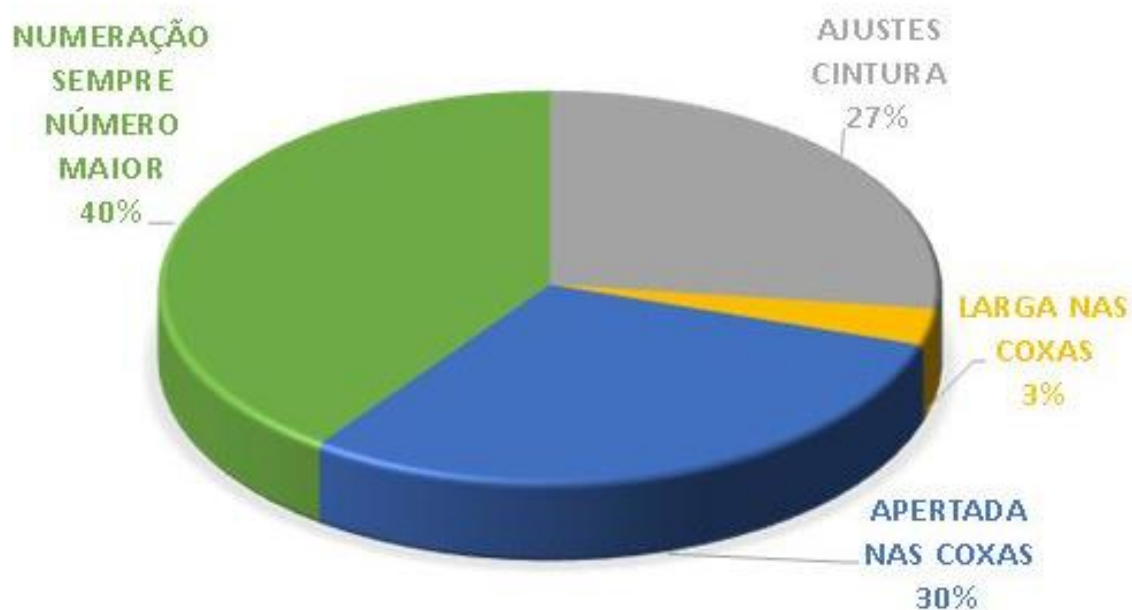


Figura 12: Dificuldades do público ao adquirir calça jeans.  
Fonte: Elaborado Pelo Autor (2015)

A pergunta 2, mostra que a maioria pesquisada necessita comprar número maior de calça jeans.

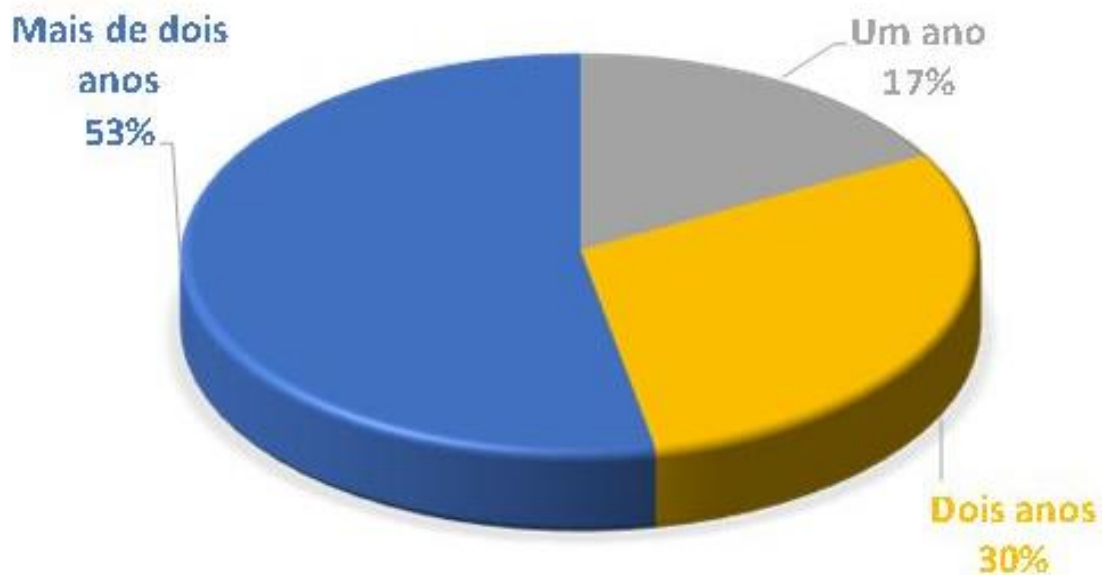


Figura 13: Tempo da prática de musculação  
Fonte: Elaborado Pelo Autor (2015)

A questão 3, mostra que a maioria das mulheres são praticantes de musculação a mais de 2 anos.

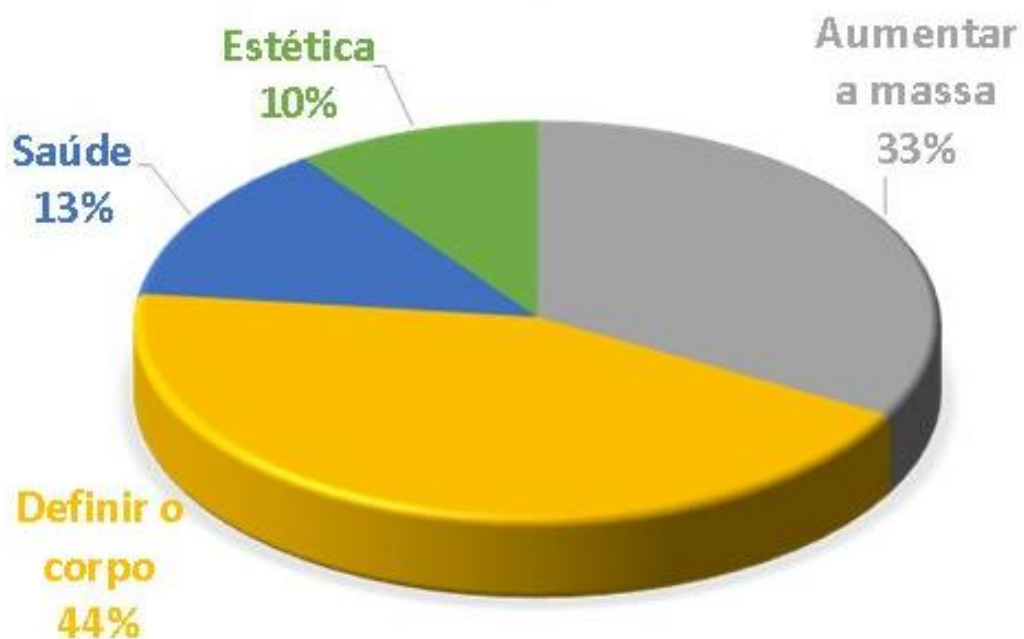


Figura 14: Motivos que levaram a prática da musculação.  
Fonte: Elaborado Pelo Autor (2015)

A questão 4, mostra que a maioria das mulheres buscam definição do corpo na academia.

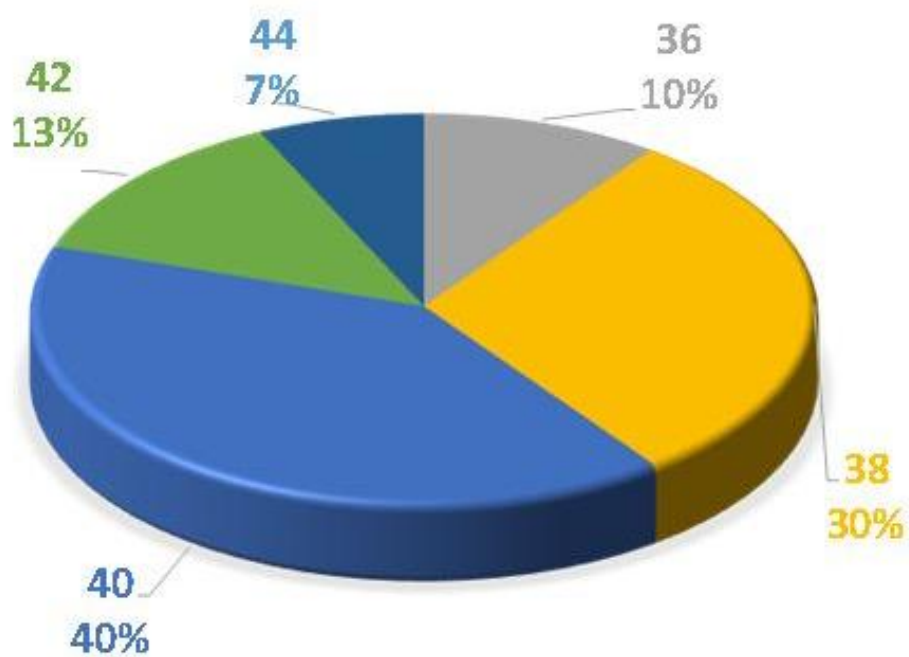


Figura 15: Numeração utilizada pelo público alvo.  
Fonte: Elaborado Pelo Autor (2015)

A questão 5, mostra que a maioria das mulheres, ao comprar uma calça jeans compra número 40.



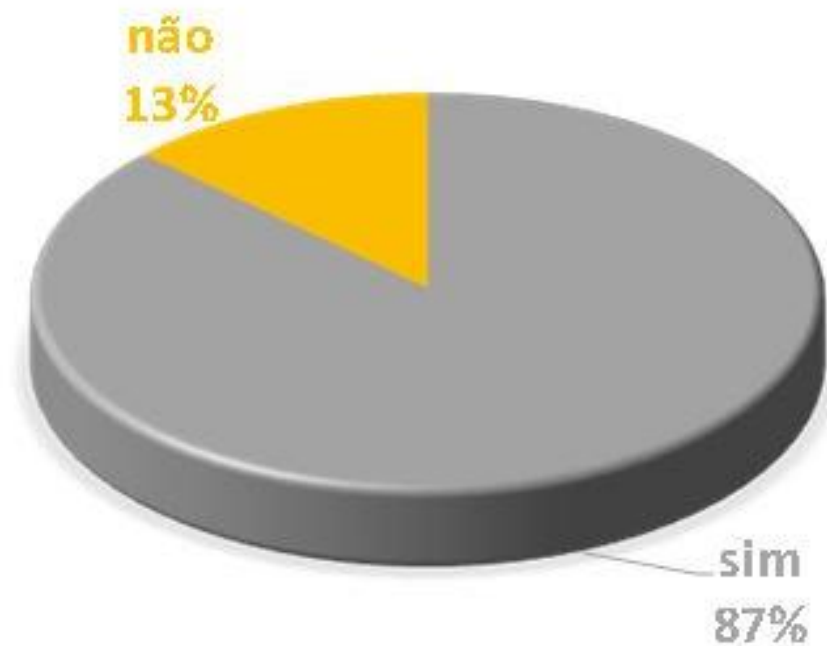


Figura 16: Preferência por Elastano  
Fonte: Elaborado Pelo Autor (2015)

A questão número 6, mostra que a maioria das mulheres gostam de usar calças jeans com elastano.

