

TECNOLOGICA FEDERAL DO PARANÁ
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

AMANDA DE MELLO MORILHA

**A ESTÉTICA FEMININA SOBRE DUAS RODAS:
UMA PROPOSTA DE VESTUÁRIO PARA MOTOCICLISTAS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA
2015

AMANDA DE MELLO MORILHA

**A ESTÉTICA FEMININA SOBRE DUAS RODAS:
UMA PROPOSTA DE VESTUÁRIO PARA MOTOCICLISTAS**

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

Orientador: Prof. Ms. Celso Tetsuro Suono

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 158
A estética feminina sobre duas rodas: uma proposta de vestuário para
motociclistas
por

AMANDA DE MELLO MORILHA

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

PROFESSOR(A) CELSO TETSURO SUONO – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) DÉBORA MIZUBUTI BRITO – EXAMINADOR(A)

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

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

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, por nunca me deixarem desistir do que eu acredito.

Aos amigos que fiz durante o curso, principalmente os que eu levarei para toda a vida.

Ao meu namorado, que foi essencial para a conclusão desse trabalho, sem ele eu não chegaria até aqui.

Ao meu orientador, pela paciência, atenção e dedicação, por acreditar em mim e me mostrar que eu posso sempre me superar.

RESUMO

MORILHA, Amanda de Mello. A estética feminina sobre duas rodas: uma proposta de vestuários para motociclistas. 2015. 158 f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso II) – Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2015.

Este trabalho faz uma análise do contexto histórico e cultural do motociclismo, desde a invenção da motocicleta até a disseminação da cultura do motociclismo. Observou-se uma carência com relação ao vestuário voltado para o público motociclista, especificamente para o público feminino, pois não são encontradas roupas que supram suas necessidades estéticas e que reflitam seus estilos de vida.

Palavras-chave: Motociclismo. Mulheres motociclistas. Vestuário feminino.

ABSTRACT

MORILHA, Amanda de Mello. The female aesthetic on two wheels: a clothing proposal for motorcyclists. 2015. 158 f. Monograph (Work Competition Course II) – Course of Technology in Fashion Design, Federal Technological University of Parana. Apucarana, 2015.

This article analyzes the historical and cultural context of motorcycling, since the invention of the motorcycling to the dissemination of motorcycling culture. There was a deficiency in relation to clothing the public biker, specifically for the female audience because they do not find clothes that meet your aesthetic needs and reflect their lifestyles.

Keywords: Motorcycling. Women Motorcyclists. Women's Clothing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Primeiro esboço da bicicleta	19
Figura 2 – Barão Karl Friedrich von Drais e a representação do seu invento – a "draisiana"	20
Figura 3 – A bicicleta remodelada por Kirkpatrick Macmillan, com a inclusão de pedais.....	21
Figura 4 – Bicicleta com motor a vapor inventada por Sylvester Howard Roper.....	22
Figura 5 – A "Einspur" de Gottlieb Daimler.....	23
Figura 6 – A "Motorrad" ou "La Petrolette" – primeira motocicleta fabricada em escala	23
Figura 7 – A Harley-Davidson Silent Grey Fellow, de 1905	24
Figura 8 – Harley-Davidson com motor V-Twin, com propulsor de 7 cv e dois cilindros a 45°.....	25
Figura 9 – A Harley-Davidson Hydra Glide em "O Selvagem" (1950).....	28
Figura 10 – A Harley-Davidson "Fat Boy" em "Exterminador do Futuro 2" (1991)	28
Figura 11 – A Harley-Davidson FXR Super em "Pulp Fiction" (1994)	28
Figura 12 – Vestuário característico dos rockers	30
Figura 13 – Dot Robinson, a primeira presidente da Motor Maids	33
Figura 14 – Integrantes da Motor Maids.....	34
Figura 15 – Comprometimento da postura do corpo com a escolha inadequada da motocicleta	38
Figura 16 – Site de empresa de vestuário para motociclismo com pouca opção de roupas para mulheres	40
Figura 17 – Modelo de jaqueta esportiva feminina para motociclista	41
Figura 18 – Modelo de calça esportiva feminina para motociclista	41
Figura 19 – Modelo de camiseta estampada com motivo para motociclismo - exemplo 1.....	42
Figura 20 – Modelo de camiseta estampada com motivo para motociclismo - exemplo 2.....	42
Figura 21 – Logomarca Fulltank.....	56
Figura 22 – Cartão de visita	59
Figura 23 – Embalagem	59
Figura 24 – Tag	60
Figura 25 – Imagem do público alvo	61
Figura 26 – Macrotendência Every Day Utopias	63
Figura 27 – Macrotendência Micro Adventures	64
Figura 28 – Microtendência "Out Of This World" – Galáxias	65
Figura 29 – Microtendência "Out Of This World" – Formas holográficas.....	66
Figura 30 – Microtendência "Out Of This World" – Texturas iridescentes.....	66
Figura 31 – Quartzo de titânio	68
Figura 32 – Quartzo de titânio	69
Figura 33 – Painel semântico	72