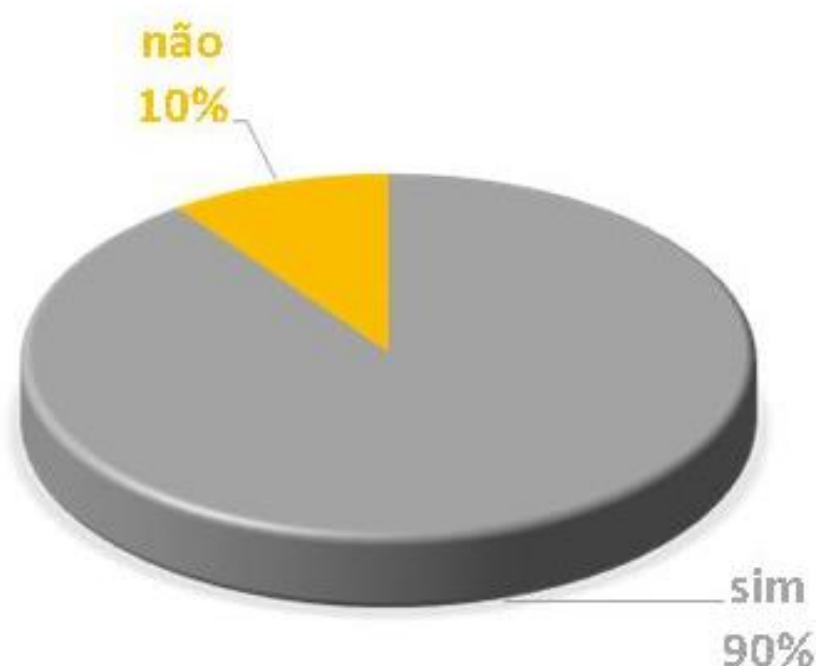


Figura 17: Suplementação Alimentar  
Fonte: Elaborado Pelo Autor (2015)

A questão número 7, mostra que a maioria das mulheres toma suplementos alimentares. Reafirmando o fato discutido na introdução que as mulheres procuram acompanhamento de nutricionistas para otimizar os resultados de suas atividades físicas.

#### 4.1 ANALISE DA PESQUISA

Após a tabulação dos dados verificou-se que, essas mulheres têm a cintura na média de tabelas de medidas utilizadas na maioria das empresas, entretanto as participantes de musculação acabam tendo medidas diferentes de quadril e coxa, sempre acima do fornecido pelas tabelas. Neste sentido se propõe o trabalho com ajustes da modelagem de calças jeans, para estar aliando o prazer da musculação à

definição e ajuste das peças em *jeans*, através do uso da tabela adequada a esta diferença de medidas para o público alvo.

**Tabela 2 - Tabela de medidas I**

TAMANHOS	36	38	40	42	44	46
Circunferência cintura acima umbigo	60	64	68	72	76	80
Circunferência cintura abaixo umbigo	64	68	72	76	80	84
Circunferência quadril parte maior das nádegas	94	98	102	106	110	114
Medida gancho frente	29	30	31	32	33	34
Medida gancho costa	39	40	41	42	43	44
Circunferência coxa aprox. 4 dedos abaixo virilha	56	58	60	62	65	68
Circunferência coxa aprox. 4 dedos acima do joelho	45	47	49	51	54	57
Circunferência do joelho	36,5	37	37,5	38	29	40
Circunferência da panturrilha	36	38	38	39	40	41
Circunferência do tornozelo	20,5	21,5	22	22,5	23	24

Tabela 4 - Medidas do público alvo  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

O estudo da tabela foi através de questionário com perguntas abertas, para que o público participante escrevesse suas medidas, em princípio foi feito com 30 mulheres sendo constituída com perguntas e determinadas medidas. Com a primeira

tabela pronta, verificou-se que seria necessária nova pesquisa, para confirmar alguns resultados, isso considerado, foi refeito a segunda pesquisa com o mesmo questionário, com medidas de mais 30 mulheres da mesma faixa etária, para ter uma conclusão melhor sobre as medidas do público alvo.

Com as respostas da segunda pesquisa, obteve-se o conhecimento sobre alguns desejos e necessidades a serem atendidas, e a verificação sobre as diferenças de medidas corporais.

Após ter os dados coletados, o primeiro passo foi separar as respostas de múltiplas escolhas e elaborado os gráficos, segundo passo a separação das medidas do corpo, conforme o tamanho que cada uma anotou.

O processo para construção foi pela média das medidas, com as quais se fez a somatória das medidas de cada parte do corpo e dividido pela quantidade de pessoas daquele tamanho, mas vale ressaltar que, as medidas podem variar em média de um cm para mais ou para menos, obtendo a média, pois o corpo humano jamais terá suas medidas idênticas.

O corpo das mulheres pesquisadas sofre mudanças com exercícios físicos, e os resultados são diferentes, assim perceberam-se os detalhes, e com os conhecimentos de livros de modelagem, e a prática exercida pelo autor na área do vestuário com o trabalho de modelista, foram aplicados os conhecimentos para a obtenção das medidas apresentadas na tabela final.

As medidas como a da cintura foi a que se manteve como maioria das tabelas existentes em livros, revistas e sites especializados em modelagem, o quadril, medidas da coxa e panturrilha são as medidas onde se verificou a diferenças, mas vale ressaltar que, são medidas estabelecidas e também as de empresas, no caso de sites sobre o assunto, as quais têm por base tabelas existentes ou mesmo por medidas de modelos que provam suas peças.

Nas modelagens o que se percebe em calças jeans é que as pernas são apertadas para este público, e a cintura das peças um pouco mais larga, por exemplo, uma pessoa que usa o número 38 de calça, engorda um pouco ela ainda continua usando a mesma numeração, por a modelagem ser maior na cintura, e para pessoas que têm corpo com abdômen definido, está deverá comprar um número maior e precisam de ajustes, por serem peças que sobram na cintura.

Esse foi o intuito da pesquisa e do trabalho, as análises feitas, os estudos aplicados e os conhecimentos tácitos tornaram-se explícitos.

A tabela constitui o conhecimento aplicado, a qual foi utilizada para a o desenvolvimento e confecção das peças, e as dificuldades sanadas para o público alvo feminino praticante de musculação.

## 5 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

### 5.1 EMPRESA

A empresa de razão social HF confecções, nome fantasia *Iron Women* e porte pequeno, terá sede instalada na cidade de Apucarana, norte do Paraná. Os produtos do mercado *jeanswear* serão voltados ao público feminino adulto.

Com a proposta de coleções alinhadas as mais recentes tendências de mercado, desenvolvidas por equipe jovem, atenta e disposta, se buscará atender as necessidades das consumidoras. Neste sentido, o trabalho de pesquisa e criação, confecção das peças piloto e das peças aprovadas será feito pela própria empresa. Processos de estamparia, bordado computadorizado e lavanderia serão terceirizados por outras empresas da região.

#### 5.1.1 Concorrentes Diretos

A marca Labellamafia, marca de segmento *fitness*, do mercado *jeanswear*, voltada para público feminino praticante de academia.

#### 5.1.2 Concorrentes Indiretos

Pode-se citar as marcas Sawary Jeans, Cacau Jeans e Pit bull Jeans cujas modelagens proporcionam bom caimento e conforto a esse público. Dentre essas, os concorrentes indiretos, a empresa que se mais destaca na adequação ao padrão de corpo é a Pit bull jeans, entretanto, devido ao exagero em detalhes e brilho muitas consumidoras optam por comprar produtos das outras marcas.

## 5.2 A MARCA

IRON WOMEN é uma marca do mercado *jeanswear*, focada no público feminino jovem, e que cultiva o frescor da juventude através de hábitos de vida saudáveis, com alimentação balanceada e a prática de exercícios físicos.

Através de coleções atualizadas às tendências do mercado, desenvolvidas por equipe de profissionais competentes e qualificados, se objetiva criar peças básicas, versáteis e sofisticadas perfeitas tanto para as necessidades do dia a dia quanto para as ocasiões sociais como o *happy-hour* com os amigos.

Se propõe através da qualidade das matérias primas e das modelagens, agradar as consumidoras e ser um diferencial no segmento. O conforto e a satisfação de se ter um produto da IRON WOMEN será proporcionado tanto para mulheres com corpos definidos, quanto para mulheres não praticantes de exercícios físicos, que possuem coxas e glúteos maiores como as medidas usadas para a confecção de produtos da marca.



Figura 18: Imagem da marca  
Fonte: Elaborada pelo autor

### 5.3 CONCEITO

Moda, conforto e sensualidade é a proposta da marca. O conforto físico será atingido através de modelagens adaptadas às medidas das consumidoras. Procurar-se-á agregar a sensualidade, sem vulgaridades, trazendo para o público alvo, maior variedade de peças e opções como diferencial dos produtos, a adaptação às formas do corpo.

### 5.4 SISTEMA DE VENDAS E PREÇOS PRATICADOS

A venda ao público será feita por loja própria (Figura 23), localizada na Avenida Curitiba número 1052 Apucarana Pr e pelo site da marca. A marca para ter um alcance a nível nacional, além do site terá representantes comerciais que vai levar e apresentar nossas peças para lojas de vendas de vestuário de *jeanswear* para conhecer o produto em mãos, tendo assim o crescimento da marca em uma posição de destaque no mercado *jeanswear* no país. Os preços praticados variarão de R\$ 100,00 a R\$ 250,00 para venda ao varejo.



Figura 19: Fachada da loja  
Elaborada pelo autor



## 5.5 MARKETING E PROMOÇÃO

A marca em busca de reconhecimento no setor, especificamente para mulheres praticantes de musculação. Participará de eventos da área fitness, com stands, modelos vivos apresentando seu produto onde os mesmos poderão ver qualidade de matérias e o caimento no corpo.

A Iron Women como uma marca de *jeanswaer* voltada para mulheres com corpo com maior volume muscular. Parcerias com academia na divulgação de seus produtos colocando banner de apresentação e catálogos das novas coleções.

A cada nova coleção realizar coquetéis com desfiles, e as modelos seriam as próprias frequentadoras, com isso podem conhecer melhor os produtos. Com essas estratégias de marketing sendo uma ferramenta para promover um reconhecimento maior localmente e a participação de eventos fitness o propósito de reconhecimento poderá ser a nível nacional.

Com a utilização mídias de comunicação sociais, através do Facebook, Instagram e site da marca se objetiva aumentar a visibilidade da marca, reduzindo custos com publicidade e o tempo com o qual o consumidor tem acesso a informação. Desta forma, pretende-se aumentar a informação do cliente sobre a marca e os produtos, e, ganhar fatias maiores do público alvo.

## 5.6 PÚBLICO ALVO

### 5.6.1 Perfil Do Público Alvo

Público jovem estudante e alguns já no mercado de trabalho amante de vida saudável. Praticam esportes e tem alimentação balanceada, vida social ativa com muitos amigos e compromissos como uma balada a noite ou uma simples refeição a tarde.