Figura 34 – Cartela de cores.....	73
Figura 35 – Cartela de materiais	74
Figura 36 – Cartela de estampas	75
Figura 37 – Cartela de estampas	76
Figura 38 – Cartela de estampas	77
Figura 39 – Geração de alternativas – Looks 01, 02, 03 e 04.....	78
Figura 40 – Geração de alternativas – Looks 05, 06, 07 e 08.....	79
Figura 41 – Geração de alternativas – Looks 09, 10, 11 e 12.....	80
Figura 42 – Geração de alternativas – Looks 13, 14, 15 e 16.....	81
Figura 43 – Geração de alternativas – Looks 17, 18, 19 e 20.....	82
Figura 44 – Geração de alternativas – Looks 21, 22 e 23.....	83
Figura 45 – Geração de alternativas – Looks 24 e 25.....	84
Figura 46 – Alternativa selecionada – Look 05.....	85
Figura 47 – Alternativa selecionada – Look 07.....	86
Figura 48 – Alternativa selecionada – Look 06.....	87
Figura 49 – Alternativa selecionada – Look 08.....	88
Figura 50 – Alternativa selecionada – Look 01.....	89
Figura 51 – Alternativa selecionada – Look 02.....	90
Figura 52 – Ficha técnica – Look 05 – Camiseta Find Your Wild.....	91
Figura 53 – Ficha técnica – Look 05 – Camiseta Find Your Wild.....	92
Figura 54 – Ficha técnica – Look 05 – Camiseta Find Your Wild.....	93
Figura 55 – Ficha técnica – Look 05 – Camiseta Find Your Wild.....	94
Figura 56 – Ficha técnica – Look 05 – Shorts cós alto.....	95
Figura 57 – Ficha técnica – Look 05 – Shorts cós alto.....	96
Figura 58 – Ficha técnica – Look 05 – Shorts cós alto.....	97
Figura 59 – Ficha técnica – Look 05 – Shorts cós alto.....	98
Figura 60 – Ficha técnica – Look 05 – Jaqueta Wild.....	99
Figura 61 – Ficha técnica – Look 05 – Jaqueta Wild.....	100
Figura 62 – Ficha técnica – Look 05 – Jaqueta Wild.....	101
Figura 63 – Ficha técnica – Look 05 – Jaqueta Wild.....	102
Figura 64 – Ficha técnica – Look 07 – Blusa quartzo.....	103
Figura 65 – Ficha técnica – Look 07 – Blusa quartzo.....	104
Figura 66 – Ficha técnica – Look 07 – Blusa quartzo.....	105
Figura 67 – Ficha técnica – Look 07 – Blusa quartzo.....	106
Figura 68 – Ficha técnica – Look 07 – Shorts jeans cós alto	107
Figura 69 – Ficha técnica – Look 07 – Shorts jeans cós alto	108
Figura 70 – Ficha técnica – Look 07 – Shorts jeans cós alto	109
Figura 71 – Ficha técnica – Look 06 – Camiseta raglan	110
Figura 72 – Ficha técnica – Look 06 – Camiseta raglan	111
Figura 73 – Ficha técnica – Look 06 – Camiseta raglan	112
Figura 74 – Ficha técnica – Look 06 – Camiseta raglan	113
Figura 75 – Ficha técnica – Look 06 – Shorts cós alto.....	114
Figura 76 – Ficha técnica – Look 06 – Shorts cós alto.....	115
Figura 77 – Ficha técnica – Look 06 – Shorts cós alto.....	116

Figura 78 – Ficha técnica – Look 06 – Shorts cós alto.....	117
Figura 79 – Ficha técnica – Look 08 – Regata Wild.....	118
Figura 80 – Ficha técnica – Look 08 – Regata Wild.....	119
Figura 81 – Ficha técnica – Look 08 – Regata Wild.....	120
Figura 82 – Ficha técnica – Look 08 – Regata Wild.....	121
Figura 83 – Ficha técnica – Look 08 – Calça jeans.....	122
Figura 84 – Ficha técnica – Look 08 – Calça jeans.....	123
Figura 85 – Ficha técnica – Look 08 – Calça jeans.....	124
Figura 86 – Ficha técnica – Look 08 – Calça jeans.....	125
Figura 87 – Ficha técnica – Look 01 – Macaquinho.....	126
Figura 88 – Ficha técnica – Look 01 – Macaquinho.....	127
Figura 89 – Ficha técnica – Look 01 – Macaquinho.....	128
Figura 90 – Ficha técnica – Look 01 – Macaquinho.....	129
Figura 91 – Ficha técnica – Look 02 – Camisetão.....	130
Figura 92 – Ficha técnica – Look 02 – Camisetão.....	131
Figura 93 – Ficha técnica – Look 02 – Camisetão.....	132
Figura 94 – Ficha técnica – Look 02 – Camisetão.....	133
Figura 95 – Prancha 1.....	134
Figura 96 – Prancha 2.....	134
Figura 97 – Prancha 3.....	135
Figura 98 – Prancha 4.....	135
Figura 99 – Prancha 5.....	136
Figura 100 – Prancha 6.....	136
Figura 101 – Looks confeccionados.....	137
Figura 102 – Looks confeccionados.....	138
Figura 103 – Looks confeccionados.....	139
Figura 104 – Capa catálogo Fulltank.....	141
Figura 105 – Guarda catálogo Fulltank.....	142
Figura 106 – Catálogo impresso Fulltank – páginas internas.....	142
Figura 107 – Catálogo impresso Fulltank – páginas internas.....	143
Figura 108 – Catálogo impresso Fulltank – páginas internas.....	143
Figura 109 – Catálogo impresso Fulltank – páginas internas.....	144
Figura 110 – Catálogo impresso Fulltank – páginas internas.....	144
Figura 111 – Catálogo impresso Fulltank – páginas internas.....	145
Figura 112 – Catálogo impresso Fulltank – páginas internas.....	145
Figura 113 – Página inicial site Fulltank.....	146
Figura 114 – Página site Fulltank com fotos da coleção.....	147
Figura 115 – Página site Fulltank com fotos da coleção.....	147
Figura 116 – Página de compras no site Fulltank.....	148
Figura 117 – Página de compras no site Fulltank.....	148
Figura 118 – Lifestyle da marca no site Fulltank.....	149
Figura 119 – Página para contato no site Fulltank.....	149
Figura 120 – Planejamento da maquiagem e cabelo para o desfile.....	150
Figura 121 – Sequência de entrada para desfile – Looks 1, 2 e 3.....	151