Gosta de praticidade por ter vida corrida de muitos compromissos, e, em seu guarda roupa não pode faltar um jeans prático que combina perfeitamente com qualquer momento.



Figura 20: Público Alvo

Fonte: <<http://treinoparamulher.com.br/wp-content/uploads/2013/02/musculacao-mulher.jpg>>

## 5.6.2 Painel estilo de vida



Figura 21: Painel De Estilo De Vida Público Alvo  
Fonte: Elaborada pelo autor

## 5.7 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

As fontes de pesquisa de tendências foram: Revistas de moda nacionais e internacionais, birôs de moda, internet, books internacionais de tendências.

### 5.7.1 Macrotendências

As marcas de renome em moda vêm trazendo em seus desfiles as tendências do verão 2016. Segundo o Sebra Mercados as novas tendências serão:

*Day Dreamers*- para criar um estilo alegre, as texturas serão microgeométrica; as aparências, caleidoscópica; e haverá também entrelaçados uma nova geração de couro. Ficarão de fora os metais pesados.

*Name no Name*- Estilos dos “normais”. Esse conceito traz o unissex como o ponto em evidência, trazendo materiais básico, leves e modernos em sua fabricação. Remetendo a um estilo pouco formal, mas muito confortável ao usuário. O couro terá um toque mais ativo e técnico.



Figura 22: *Name no Name*

Fonte: < <http://olhomagi.co/tendencia-moda-unissex/> >

*Sun Design*- um novo modo de interpretar o tropico, haverá mescla de flores com animal print, entrelaçados irregulares no couro, cores intensas, acabamentos manuais, camadas peroladas e estampas diversas.



Figura 23: *Sun Design*

Fonte: < <http://blog.santaeulalia.com/wp-content/uploads/2014/02/ami02.jpg> >

### 5.7.2 Microtendências

As tendências para essa estação estão mais diversificadas. Antigamente o jeans era apenas um produto para o dia a dia, mas hoje ele é sinônimo de criatividade e elegância. As peças são elaboradas sendo trabalhadas com recortes, designs diferenciados e inovadores utilizando matérias prima com modelagens mais confortáveis e ergonômicas.

*Super 80's*- Volta o movimento das ruas dos anos 80, é uma nova tendência da cultura jovem. Jeans é o novo preto. Saia é a nova calça.





Figura 24: tendência Super 80's  
 Fonte:< <http://jaststyle.com/2014/07/17/anos-80s/>>

*Super 90's*- movimento grunge e Kurt Cobain são fontes de inspiração. A cultura de musica de rua e esportes será palco para grandes editoriais de moda, all Jeans, jardineira, cropped.



Figura 25: tendência Super 90's  
 Fonte:< <http://soymoda.net/wp-content/uploads/2015/01/5.-El-estilo-grunge.jpg>>

*Galeria de arte*- busca aproximação emocional e pessoal com peças de vestuário. A roupa é a tela, uma extensão do atelier de algum artista, intervenção, “faça você mesmo”.

## 6 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

### 6.1 DELIMITAÇÃO DO PROJETO

De acordo com Treptow (2007), a preocupação de um designer de moda deve centrar-se não apenas na comercialização de um produto, mas na funcionalidade e nos benefícios que possa proporcionar ao usuário.

Analisando isso, a empresa propõe modelagem mais confortável para suprir esta necessidade de pessoas praticantes de musculação ou até mesmo pessoas que não são adeptas a práticas, mas necessitam das características investigadas nos produtos que consomem.

Na figura 30, se observa o exemplo de pessoa que compra calça de numeração maior e futuramente precisará fazer ajustes. Na figura 31 o exemplo de utilização de numeração inferior que faz com que as caças fiquem apertadas na perna e muito justas trazendo desconforto ao usar a peça.

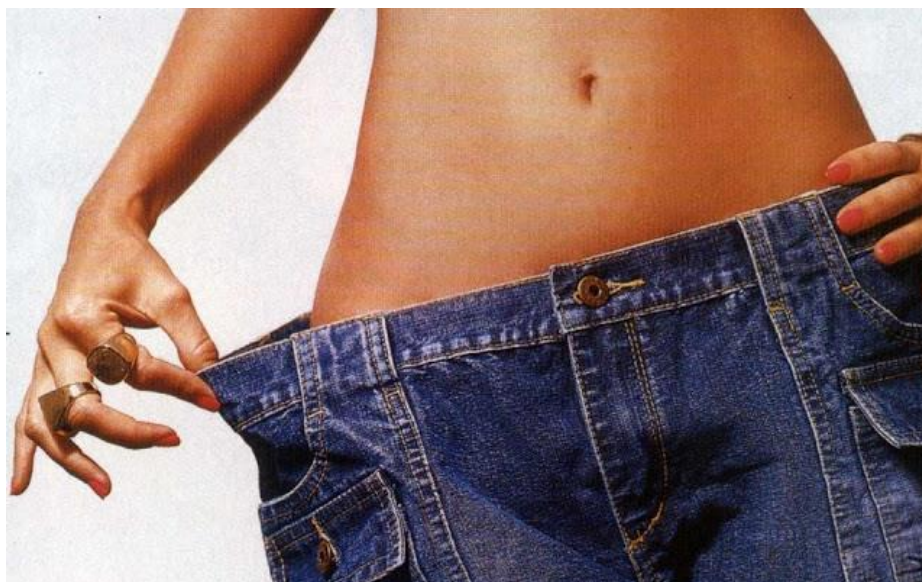


Figura 26: Calça numeração superior

Fonte: <http://www.treinoanimal.com/onde-vai-parar-a-gordura-que-perdemos/>

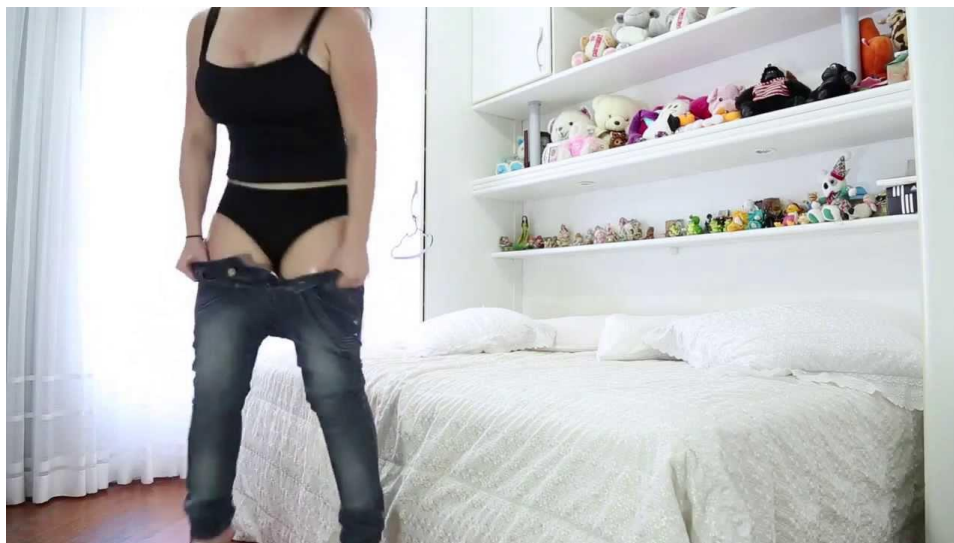


Figura 27: Calça numeração inferior

Fonte: <https://www.google.com.br/search?q=MULHER+CAL%C3%87A+LARGA+CINTURA>

Se procurará atender as necessidades estéticas desde estilos mais básicos a peças com tendências anos 70 , *hippie* e *gipsy* com peças com brilho detalhes em florais, com costuras contrastantes e efeitos de *used* nas lavagens, e com pigmentos de efeitos que talem aparecia de despojado envelhecido dando personalidade as peças.

## 6.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

### 6.2.1 Nome da coleção

A coleção com o nome de AFRODITE, deusa grega do amor da beleza, procura realçar esta característica da mulher através do realce de suas curvas mostrando a sensualidade natural através de belas peças *jeanswear*.





Figura 28: Imagem da coleção modificada pelo autor

Fonte: <http://cultura.culturamix.com/blog/wp-content/gallery/mitologia-grega-afrodite/mitologia-grega-afrodite-4.jpg>

### 6.2.2 Conceitos da Coleção

Para satisfazer as necessidades ergonômicas deste público se buscará constantemente desenvolver modelagens que se adaptem às medidas corporais e a utilização de matérias primas que proporcionem maior conforto. Com isso, a Iron Women Jeans atenderá as necessidades estéticas e antropométricas valorizando as formas do corpo feminino.

### 6.2.3 Formas e Estruturas

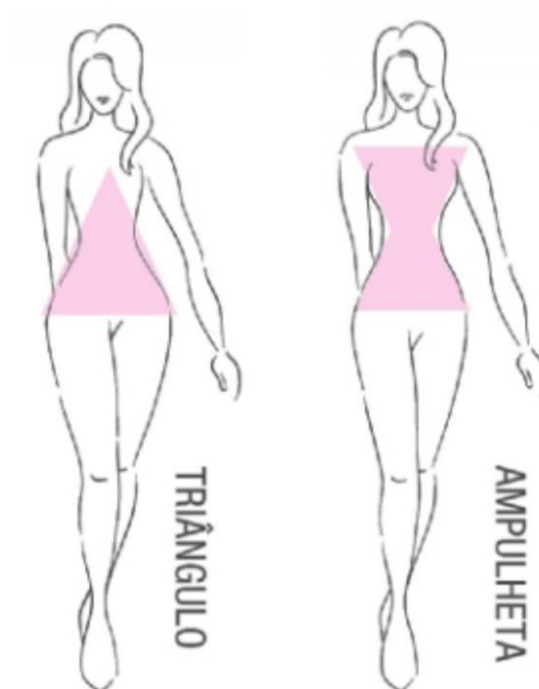


Figura 29: Shapes quadril  
Fonte: Jones

Segundo Jones (2005, p. 217) *shape* é “a forma geral de uma roupa ou coleção reduzida a uma descrição geométrica ou alfanumérica”. Para o público estudado se propõe a utilização dos *shapes* triangulo quadril maior e ampulheta quadril e ombros largos, para atender as necessidades discutidas nas seções anteriores.

### 6.2.4 Tecnologias

A coleção usa como tecnologia, matérias primas de qualidade e durabilidade, o tecido jeans misto com poliéster, e elastano para agregar conforto e praticidade aos consumidores.

Lavagens com empresas com processos inovativos, ambientalmente responsáveis proporcionarão embelezamento estético dos produtos da Iron Women.

As modelagens serão desenvolvidas através de sistemas *CAD*, tecnologia que facilita o processo de um modelista para a criação ou interpretação de moldes. O sistema permite que o modelista construa ou manipule moldes de forma rápida, e faça o encaixe das peças para posteriormente ser cortado em produção, impresso com uma impressora plotter otimizando o gasto de matéria prima e reduzindo o tempo do processo.

#### 6.2.5 Dimensionamento e Mix da coleção

<b>Peças</b>	<b>Quantidade</b>
<b>Calça flare</b>	<b>3</b>
<b>Calça reta</b>	<b>5</b>
<b>Cigarrete</b>	<b>12</b>
<b>Shorts</b>	<b>7</b>
<b>Mini- saia</b>	<b>3</b>
<b>Jaquetas</b>	<b>3</b>
<b>Macacão</b>	<b>2</b>

Quadro 5: Dimensionamento Mercadológico  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

<b>Mix da coleção</b>	<b>%</b>
<b>Básico</b>	<b>50%</b>
<b>Vanguarda</b>	<b>17%</b>
<b>Fashion</b>	<b>33%</b>

Quadro 6: Mix de produtos  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

## 6.3 CARTELA DE CORES

*CARTELA DE CORES VERÃO 2016**BRANCO (WHITE TPX)**CINZA CLARO (14-0060 TPX)**AZUL (14-4812 TPX)**AMARELO (12-0736 TPX)**OCRE (16-1149 TPX)**MARINHO (19-4118 TPX)**ROXO (18-1710 TPX)**VERDE (19-7148 TPX)**COBRE BRILHO (17-1656 TPX)**VERMELHO (19-1650 TPX)**PRETO*

Cartela de cores  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

## 6.4 CARTELA DE MATERIAIS



## CARTELA DE MATERIAIS VERÃO 2016

*DENIM***Denim Cannes**

Composição  
75% algodão  
28% poliéster  
2% elastano  
Fornecedor  
Covolán textil

*DENIM***Denim Cores**

Composição  
75% algodão  
28% poliéster  
2% elastano  
Fornecedor  
Capricornio textil

*ZÍPER***Zipper metal**

Composição  
cadaço: 100% algodão  
Dentes e cursor:  
100% metal  
Fornecedor  
Corrente

*BOTÃO DOURADO***Botão  
znf 11**

Composição  
100% Latão  
Fornecedor  
Dallmac

*BOTÃO GRAFITE***Botão  
znf11**

Composição  
100% Latão  
Fornecedor  
Dallmac

*REBITÉ DOURADO***Rebite  
Ip**

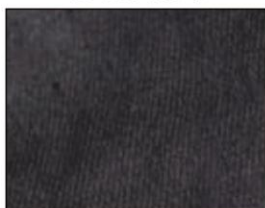
Composição  
100% Latão  
Fornecedor  
Dallmac

*LINHA OCRE***Linha Dinner**

Composição  
100% poliéster  
Fornecedor  
LinhasTriche

*LINHA CINZA***Linha Dinner**

Composição  
100% poliéster  
Fornecedor  
LinhasTriche

*DENIM***Denim Jet Resinado****Composição**98% algodão  
2% elastano**Fornecedor**

Canatiba textil

*DENIM***Denim Argos****Composição**97% algodão  
3% elastano**Fornecedor**

Capricornio textil

*BOTÃO DOURADO***Botão  
zn 11****Composição**

100% Latão

**Fornecedor**

Dallmac

*BOTÃO COBRE BRILHO***Botão  
znf 11****Composição**

100% Latão

**Fornecedor**

Dallmac

*REBITE COBRE BRILHO***Rebite  
lp****Composição**

100% Latão

**Fornecedor**

Dallmac

*REBITE GRAFITE***Rebite  
lp****Composição**

100% Latão

**Fornecedor**

Dallmac

*LINHA PALHA***Linha Dinner****Composição**

100% poliester

**Fornecedor**

LinhasTriche

*LINHA PRETA***Linha Dinner****Composição**

100% poliester

**Fornecedor**

LinhasTriche



## 6.5 GERAÇÕES DE ALTERNATIVAS



Figura 30: Look 1  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 31: Look 2  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).





Figura 32: Look 3  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 33: Look 4  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 34: Look 5  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 35: Look 6  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 36: Look 7  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 37: Look 8  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 38: Look 9  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 39: Look 10  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 40: Look 11  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 41: Look 12  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 42: Look 13  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 43: Look 14  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 44: Look 15  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 45: Look 16  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 46: Look 17  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 47: Look 18  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).





Figura 48: Look 19  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 49: Look 20  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 50: Look 21  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 51: Look 22  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 52: Look 23  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 53: Look 24  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 54: Look 25  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

## 6.6 JUSTIFICATIVA DE LOOKS



Figura 30: Look 1  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Shorts cós médio alto, ajuda a modelar abdome da mulher, frente com estampa floral, fechamento com botões, parte traseira com pala curvada, a qual ajuda no caimento da peça ao corpo, bolso traseiro tradicional, lavagem de amaciado com *used*.



Figura 35: Look 6  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Shorts cós médio alto, ajuda a modelar abdome da mulher, frente com pregas no espelho, parte traseira com pala curvada, a qual ajuda no caimento da peça ao corpo, bolso traseiro curvado, lavagem de amaciado com *used*.



Figura 36: Look 7  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Shorts cós médio alto, frente com revel simples, bolso relógio, traseira com pala curvada, a qual ajuda no caimento da peça ao corpo, bolso traseiro curvado e com recorte, lavagem de amaciado com *used*.



Figura 39: Look 10  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Calça *flare* cós médio alto, ajuda a modelar abdome da mulher, parte traseira pala curvada ajuda com caimento da peça ao corpo, bolso traseiro tradicional, lavagem délavé.





Figura 41: Look 12  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Cigarrete com o cós médio alto ajuda a modelar abdome da mulher, parte traseira pala curvada ajuda com caimento da peça ao corpo, bolso traseiro curvado, feita em tecido jeans resinado, imitação de couro e lavagem amaciada.



Figura 43: Look 14  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Cigarret cós médio alt, ajuda a modelar abdome da mulher, parte traseira com pala curvada, ajuda com caimento da peça ao corpo, bolso traseiro tradicional e lavagem délavé e puída forte para deixar a peça despojada.



Figura 44: Look 15  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Calça flare cós médio alto, ajuda a modelar abdome da mulher, frontal com revel floral, parte traseira pala meio curvada ajuda com caimento da peça ao corpo, bolso traseiro com recorte floral e efeito de lavagem amaciado.



Figura 47: Look 18  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Calça flare cós médio alto, ajuda a modelar abdome da mulher, com revel duplo, fechamento em botões parte traseira, pala meio curvada, ajuda a melhorar o caimento da peça ao corpo, bolso traseiro tradicional e lavagem délavé.



Figura 48: Look 19  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Cigarrete cós médio alto ajuda a modelar abdome da mulher, parte traseira com pala curvada que ajuda com caimento da peça ao corpo, bolso acompanha modelo da pala, detalhes no revel em couro dourado.



Figura 51: Look 22  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Legging jeans é um modelo mais justo, cós médio alto, ajuda a modelar abdome da mulher, parte frontal um recorte vindo da parte da pala, parte traseira com pala curvada ajuda com caimento da peça ao corpo, bolso curvado com recorte, como detalhe ornamental e lavagem amaciada e efeitos de *used*.



Figura 52: Look 23  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Macacão modelo tomara que caia com recortes para cinturar a peça, todo fechamento com botões, com efeito de degrade feito em lavanderia.



Figura 53: Look 24  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Macacão bolso frontal e alças, com botões para fechamento nas laterais, bolsos traseiros modelo com curvas e efeitos de puídos na lavagem para ficar despojado.



## 6.7 PRANCHAS DOS LOOKS

## LOOK 1 REF:101 CIGARRETE CASUAL



Figura 55: Prancha do look 1  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



## LOOK 2 REF:102 CALÇA FLARE



Figura 56: Prancha do look 2  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



## LOOK 3 REF:103 CIGARRETE HARD



Figura 57: Prancha do look 3  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



## LOOK 4 REF:104 CIGARRETE JEANS RESINADO



Figura 58: Prancha do look 4  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



## LOOK 5 REF:105 LEG JEANS



Figura 59: Prancha do look 5  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



## LOOK 6 REF:106 LEG JEANS COM DETALHES



Figura 60: Prancha do look 6  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



## LOOK 7 REF:200 SHORTS DESFIADO



Figura 61: Prancha do look 7  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



## LOOK 8 REF:SHORTS DESFIADO FLORAL



Figura 62: Prancha do look 8  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



FICHAS TÉCNICAS  
FICHA TÉCNICA REF:101 CIGARRETE CASUAL

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 101 Cigarrete casual COLEÇÃO: Verão 2016 PRODUTO: Calça	MARCA: Iron Women TAMANHO PILOTO: 40 GRADE: 36 a 46	ESTILISTA: Hélison MODELISTA: Hélison DATA: 20/05/15



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Denim Cannes	Covolán extil	75% algodão 28% poliéster 2% elastano	1,25 mts	13,12

#### AMOSTRAS



Denim cannes

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão Nzf 11	Fornecedor Dallmac	Dourado	2	0,50
Rebite lp	Fornecedor Dallmac	Dourado	10	0,02
Couro Dourado	Luíz etiquetas	Preto	1	0,12
Zipper de Metal	Corrente	Marinho	1	0,35

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tamanho	Eticatex	Branca	1	0,03

VARIAÇÃO CORES				



**ESTAMPARIA:**

REF:Não  
 TAMANHO:Não  
 VALOR:Não

CORES:

**BORDADO:** Sim

REF: Logo  
 QUANT. PONTOS: 2.500  
 TIPO DE PONTOS: Satin

LOCALIZAÇÃO: Etiqueta

OBS:

**LAVANDERIA:** Sim

LAVAGEM: Amaciado  
 VALOR: R\$2,50

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
	8	8	10	12	12					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:			72				69			
Quadril:			107				103			
Gancho frente:			31				28,5			
Gancho Traseiro:			42				40			
Barra:			14,5				13			
Entreperna:			82				80			

## FICHA TÉCNICA REF:102 CALÇA FLARE

## FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 102 Calça Flare  
COLEÇÃO: Verão 2016  
PRODUTO: Calça

MARCA: Iron Women  
TAMANHO PILOTO: 38  
GRADE: 36 a 46

ESTILISTA: Hélison  
MODELISTA: Hélison  
DATA: 20/05/15



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Denim Cannes	Covolán textil	75% algodão 28% poliéster 2% elastano	1,30 mts	13,65

#### AMOSTRAS



Denim cannes

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão Nzf 11	Fornecedor Dallmac	Dourado	2	0,50
Rebite lp	Fornecedor Dallmac	Dourado	10	0,02
Couro Dourado	Luíz etiquetas	Dourado	1	0,12
Zipper de Metal	Corrente	Marinho	1	0,35

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tamanho	Eticatex	Branca	1	0,03

#### VARIAÇÃO CORES



**ESTAMPARIA:**

REF:Não  
 TAMANHO:Não  
 VALOR:Não

CORES:

**BORDADO:** Sim

REF: Logo  
 QUANT. PONTOS: 2.500  
 TIPO DE PONTOS: Satin

LOCALIZAÇÃO: Etiqueta

OBS:

**LAVANDERIA:** Sim

LAVAGEM: Delavê  
 VALOR: R\$ 4,00

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
	8	8	10	12	12					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:			67				65			
Quadril:			101,5				99			
Gancho frente:			29,5				27			
Gancho Traseiro:			40				38			
Barra:			25,5				24			
Entreperna:			80				78			



## FICHA TÉCNICA REF:103 CIGARRETE HARD


## FICHA DESENVOLVIMENTO

**REF:** 103 Cigarrete hard  
**COLEÇÃO:** Verão 2016  
**PRODUTO:** Cigarrete

**MARCA:** Iron Women  
**TAMANHO PILOTO:** 40  
**GRADE:** 36 a 46

**ESTILISTA:** Hélison  
**MODELISTA:** Hélison  
**DATA:** 20/05/15



<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Denim Cores	CapricornioTextil	75% algodão 28% poliéster 2% elastano	1,25 mts	18,75
<b>AMOSTRAS</b>				
		Denim cores		
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Botão Nzf 11	Fornecedor Dallmac	Cobre brilho	2	0,50
Rebite Ip	Fornecedor Dallmac	Cobre brilho	12	0,02
Couro Dourado	Luíz etiquetas	Dourado	1	0,12
Zipper de Metal	Corrente	Marinho	1	0,35
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Tamanho	Eticatex	Branca	1	0,03
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				



**ESTAMPARIA:**

REF:Não  
 TAMANHO:Não  
 VALOR:Não

CORES:

**BORDADO:** Sim

REF: Logo  
 QUANT. PONTOS: 2.500  
 TIPO DE PONTOS: Satin

LOCALIZAÇÃO: Etiqueta

OBS:

**LAVANDERIA:** Sim

LAVAGEM: Delavê e super puidos  
 VALOR: R\$ 5,00

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
	8	8	10	12	12					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:			72				68			
Quadril:			107				103			
Gancho frente:			31				29			
Gancho Traseiro:			42				40			
Barra:			15				14			
Entreperna:			82				80			

## FICHA TÉCNICA REF:104 CIGARRETE JEANS RESINADO

## FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 104 Cigarrete jeans resinado  
COLEÇÃO: Verão 2016  
PRODUTO: Calça

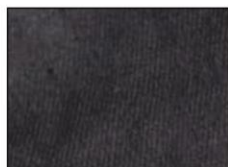
MARCA: Iron Women  
TAMANHO PILOTO: 40  
GRADE: 36 a 46

ESTILISTA: Hélison  
MODELISTA: Hélison  
DATA: 20/05/15



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Denim Jet resinado	Canatiba textil	98% algodão 2% elastano	1,25 mts	13,12

#### AMOSTRAS



Jet resinado

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão Nzf 11	Fornecedor Dallmac	Grafite	2	0,50
Rebite Ip	Fornecedor Dallmac	Grafite	12	0,02
Couro Dourado	Luíz etiquetas	Preto	1	0,12
Zipper de Metal	Corrente	Marinho	1	0,35

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tamanho	Eticatex	Branca	1	0,03

VARIAÇÃO CORES				



**ESTAMPARIA:**

REF:Não  
 TAMANHO:Não  
 VALOR:Não

CORES:

**BORDADO:** Sim

REF: Logo  
 QUANT. PONTOS: 2.500  
 TIPO DE PONTOS: Satin

LOCALIZAÇÃO: Etiqueta

OBS:

**LAVANDERIA:** Sim

LAVAGEM: Amaciado  
 VALOR: R\$2,50

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
	8	8	10	12	12					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:			72				69			
Quadril:			106				103			
Gancho frente:			31				28,5			
Gancho Traseiro:			41				39			
Barra:			14,5				13			
Entreperna:			82				80			



## FICHA TÉCNICA REF:105 LEG JEANS

## FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 105 Leg jeans  
COLEÇÃO: Verão 2016  
PRODUTO: Calça

MARCA: Iron Women  
TAMANHO PILOTO: 40  
GRADE: 36 a 46

ESTILISTA: Hélison  
MODELISTA: Hélison  
DATA: 20/05/15



<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Denim Argos	Capricornio textil	97% algodão 3% elastano	1,30 mts	19,50

**AMOSTRAS**

Jet resinado

<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
<b>Botão Nz 11</b>	Fornecedor Dallmac	Dourado	2	0,50
<b>Rebite Ip</b>	Fornecedor Dallmac	Dourado	10	0,02
<b>Couro Dourado</b>	Luíz etiquetas	Dourado	1	0,12
<b>Zipper de Metal</b>	Corrente	Marinho	1	0,35

<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Tamanho	Eticatex	Branca	1	0,03

**VARIAÇÃO CORES**



**ESTAMPARIA:**

REF:Não  
 TAMANHO:Não  
 VALOR:Não

CORES:

**BORDADO:** Sim

REF: Logo  
 QUANT. PONTOS: 2.500  
 TIPO DE PONTOS: Satin

LOCALIZAÇÃO: Etiqueta

OBS:

**LAVANDERIA:** Sim

LAVAGEM: Amaciado + used forte  
 VALOR: R\$ 3,50

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
	8	8	10	12	12					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:			68				65			
Quadril:			94,5				91			
Gancho frente:			31,5				28,5			
Gancho Traseiro:			41,5				39			
Barra:			14				12			
Entreperna:			86				82			

## FICHA TÉCNICA REF:106 LEG JEANS DETALHES

## FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 106 Leg jeans detalhes  
COLEÇÃO: Verão 2016  
PRODUTO: Calça

MARCA: Iron Women  
TAMANHO PILOTO: 40  
GRADE: 36 a 46

ESTILISTA: Hélison  
MODELISTA: Hélison  
DATA: 20/05/15



<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Denim Argos	Capricornio textil	97% algodão 3% elastano	1,35 mts	20,25
<b>AMOSTRAS</b>				
Jet resinado				
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Botão Nzf 11	Fornecedor Dallmac	Dourado	2	0,50
Rebite Ip	Fornecedor Dallmac	Dourado	10	0,02
Couro Dourado	Luíz etiquetas	Dourado	1	0,12
Zipper de Metal	Corrente	Marinho	1	0,35
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Tamanho	Eticatex	Branca	1	0,03
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				





**ESTAMPARIA:**

REF:Não  
 TAMANHO:Não  
 VALOR:Não

CORES:

**BORDADO:** Sim

REF: Logo  
 QUANT. PONTOS: 2.500  
 TIPO DE PONTOS: Satin

LOCALIZAÇÃO: Etiqueta

OBS:

**LAVANDERIA:** Sim

LAVAGEM: Amaciado + used forte  
 VALOR: R\$ 3,50

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
	8	8	10	12	12					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:			68				65			
Quadril:			94,5				91			
Gancho frente:			31,5				28,5			
Gancho Traseiro:			41,5				39			
Barra:			14				12			
Entreperna:			86				82			

## FICHA TÉCNICA REF:200 SHORTS DESFIADO

## FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 200 Shorts desfiado  
COLEÇÃO: Verão 2016  
PRODUTO: Shorts

MARCA: Iron Women  
TAMANHO PILOTO: 40  
GRADE: 36 a 44

ESTILISTA: Hélison  
MODELISTA: Hélison  
DATA: 20/05/15



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Jeans Cannes	Covolán Textil	75% algodão 28% poliéster 2% elastano	0,72 mts	7,56

#### AMOSTRAS



Denim cannes

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão Nzf 11	Fornecedor Dallmac	Grafite	4	0,50
Rebite lp	Fornecedor Dallmac	Grafite	11	0,02
Couro Dourado	Luíz etiquetas	Dourado	1	0,12
Zipper de Metal	Corrente	Marinho	1	0,35

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tamanho	Eticatex	Branca	1	0,03

VARIAÇÃO CORES				



**ESTAMPARIA:**

REF:Não  
 TAMANHO:Não  
 VALOR:Não

CORES:

**BORDADO:** Sim

REF: Logo  
 QUANT. PONTOS: 2.500  
 TIPO DE PONTOS: Satin

LOCALIZAÇÃO: Etiqueta

OBS:

**LAVANDERIA:** Sim

LAVAGEM: Amaciado e used  
 VALOR: R\$ 3,00

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
	8	8	10	12	12					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:			72,5				69			
Quadril:			107				103			
Gancho frente:			31				28,5			
Gancho Traseiro:			30				28			
Barra:			33,5				32			
Entreperna:			8,5				8			

## FICHA TÉCNICA REF:201 SHORTS DESFIADO FLORAL

## FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 201 Shorts desfiado floral  
COLEÇÃO: Verão 2016  
PRODUTO: shorts

MARCA: Iron Women  
TAMANHO PILOTO: 40  
GRADE: 36 a 44

ESTILISTA: Hélison  
MODELISTA: Hélison  
DATA: 20/05/15



<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Jeans Cannes	Covolán Textil	75% algodão 28% poliéster 2% elastano	0,72 mts	7,56

**AMOSTRAS**

Denim cannes

<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
Botão Nzf 11	Fornecedor Dallmac	Cobre brilho	4	0,50
Rebite lp	Fornecedor Dallmac	Cobre brilho	12	0,02
Couro Dourado	Luíz etiquetas	Dourado	1	0,12
Zipper de Metal	Corrente	Marinho	1	0,35

<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Tamanho	Eticatex	Branca	1	0,03

**VARIAÇÃO CORES**





**ESTAMPARIA:****REF:** Sim**TAMANHO:** Frente da Peça**VALOR:** R\$ 2,50**CORES:** Vermelho, Verde, Amarelo Ouro, Preto.**BORDADO:** Sim**REF:** Logo**QUANT. PONTOS:** 2.500**TIPO DE PONTOS:** Satin**LOCALIZAÇÃO:** Etiqueta**OBS:****LAVANDERIA:** Sim**LAVAGEM:** Amaciado e used**VALOR:** R\$ 3,00**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
	8	8	10	12	12					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
<b>Cintura:</b>			72,5				69			
<b>Quadril:</b>			107				103			
<b>Gancho frente:</b>			31				28,5			
<b>Gancho Traseiro:</b>			30				28			
<b>Barra:</b>			33,5				32			
<b>Entreperna:</b>			8,5				8			

## FICHA TÉCNICA REF:TOP 01 TOP CROPPED

FICHA DESENVOLVIMENTO		
<b>REF:</b> Top 01 <b>COLEÇÃO:</b> Verão 2016 <b>PRODUTO:</b> Top cropped	<b>MARCA:</b> Iron Women <b>TAMANHO PILOTO:</b> M <b>GRADE:</b> P / G	<b>ESTILISTA:</b> Hélison <b>MODELISTA:</b> Hélison <b>DATA:</b> 20/05/15



<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
Ribana algodão	Costa rica malhas	97% algodão 3% elastano	100 grs	2,00

**AMOSTRAS**

Ribana branca

<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>

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

**VARIAÇÃO CORES**



**ESTAMPARIA:**

REF: Não  
 TAMANHO: Não  
 VALOR: Não

CORES:

**BORDADO:** Sim

REF: Logo  
 QUANT. PONTOS: 3500  
 TIPO DE PONTOS: Satin

LOCALIZAÇÃO: Peito

OBS:

**LAVANDERIA:**

LAVAGEM:  
 VALOR:

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
4	6	8	10	12	12	15	15			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:							70			
Quadril:							99			
Gancho frente:							18			
Gancho Traseiro:							28			
Barra:							28			
Entreperna:							81,5			

## 6.8 LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 63: Ref: 101 cigarette casual  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 64: Ref: 102 calça flare  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).