Figura 122 – Sequência de entrada para desfile – Looks 4, 5 e 6 152

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Resultados da 1ª pergunta do questionário	46
Gráfico 2 – Resultados da 2ª pergunta do questionário	47
Gráfico 3 – Resultados da 3ª pergunta do questionário	48
Gráfico 4 – Resultados da 4ª pergunta do questionário	49
Gráfico 5 – Resultados da 5ª pergunta do questionário	50
Gráfico 6 – Resultados da 6ª pergunta do questionário	51
Gráfico 7 – Resultados da 7ª pergunta do questionário	51
Gráfico 8 – Resultados da 8ª pergunta do questionário	52
Gráfico 9 – Resultados da 9ª pergunta do questionário	53
Gráfico 10 – Resultados da 10ª pergunta do questionário	54

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Mix do Produto	71
---------------------------------	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	16
1.2 OBJETIVOS	16
1.2.1 Objetivo Geral	16
1.2.2 Objetivos Específicos	16
1.3 JUSTIFICATIVA	17
1.4 HIPÓTESE	18
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	19
2.1 A CONCEPÇÃO DO VEÍCULO DE DUAS RODAS	19
2.2 A INVENÇÃO DA MOTOCICLETA	22
2.3 HARLEY-DAVIDSON: O MITO	24
2.4 OS <i>ROCKERS</i> E AS <i>CAFE RACERS</i>	29
2.5 OS MOTOCLUBES	31
2.6 MULHERES EM MOTOCLUBES	32
2.7 A EXPANSÃO DA MULHER NO UNIVERSO DO MOTOCICLISMO.....	34
2.8 ERGONOMIA.....	35
2.9 ERGONOMIA E MOTO.....	37
2.10 VESTUÁRIO PARA MULHERES MOTOCICLISTAS: UM MERCADO POTENCIAL.....	39
3 METODOLOGIA.....	44
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	44
3.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS	44
3.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO.....	45
3.4 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA	45
3.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS	46
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	55
4.1 EMPRESA.....	55
4.1.1 Nome da Empresa	55
4.1.2 Porte.....	55
4.1.3 Marca	56
4.1.4 Conceito da Marca	56
4.1.5 Segmento	57
4.1.6 Distribuição.....	57
4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)	57
4.1.8 Sistemas de Venda	58
4.1.9 Pontos de Venda.....	58
4.1.10 Preços Praticados e Promoções	58
4.1.11 Marketing.....	58
4.1.12 Planejamento Visual e Embalagem.....	59
4.2 PÚBLICO ALVO	61
4.2.1 Perfil da Consumidora.....	62
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS.....	63
4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)	63
4.3.2 Microtendências (Estéticas)	64
4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	67
4.4.1 Delimitação Projetual.....	67
4.4.2 Especificações do Projeto	67

4.4.2.1 Conceito da coleção.....	67
4.4.2.2 Nome da coleção	67
4.4.2.3 Referência da coleção.....	68
4.4.2.4 Cores.....	69
4.4.2.5 Materiais.....	70
4.4.2.6 Formas e estruturas (<i>shapes</i>)	70
4.4.2.7 Tecnologias	70
4.4.2.8 <i>Mix</i> da coleção	71
4.5 PAINEL SEMÂNTICO	72
4.6 CARTELA DE CORES	73
4.7 CARTELA DE MATERIAIS.....	74
4.8 CARTELA DE ESTAMPAS	75
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS	78
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS.....	85
4.11 FICHAS TÉCNICAS	91
4.12 PRANCHAS	134
4.13 FOTOS DOS LOOKS CONFECCIONADOS.....	137
5 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO	140
6 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)	146
7 PLANEJAMENTO DO DESFILE	150
7.1 <i>MAKE-UP</i> E <i>HAIR</i>	150
7.2 TRILHA SONORA.....	150
7.3 SEQUÊNCIA DE ENTRADA PARA O DESFILE.....	151
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	153
REFERÊNCIAS.....	154
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA PÚBLICO ALVO	158

1 INTRODUÇÃO

A motocicleta vai além de um simples meio de transporte, ela traduz um estilo de vida, um anseio pela aventura e o prazer do andar sobre rodas, simbolizam o que todos buscam na vida: a liberdade.

A invenção da motocicleta foi um passo importante com relação aos meios de transporte, com o tempo a motocicleta se tornou mais prática e funcional, crescendo dia a dia na preferência dos consumidores e crescendo entre as mulheres.

Marcas como a Harley-Davidson, escreveram não só a sua história, mas caminharam junto com o desenvolvimento da motocicleta como vemos hoje. Com fãs e adeptos da marca por todo mundo, atualmente a Harley-Davidson é considerada um ícone e uma lenda na história do motociclismo.

As motos Custom também possuem seus adeptos, são motociclistas que buscam por diferenciação, começando por suas motos que tem uma fabricação mais artesanal, passando para o vestuário, tentando sempre refletir o estilo de vida dos motociclistas e seus interesses.

Muitas mulheres deixaram suas marcas durante toda a história do motociclismo, buscavam independência e tinham a intenção de fazer algo novo e excitante. O número de mulheres motociclistas cresce a cada ano, e com isso um público em potencial que deseja suprir suas necessidades quanto ao vestuário. É preciso levar em conta a estética desse vestuário, a identidade, cultura e estilo de vida dessas mulheres no momento da criação do produto de moda.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Muitas mulheres que praticam o motociclismo possuem desejo de usarem roupas que estejam em consonância com as suas motos, para transmitir valores – em especial na questão estética – que demonstrem o seu estilo de vida.

Uma vez que dentro do mercado, poucas empresas conseguem atender essa demanda, a proposta desse estudo parte da problemática em desenvolver peças de vestuários que atendam os anseios dessas consumidoras e que, ao mesmo tempo, ofereçam conforto, estilo e, principalmente, a diferenciação estética que elas tanto procuram nas roupas.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver vestuários direcionados para mulheres adeptas e praticantes do motociclismo que proporcionem maior valorização da estética feminina para esse tipo de produto de moda, e que ao mesmo tempo possa ser usado para o dia a dia.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Apresentar revisão de literatura com informações sobre a história da motocicleta e o universo do motociclismo.
- Fazer pesquisa de campo, com levantamento de dados que busquem identificar as necessidades das mulheres motociclistas em relação às roupas.

- Atender as preferências estéticas em relação a estilo, cores e formas, com o desenvolvimento de peças que utilizem elementos e materiais que valorizem os vestuários direcionados para essas consumidoras.

- Desenvolver modelagens que prezem não só na estética, mas também com preocupações no conforto e nos aspectos de usabilidade, considerando o estilo de vida das mulheres motociclistas.

1.3 JUSTIFICATIVA

A cultura do motociclismo como estilo de vida está presente em todo lugar, sendo a customização de motos um fenômeno popular e em ascensão, o que reflete no aparecimento de um público muito específico de homens e mulheres que fazem da moto um objeto importante como parte de suas vidas.

Essas pessoas costumam frequentar motoclubes, eventos e convenções sobre Harleys, Cafe Racers e motos Custom. Além de circular com as suas motocicletas customizadas, a maioria dessas pessoas também possui como preocupação o uso de roupas que demonstrem a estética própria daqueles que se identificam com a prática do motociclismo.

Contudo, no que diz respeito ao vestuário para esse público, os homens ainda levam mais vantagem do que as mulheres, já que o mercado oferece maiores opções de escolhas para roupas específicas desse segmento.

Segundo o site Portal do Trânsito (2014), de acordo com o Denatran – Departamento Nacional de Trânsito – o número de mulheres que possuem CNH (Carteira Nacional de Habilitação) para motos cresceu 44% de 2008 para 2011. O site descreve que em 2008, 2.534.237 mulheres possuíam Carteira Nacional de Habilitação para motos, enquanto que em 2011, esse número aumentou para 3.655.428.

Levando em consideração a existência potencial de mercado e a necessidade na oferta de roupas específicas para mulheres motociclistas, a proposta desse estudo se justifica baseado no princípio de que muitas praticantes adotam o vestuário como um meio de identificação, sendo o estilo da roupa um meio de diferenciação social e pessoal dentro da cultura do motociclismo.

1.4 HIPÓTESE

Atualmente, a oferta por produtos de moda específicos para mulheres motociclistas que realmente atendam suas reais necessidades é relativamente baixa no mercado, limitando-se apenas à oferta de modelos esportivos convencionais derivados das peças masculinas que, na maioria das vezes, sofrem adequações nas modelagens para o uso do público feminino.

Em virtude dos anseios femininos no que diz respeito aos produtos de moda serem mais abrangentes, é importante que os vestuários desenvolvidos para as mulheres motociclistas também sejam concebidos para atender as exigências dessas consumidoras.