Figura 65: Ref: 101 cigarette hard  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 66: Cigarette Jeans Resinado  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 67: Ref: 105 leg jeans  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 68: Ref: 106 leg jeans com detalhes  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 69: Ref: 200 shorts desfiado  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 70: Ref: 201 shorts desfiado floral  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

## 6.9 DOSSIÊ ELETRÔNICO

Site com logo em primeiro plano, com os ícones marca, coleção, produtos, imagens da coleção e detalhes das peças sendo mostradas em sequencialmente.

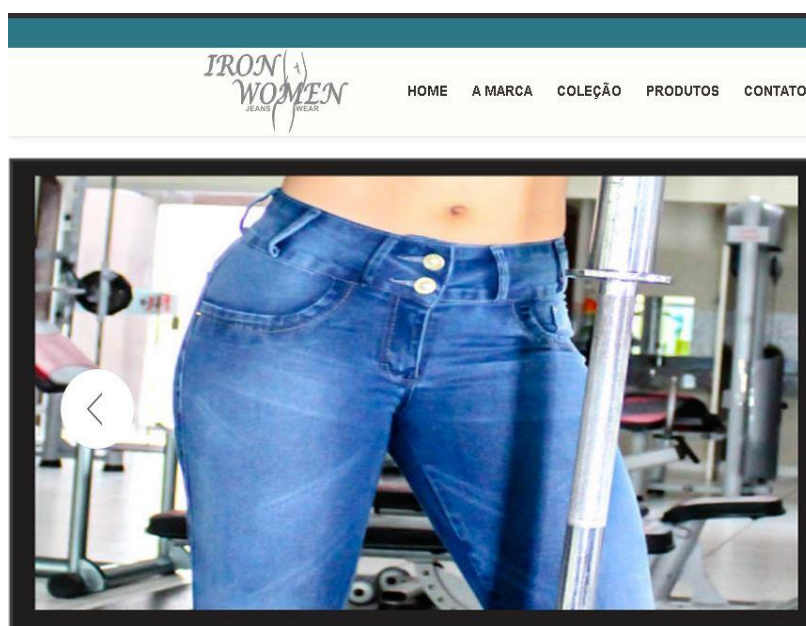


Figura 71: Website da Marca  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Imagens da coleção em apresentação para demonstrar as peças na página principal do website da Iron Women.

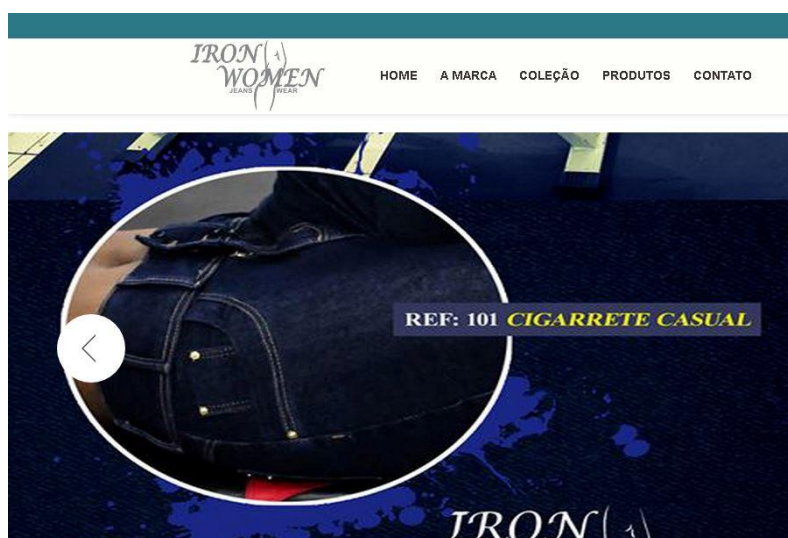


Figura 72: Imagens da Coleção no Website  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Exemplo ao clicar sobre a aba produtos, que se expande para mostrar todos os produtos fabricados pela empresa.

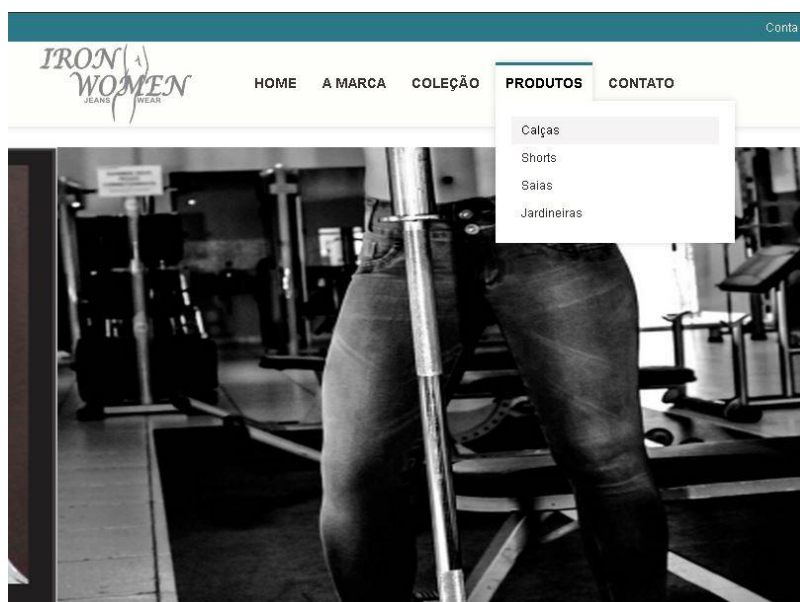


Figura 73: Aba Produtos  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Imagens da coleção em slideshow mostrando as peças na página principal.

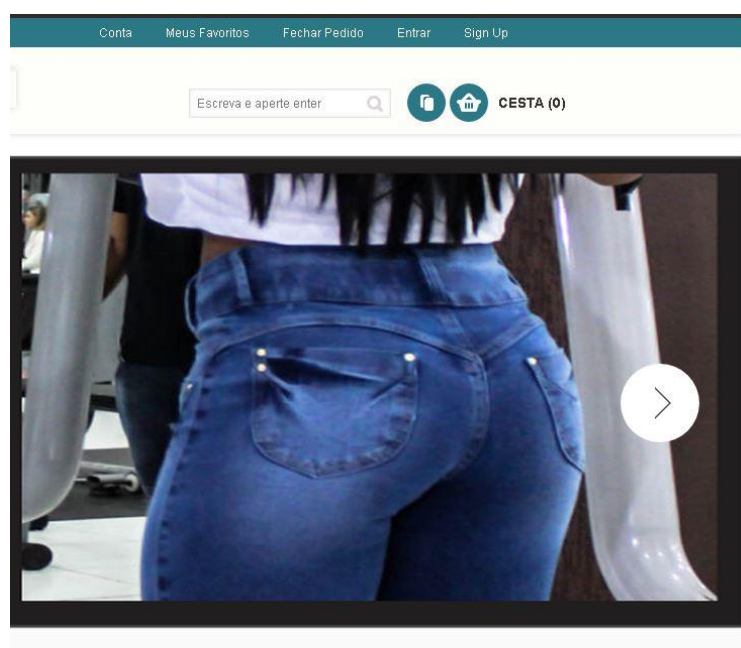


Figura 74: Cesta de Compras  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Exemplo da aba produtos, ao clicar mostra-se a opção produtos. Ao escolher a peça, o detalhamento de preço, opção de tamanho, formas de pagamento, forma de entrega e adicionar a cesta de compras para a finalização do pedido são mostradas.

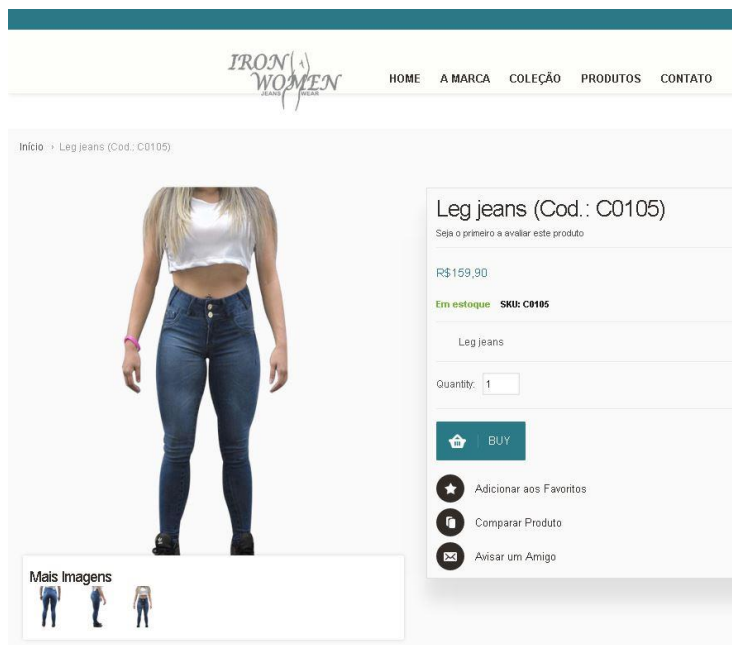


Figura 75: Visualização do Produto  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Na página principal, um formulário de contato permite aos consumidores entrar em contato com a empresa para eventuais críticas, elogios, sugestões.

 A screenshot of the 'FALE CONOSCO' (Talk to us) contact form on the IRON WOMEN website. The header is identical to the previous screenshot, with the 'CONTATO' link highlighted. The form title 'FALE CONOSCO' is centered at the top. Below it, the section 'Informações de Contato' contains four input fields: 'Nome \*', 'Email \*', 'Telefone', and 'Comentários \*'. The 'Nome \*' and 'Email \*' fields are side-by-side, while 'Telefone' and 'Comentários \*' are stacked vertically. A red asterisk note at the bottom left states '\* Campos Obrigatórios'. A blue 'enviar' button is located at the bottom center of the form.