Dessa forma, esse estudo parte do pressuposto de que interferências incorporadas nas modelagens das peças convencionais – juntamente com o uso de matérias-primas e padronagens de estampas e acabamentos pouco utilizados nas roupas que são oferecidas no mercado – poderiam trazer como resultado inovações estéticas nas estruturas para esse tipo de vestuário

Uma vez que a concepção desses produtos agregaria ainda considerações sobre tendências de moda, essas roupas poderiam ainda ser utilizadas por mulheres não adeptas à cultura do motociclismo, já que as peças resultariam em modelos com muita informação de moda.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A CONCEPÇÃO DO VEÍCULO DE DUAS RODAS

Segundo Macieira (2009), o primeiro esboço que se conhece sobre a bicicleta, foi descoberto no ano de 1966 por um grupo de monges, que eram liderados pelo historiador Augusto Marinori, foi divulgado somente oito anos depois, em 1974.

Datado de 1493, o esboço foi conferido a um dos discípulos de Leonardo da Vinci (Figura 1). O esboço se tornou controverso e sua autenticidade foi questionada, pois os materiais utilizados no desenho ainda não estavam disponíveis na época.



Figura 1 – Primeiro esboço da bicicleta
Fonte: Pseudópodo (2014).

Outra referência sobre a bicicleta, foi feita em 1643, em uma igreja inglesa em Saint Giles, um vitral de nome “A bicicleta do anjo”. E a próxima notícia sobre a bicicleta veio apenas no fim do século XVIII.

Diz a história que o conde Méde de Sivrac teria inventado uma antecessora da bicicleta, batizada de celerífero, junção das palavras em latim celer (rápido) e fero (transporte). O engenho era composto de uma viga que unia duas rodas de madeira enfileiradas, e não possuía pedais, banco ou guidão. (MACIEIRA, 2009, p.16).

Mais tarde, o barão Karl Friedrich von Drais, engenheiro agrônomo e florestal alemão vindo de família de posses, foi considerado como o inventor paterno da bicicleta como conceito básico da palavra.

Em 1817 ele instalou em um celerífero¹ um sistema de direção que permitia fazer curvas e com isto manter o equilíbrio da bicicleta quando em movimento. Além do mais a "draisiana" – estrutura de duas rodas de madeira ordenadas em linha com a roda dianteira disposta de uma maneira em que o condutor poderia guiar o veículo (Figura 2) – vinha com um rudimentar sistema de freio e um ajuste de altura do selim para facilitar o seu uso por pessoas de diversas estaturas.



Figura 2 – Barão Karl Friedrich von Drais e a representação do seu invento – a "draisiana"
Fonte: Taringa (2014).

A novidade foi patenteada em 12 de janeiro de 1818, em Baden e em outras cidades européias, incluindo Paris. O invento foi apresentado ao público no Jardim de Luxemburgo, em Paris, no dia 5 de abril de 1818, passando o barão Karl Friedrich von Drais a viajar pela Europa para mostrar o seu produto para quem tivesse interesse em produzi-lo.

Contudo, suas qualidades como vendedor não eram suficientes para convencer os industriais, sendo ele na época ridicularizado e entrando em falência.

A possibilidade de sentar-se num selim parecido a uma sela de cavalo e apoiar os pés no chão, de direcionar a máquina e manter o equilíbrio por longos trechos, e ainda frear, permitia ao condutor o controle da situação e uma sensação de conforto e segurança. O princípio para movimentá-la era bastante simples: sentado no selim da draisiana com os pés apoiados no chão bastava sair andando ou correndo até que se chegasse ao equilíbrio. A partir daí o condutor levantava os pés até que fosse necessário mais impulso para manter a velocidade e o equilíbrio. No plano, conforme a situação do piso, era possível ir mais rápido do que a pé. Nas descidas a velocidade era quase impensável para a época. (ESCOLA DA BICICLETA, 2014).

¹ Celerífero (do francês "célérifère") é um velocípede primitivo inventado pelo francês Comte Mede de Sivrac em 1790. A estrutura do corpo é semelhante a de um animal quadrúpede, com as pernas dianteiras e traseiras substituídas por rodas.

Contudo, suas qualidades como vendedor não eram suficientes para convencer os industriais, sendo ele na época ridicularizado e entrando em falência.

Segundo o site Museu da Bicicleta (2006), por volta de 1838, o escocês Kirkpatrick Macmillan, deu um importante passo na história da bicicleta, adicionando barras na roda traseira, que seriam movidas pelos pés, criando os pedais (Figura 3).



Figura 3 – A bicicleta remodelada por Kirkpatrick Macmillan, com a inclusão de pedais
Fonte: BBC (2014).

Para Macieira (2009) esse detalhe incorporou à bicicleta suas características principais, faltando apenas a questão do conforto e dirigibilidade. Essa questão foi solucionada a partir de 1887 pelo escocês John Boyd Dunlop, que teve a ideia de adicionar um sobrerroda, conhecido hoje como pneu.

Em cerca de 200 anos de existência, as bicicletas evoluíram, passando a fazer parte do cotidiano do planeta. A produção global, em dados de 2001, foi de cerca de cem milhões de unidades, mais que o dobro da produção de automóveis, estimada em 41 milhões de unidades. (MACIEIRA, 2009, p. 20).

A bicicleta surgiu como um meio de transporte inovador, e serviu de referência para a bicicleta a motor, conhecida também como motocicleta.

2.2 A INVENÇÃO DA MOTOCICLETA

Segundo Macieira (2009), para os norte-americanos a moto teria sido inventada por Sylvester Howard Roper, que em 1869 desenvolveu uma bicicleta ainda de madeira movida por um motor a vapor (Figura 4). Alguns anos mais tarde, Roper se uniu a uma fábrica de bicicletas chamada Pope e fez uma versão melhorada de sua bicicleta a vapor. Sua invenção foi a público somente no ano seguinte, em 1870.

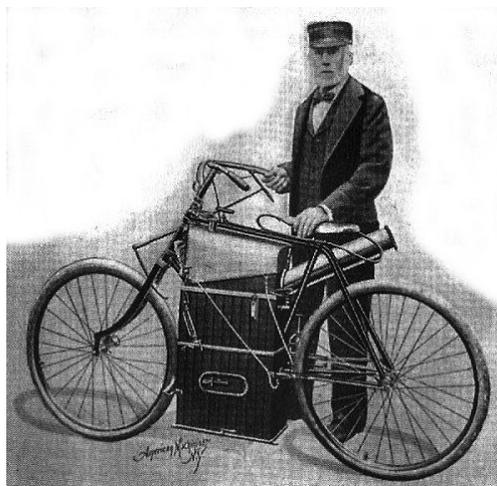


Figura 4 – Bicicleta com motor a vapor inventada por Sylvester Howard Roper
Fonte: AMA Motorcycle Hall of Fame (2014).

Por outro lado, historicamente, o invento da motocicleta tem outra versão sobre sua paternidade, que seria do alemão Gottlieb Daimler, junto com seu chefe Nikolaus August Otto, o criador do motor de combustão interna.

O motor de combustão interna prevaleceu desde as origens e é tido como ponto de partida para a invenção da motocicleta. O desenvolvimento do motor, assim como sua adaptação às duas rodas em linha, formando o embrião da motocicleta, é obra do genial Gottlieb Daimler (1834-1900), nascido na pequena cidade de Schorndorf, Alemanha, em 17 de março de 1834. (MACIEIRA, 2009, p. 22).

Como se pode observar, a discussão sobre a autoria de tal invenção é interminável, mas a “Einspur” – nome com que foi batizado o invento – é considerada a primeira moto oficial a circular pelas ruas (Figura 5).



Figura 5 – A "Einspur" de Gottlieb Damiler
Fonte: Damiler (2014).

De acordo com Macieira (2009), a primeira motocicleta produzida em larga escala foi a "Motorrad", batizada também de "La Petrolette" (Figura 6). O veículo possuía um motor dois tempos e que era movido a gasolina.



Figura 6 – A "Motorrad" ou "La Petrolette" – primeira motocicleta fabricada em escala
Fonte: Hype Science (2014).

Apesar de terem sido vendidas mais de 1.000 unidades dessa motocicleta, a fábrica Duncan teve que encerrar suas atividades por problemas financeiros, mas mesmo com o fracasso da empresa, ficou claro na época a existência de um público para a demanda desse produto.

2.3 HARLEY-DAVIDSON: O MITO

De acordo com Macieira (2009), a história da marca começou em 1903, quando Willian Harley e seu amigo Arthur Davidson – na época com 21 e 20 anos respectivamente – se reuniram no quintal da casa de Arthur para dar início ao que seria o primeiro passo para a fundação da Harley-Davidson. Em seguida, o irmão mais velho de Arthur, que se chamava Walter, se juntaria à sociedade junto com mais um outro membro da família Davidson.

Os quatro fundadores desenvolveram o seu primeiro protótipo, tendo uma lata de conservas como carburador. Apesar do esforço dos jovens, o motor produzido era demasiadamente fraco para conseguir subir pequenas elevações sem a ajuda de pedais.

Sem desistir da ideia, começaram a trabalhar em um segundo protótipo, usando um motor de 405cm³, bem mais poderoso que o inicial. Para a construção dessa segunda versão, os jovens receberam também a ajuda do inventor norueguês Ole Evinrude, cuja experiência em motores auxiliou muito durante as experimentações.

Após algumas tentativas, entre avanços e fracassos, os jovens conseguem obter por volta do ano de 1905 os resultados esperados, com a criação da lendária Silent Grey Fellow, uma motocicleta com potência de 3 cavalos, válvula de admissão automática e transmissão com correia (Figura 7).



Figura 7 – A Harley-Davidson Silent Grey Fellow, de 1905
Fonte: A Origem das Coisas (2014).

Em 1905 foram vendidas três Harleys através do primeiro revendedor oficial da marca, Carl H. Lang, de Chicago. Nesse ano foram construídas cerca de 12 motocicletas na mesma oficina do seu nascimento, ou seja, o quintal da casa de Arthur. Nascia ali a Harley-Davidson Motor Company.