Figura 76: Contato com a Marca  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

## 6.10 CATÁLOGO

Fotos do catalogo



Figura 77: Capa e Página 1 do catálogo  
 Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

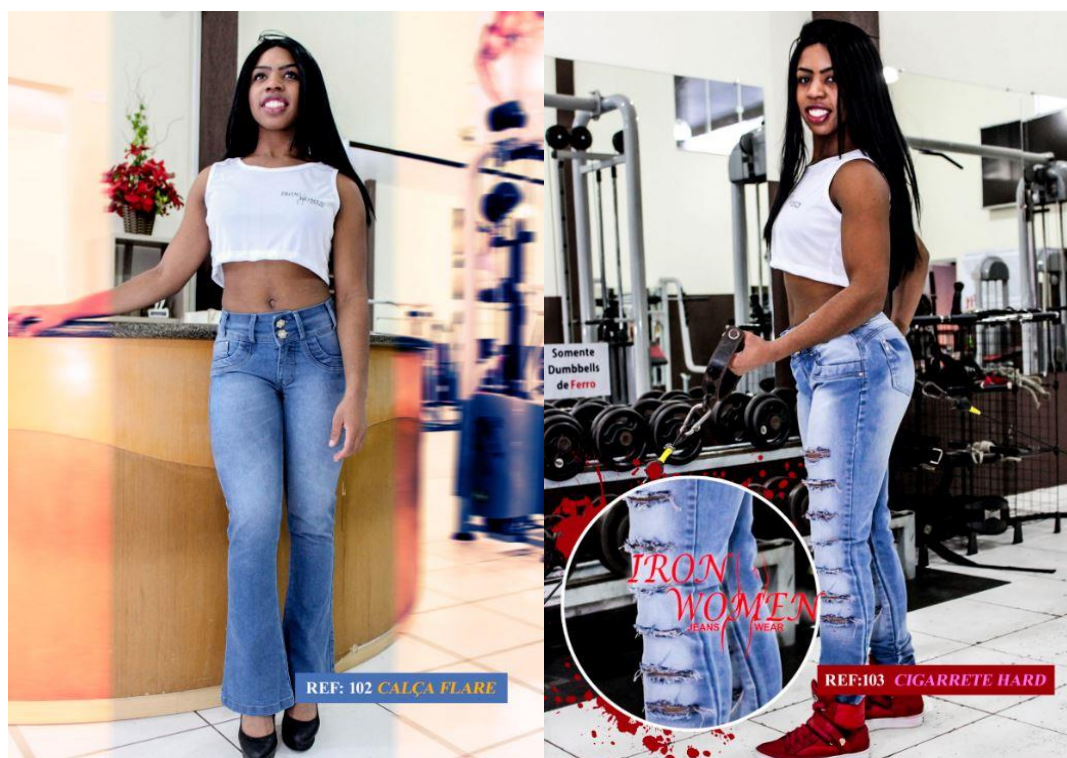


Figura 78: Página 2 e Página 3 do Catálogo  
 Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



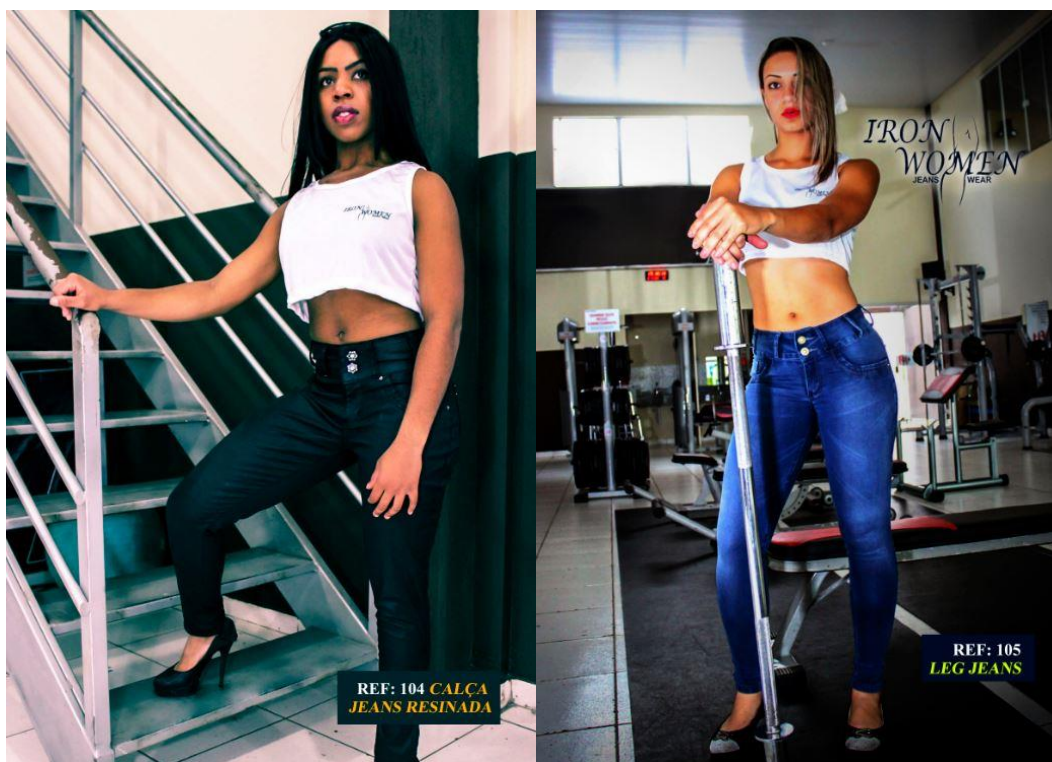


Figura 79: Páginas 4 e 5 do Catálogo  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).



Figura 80: Páginas 6 e 7 do catálogo  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

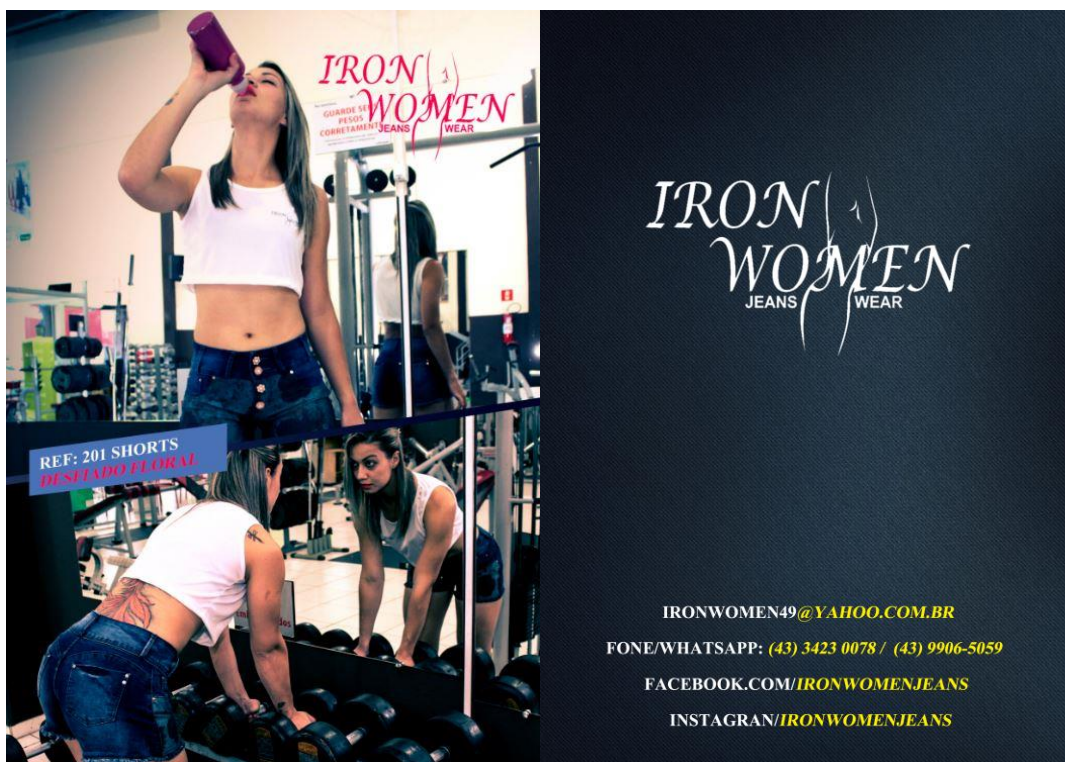


Figura 81: Página 8 e Página Final do Catálogo  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

## 6.11 PRODUÇÃO STYLING

### 6.11.1 DESFILE

### 6.11.2 MAKE-UP E HAIR

Silvia Sarmiento do blog Make up aponta a pele hidratada, corrigida e iluminada como tendência para o verão em tons rosados sem muitos exageros, bem próximo do tom natural. A tendência para os lábios são as cores claras, tons nude e rosados conseguidos com a aplicação de brilho ou gloss.

Para o desfile dessa coleção este conceito será representado através de maquiagem básica, do cotidiano das mulheres natural trazendo rosto com pele natural, mostrando a beleza da modelo que é mais importante junto com a peça a ser desfilada.



Figura 82: Tendencias de maquiagem

Fonte: <http://www.patricinhaesperta.com.br/maquiagem/conheca-os-segredos-de-maquiagem-de-angelina-jolie-britney-spears-e-gisele-bundchen>

Para o cabelo se sugere o uso de um rabo de cavalo, simples fácil de fazer e elegante, por ser versátil por ser despojado e combinar com muitos ambientes. Este penteado em cabelos lisos ou crespa ajuda no aspecto dos cabelos, dando um



aspecto alongado. Este estilo de cabelo é coerente com o público, pois muitas mulheres são adeptas de exercícios físicos e prendem seus cabelos para realiza-los.

### 6.11.3 TRILHA SONORA

Para criar uma atmosfera descontraída e similar a das academias se propõe a utilização da música “*I Gotta Feeling*” da banda norte-americana Black Eyed Peas. Este single de sucesso é parte do quinto álbum de estúdio da banda que se chama The E.N.D. com lançamento em junho de 2009, várias indicações a prêmios como Grammy Award.

A música é música dançante alegre como público alvo, a letra fala em sair se divertir, em ter um boa noite. A música foi composta por Will.I. am, produzida pelo DJ David Guetta e co-produzida por Frédéric Riesterer.

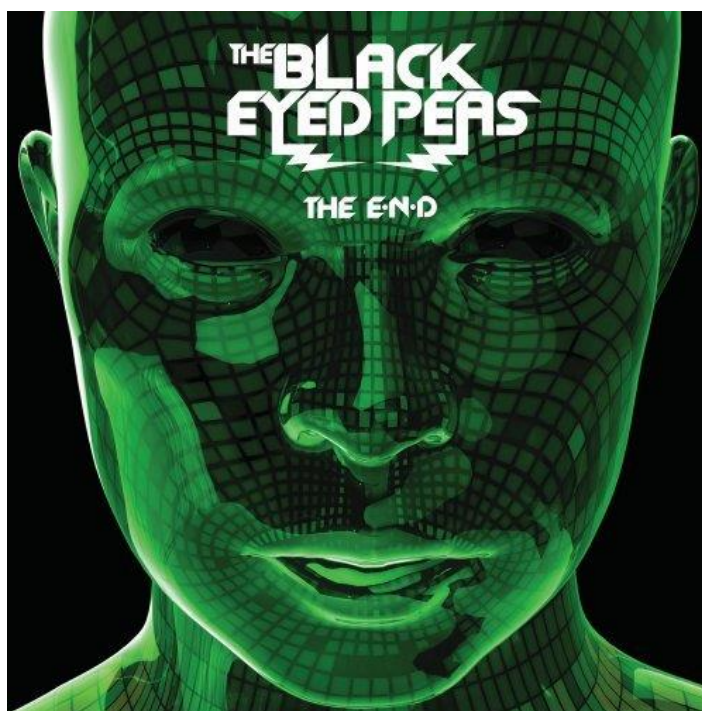


Figura 83: Capa do álbum The E.N.D.