O teste para a primeira versão da Harley foi feito numa corrida de motos no State Fair Park, em Milwaukee, tendo ficado em quarto lugar. Um ano mais tarde, em 1906, nascia a primeira fábrica da Harley-Davidson, com 216 metros quadrados e capacidade de produção de 50 motos por ano.

No ano de 1907, William Harley se formou como engenheiro mecânico e a fábrica expandiu suas vendas. Na época, a polícia americana tomou a decisão de equipar os homens da corporação com as motos da Harley-Davidson, o que difundiu definitivamente a marca no mercado.

Dois anos mais tarde, a empresa lançou o primeiro modelo com motor 45º V-Twin 880cc, com 7 cavalos de potência, que atingia os 100km/h, algo inacreditável para a época (Figura 8).



Figura 8 – Harley-Davidson com motor V-Twin, com propulsor de 7 cv e dois cilindros a 45º
Fonte: Howstuffworks (2014).

No ano de 1911, o lançamento de um modelo com motor V-Twin aperfeiçoado promoveu o aumento das vendas da Harley-Davidson, fazendo com que a presença das motocicletas fabricadas pela empresa dominasse as corridas de motos. Até o ano de 1914 já eram produzidas, em média, mais de 14 mil motos Harley-Davidson por ano.

Em 1909, a Harley-Davidson Motor Company, então com seis anos de vida, apresenta a sua primeira grande evolução tecnológica no mercado de duas rodas. O mundo assistiu ao nascimento do primeiro motor V-Twin montado em motocicletas, um propulsor capaz de desenvolver 7 cv – uma potência considerável para aquela época. Em pouco tempo, a imagem de um propulsor com dois cilindros dispostos num ângulo de 45 graus tornou-se um dos ícones da história da Harley-Davidson. (MOTO, 2014).

A Harley-Davidson também marcou presença na história durante a Primeira Guerra Mundial nos Estados Unidos, com a comercialização de mais de 17 mil motocicletas para o exército americano. Já na Segunda Guerra Mundial, a produção de motos era exclusivamente militar, com a fabricação de cerca de 90 mil unidades. Sua produção para uso civil só voltou com o fim da guerra, havendo um aumento pela demanda no consumo de motocicletas.

Segundo o site Moto (2014), em 1969 a Harley-Davidson se associou com a American Machine and Foundry (AMF), que era uma fábrica de produtos mecânicos. Com isso, houve a perda do toque artesanal do produto, que se rendeu à linha de produção em grande escala, o que daria um novo rumo a empresa.

Suas ações também começaram a ser vendidas na Bolsa de Valores, provocando o fim do controle acionário pertencente à família fundadora da empresa. Em 1969, a produção chegou a 14 mil motocicletas e após 12 anos de sociedade junto com a AMF, a marca seria novamente vendida para 13 executivos *seniors* da empresa, formados por funcionários e por Willian G. Davidson – neto de Willian Davidson.

Comumente designada como uma paixão ou uma lenda, a marca conquistou uma legião de fãs fervorosos pelo mundo. Com aproximadamente metade do mercado norte-americano e um terço do mercado global, a Harley-Davidson é a maior fabricante de motocicletas acima de setecentas cilindradas. (PINTO, 2011, p. 18).

O Harley Owners Group (H.O.G.), criado em 1983 é um grupo de proprietários de motos da marca Harley-Davidson, que reúne cerca de um milhão de membros espalhados pelo mundo todo, sendo o maior clube relacionado a motocicletas em todo o mundo.

Por causa do H.O.G., eu conheci o mundo inteiro. Eu andei de motocicletas Harley-Davidson em 26 países, em quatro continentes. Fiz amigos para a vida inteira. Tem sido uma experiência fantástica. (MEMBERS.HOG, 2014).

Segundo o site Motonline (2014), em 2003 a marca comemorou 100 anos de história, em Milwaukee, nos Estados Unidos, com a reunião por quatro dias de mais de 800 mil pessoas que prestigiaram a festa, marcando presença com cerca de 300 mil motocicletas Harleys-Davidson no local.

No Brasil, a primeira concessionária Harley-Davidson abriu suas portas para comercialização das motocicletas em Minas Gerais no ano de 1998. Já a primeira e única fábrica Harley-Davidson fora dos Estados Unidos foi instalada em Manaus, no ano de 1999.

De acordo com o site A Origem das Coisas (2014), a Harley-Davidson é uma moto para quem quer força mas não exige altas velocidades. Em média, sua velocidade máxima alcança os 180km/h, porém a maioria dos praticantes costumam dizer que o ideal é conduzi-la a um ritmo bem mais lento, para apreciar melhor a paisagem e ter a sensação da brisa do vento em contato com o rosto durante a viagem.

As motos Harley-Davidson também se tornaram famosas no círculo cinematográfico de Hollywood, sendo utilizadas em vários filmes, já que a sua imagem remete à filosofia de muitos personagens, demonstrando o sentido da liberdade e da subversão do indivíduo que a possui.