Fonte: <http://radiow.de/releases/cover/bigblackeyedpeas105387.jpg>

## 6.11.4 SEGUENCIA DE ENTRADA DOS LOOKS





Figura 84: Sequência de entrada dos looks  
Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando o desenvolvimento deste trabalho, o histórico da evolução da indumentária feminina estimulado por fatores históricos, econômicos e sociais, e os produtos presentes no mercado, se reforça a necessidade de um desenvolvimento de produtos que se adaptem as constantes mudanças de necessidades do público feminino.

Após a condução do estudo de caso, e do levantamento de dados antropométricos foi possível compreender as necessidades das mulheres praticantes de musculação. Após a identificação da alteração de medidas ocasionada por esta modalidade, se propôs o desenvolvimento de uma marca que atendesse esse nicho de mercado.

A marca Iron Women desenvolveu uma coleção com peças ergonômicas procurando oferecer produtos que tenha boa vestibilidade, sem a necessidade de ajustes. Também se buscou atingir as necessidades estéticas do público através da utilização de efeitos de lavagens, passamanarias e outros aviamentos, a fim de tornar as peças práticas e versáteis.

Reforça-se neste trabalho, a necessidade do designer em atender ao gosto pessoal do público alvo, traduzindo as constantes mudanças e renovações da moda em valor para o consumidor de seus produtos.



## REF-ERÊNCIAS

ADELMAN, Miriam. Mulheres atletas: re-significações da corporalidade feminina. *Re. Estud. Fem.* 2003, vol.11, n.2, pp. 445-465.

ALMEIDA, Mário de Souza. *Elaboração de projeto, tcc, dissertação e tese: uma abordagem simples, prática e objetiva.* São Paulo: Atlas, 2011.

ATIVIDADE ACADEMIA. Disponível em <<http://www.atividadeacademia.com.br/dica/a-historia-da-musculacao>>20/05/2013. Acesso em 13 de out. de 2014.

BAUDOT, François. *Moda do século.* São Paulo: Cosac Naif, 2002.

Comunidade moda. Disponível em: < <http://www.comunidademoda.com.br/pesquisa-de-moda-a-cronologia-do-corpo-e-da-beleza/> >. Acesso 13 mar. 15.

DUARTE, Luana Crispin; Emídio, Lucimar de Fátima Bilmaia. A diversidade antropométrica brasileira e a importância da padronização de medidas no mercado de confecção: olhar para o e-commerce. In: Colóquio de Moda, IX, 2013, Fortaleza CE. **Anais eletrônicos**... Fortaleza: ABPEM, 2013. Disponível em: <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda\\_2013/POSTER/EIXO-5-MARKETING\\_POSTER/A-diversidade-antropometrica-Brasileira-e-a-importancia-da-padronizacao-de-medidas-no-mercado-da-confeccao-Um-olhar-para-o-e-commerce.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/POSTER/EIXO-5-MARKETING_POSTER/A-diversidade-antropometrica-Brasileira-e-a-importancia-da-padronizacao-de-medidas-no-mercado-da-confeccao-Um-olhar-para-o-e-commerce.pdf)> Acesso 21 mar. 2015.

FERNANDES, Alexandre Vaz. Treino, culto e embelezamento do corpo: um estudo em academias de ginástica e musculação. Disponível em: <[http://www.kleberpersonal.com.br/artigos/artigo\\_164.pdf](http://www.kleberpersonal.com.br/artigos/artigo_164.pdf)> Acesso em 16 de dez.2014.

FURTADO, Roberto Pereira. Do fitness ao wellness: os três estágios de desenvolvimento das academias de ginástica. *Revista Pensar e Prática*, Goiania, v.12, n.1, 2009. Disponível em: <<http://h200137217135.ufg.br/index.php/fef/article/view/4862>> . Acesso 04 de março de 15.

G1. Cresce o numero de brasileiros que praticam musculação, diz pesquisa. 24 out. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2014/10/cresce-numero>>

[de-brasileiros-que-praticam-musculacao-diz-pesquisa.html](#)>. Acesso em 04 de março de 2015.

GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4. ed. 12. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

GUIMARÃES NETO, Waldemar Marques: Musculação: anabolismo total: treinamento, nutrição, esteroides anabólicos e outros ergogênicos -São Paulo: Phorte, 2009.

HANSEN, R.; VAZ, A. F. Treino, culto e embelezamento do corpo: um estudo moderno das academias de ginástica e musculação. *Rev. Bras. Cien. Esporte: Campinas*, v. 26, n.1, p. 135-152, 2004.

HANSEN, R; VAZ, A.F. Sarados e gostosas entre alguns outros: aspectos da educação de corpos femininos em academias de ginastica e musculação. *Movimento*. Porto Alegre, v.12, n.01, p133-152, 2006.

LACERDA, Teresa Oliveira e Queirós Paula: Desposto, corpo e estética-sinais de expressão da cultura contemporânea ocidental. Disponível em: <<http://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/TeresaLacerda.pdf>> . Acesso em 11 de nov. de 2014.

LAKATOS, Eva Maria e Marconi marina de Andrade: Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos. Pesquisa bibliográfica, projetos e relatório. Publicação e trabalhos científicos./ São Paulo. Atlas 2007. 7º edição.

LESSA, P. Oshita, T.A.D; Vallezi, M. Quando as mulheres invadem as salas de musculação: aspectos biossociais da musculação e da nutrição para as mulheres. *Cesumar*. v.09, n.02, p 109-117.

PASQUALI, D.; Niteroi, R.; Mascarenhas, F. A indústria do fitness e seu desenvolvimento desigual: Um estudo nas academias de ginastica de Goiania. *Pensar a prática*. Goiania, v.14 n.2, p.1-15, 2011.

PEZZOLO, Dinah Bueno Tecidos: história, tramas, tipos e usos / Dinah Bueno Pezzolo.- São Paulo : Editora Sena São Paulo, 2007. 3ª edição.

PRAZERES, Marcelo Viale. A prática da musculação e seus benefícios para a qualidade de vida. Florianópolis: Udesc, 2007.

PRIORE, Mary del. Corpo a corpo com a mulher: pequenas histórias das transformações do corpo feminino. São Paulo: Senac, 2000.

SABRÁ, Flávio. Modelagem: tecnologia em produção de vestuário. São Paulo: Estação das Letras, 2009.

SARMENTO, Silvia. Makes verão 2016. Disponível em: <<http://www.folhavoria.com.br/entretenimento/blogs/makeup/2015/04/24/spfw-makes-verao-2016/>> Acesso 1 de junho de 2015.

SENAC. Departamento Nacional. Modelagem plana feminina: SENAC Nacional. Rio de Janeiro, RJ: SENAC, 2005.

SILVA, Carlos José Plácido da; Pachorelli, Carlos Luís. A Evolução História da Ergonomia e seus Pioneiros. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

TAMBINI, Michael. O design do século. São Paulo, Ática, 2004,

TOLEDO, Maria Antonieta. Número de academias dobra em três anos no Brasil. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/numero-de-academias-dobra-em-tres-anos-no-brasil>> 9 Mar. 2011. Acesso em: 04 Mar. 2015.

WEIGL, Wilson. Entenda as mudanças de padrão de beleza ao longo da história. 29 abr 2014. Disponível em: <<http://guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/entenda-mudancas-padrao-beleza-ao-longo-historia-781162.shtml>> Acesso 15 dez. 2014.

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

**Apêndice A- Questionário do Público Alvo****1- Idade**

- 20-25       35-40  
 25-30       Acima de 40 anos  
 30-35

**2- Quais são as dificuldades que você encontra ao comprar uma calça jeans?**

- falta de ajuste na cintura       numeração sempre deve ser maior  
 muito larga nas coxas  
 muito apertada nas coxas

**3- Há quanto tempo você pratica musculação?**

- um ano  
 dois anos  
 mais de dois anos

**4- Quais os motivos que leva você a fazer musculação?**

- aumento de peso  
 definir o corpo  
 Saúde  
 estética

**5- Qual é a numeração de calça jeans que normalmente compra?**

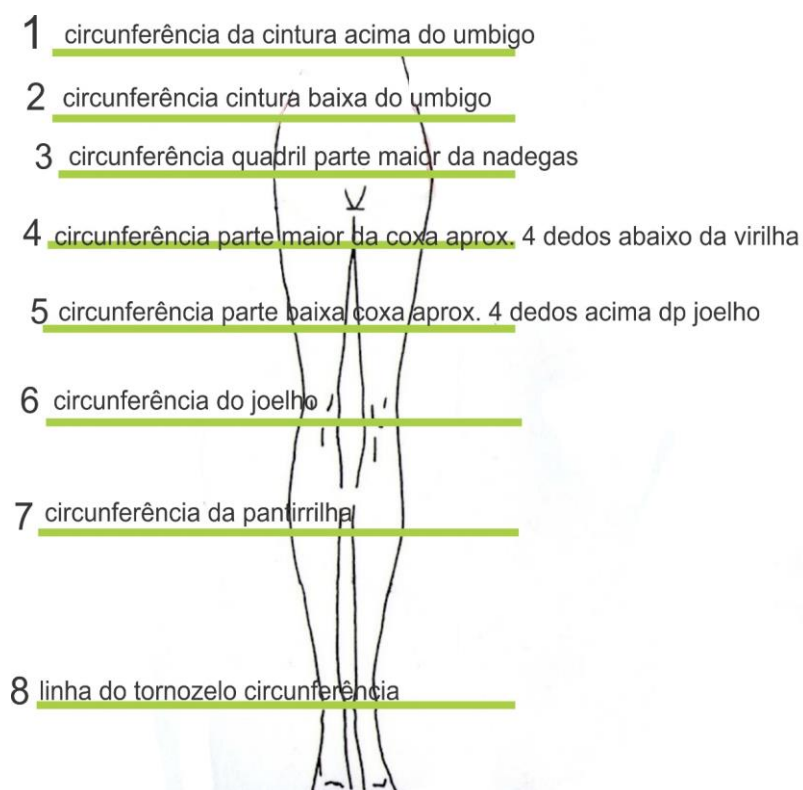
- 36       42       outro  
 38       44  
 40       46

**6- Você gosta de calças jeans com elastano?**

( ) sim      ( ) não

**7- Você toma suplementos alimentares?**

( ) sim      ( ) não



Por favor preencher em frente de cada numero

1

6

2

7

3

8

4

9

5

10