Em 1950, o ator Marlon Brando apareceu nas telas com uma moto Harley-Davidson Hydra Glide, no filme “O Selvagem” (Figura 9). Em “Sem Destino (Easy Rider)”, de 1969, os atores Dennis Hopper e Peter Fonda usaram além da Harley-Davidson Hydra Glide, o modelo Harley-Davidson FLH. No ano de 1991, Arnold Schwarzenegger popularizou o modelo Harley-Davidson “Fat Boy”, no filme “Exterminador do Futuro 2” (Figura 10). E em 1994, o ator Bruce Willis desempenhou suas performances em cenas de ação com a Harley-Davidson FXR Super, no filme “Pulp Fiction” (Figura 11).

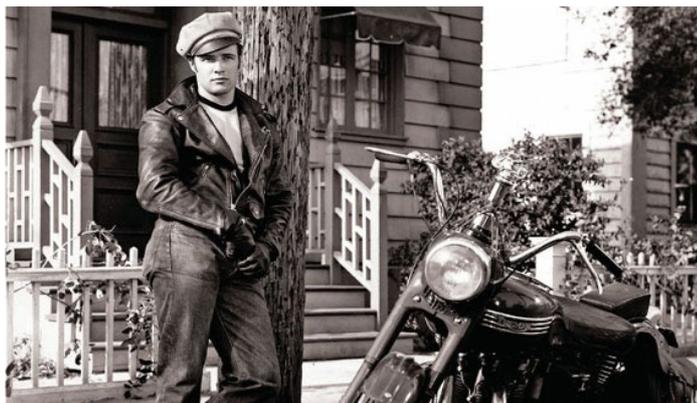


Figura 9 – A Harley-Davidson Hydra Glide em "O Selvagem" (1950)
Fonte: 4 Rodas Moto (2014).



Figura 10 – A Harley-Davidson "Fat Boy" em "Exterminador do Futuro 2" (1991)
Fonte: Motocando (2014).

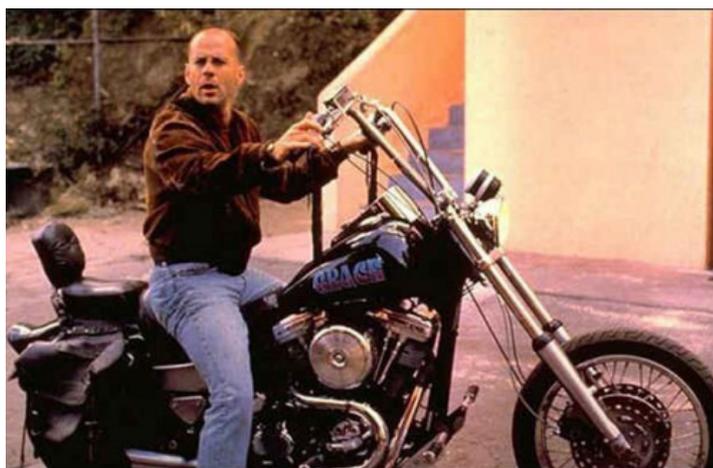


Figura 11 – A Harley-Davidson FXR Super em "Pulp Fiction" (1994)
Fonte: Fisgo (2014).

Atualmente, a Harley-Davidson é considerada como um ícone da história das motos e reconhecida em todo o mundo como uma das marcas mais lendárias relacionadas aos veículos de duas rodas.

2.4 OS *ROCKERS* E AS *CAFE RACERS*

A subcultura intitulada *Rockers* originou-se no Reino Unido, no fim da década de 50, com o fim do racionamento pós guerra, possibilitando mais vantagens para as classes trabalhadoras. Com isso, esses trabalhadores podiam comprar motocicletas como meio de transporte, que eram os veículos mais em conta da época.

Os *rockers*, se reuniam em cafés justamente para apreciar o estilo musical em comum, o *rock'and'roll*. Eles aproveitavam esses pontos de encontros para promover corridas, tendo como preferência o uso de motos rápidas e leves. Em virtude disso, eles mesmos adotaram o hábito de preparar suas motocicletas, modificando-as para ganhar mais velocidade e boa movimentação.

O estilo de vida de abandono das regras da sociedade pelos *rockers* acabou por prejudicar a imagem do motociclismo no Reino Unido, já que eles causavam intimidação por onde passavam. Essas pessoas possuíam um estilo próprio na forma de se vestirem, com jaquetas de couro decoradas com taxas e bordados, lenço no pescoço, calças de couro, botas, óculos aviador, sendo o cabelo sempre penteado com topete (Figura 12).



Figura 12 – Vestuário característico dos *rockers*
 Fonte: Generic Fashion (2014).

Suas corridas rápidas, geralmente de um café para o outro, ficaram conhecidas como *Cafe Racers*. Hoje o termo *Cafe Racer* é utilizado como definição para uma categoria de motocicletas.

As *Cafe Racers* podem ser caracterizadas como motos que fazem referência ao visual das antigas motos inglesas dos anos 60, que eram preparadas com o objetivo de se tornarem mais rápidas nos rachas. O visual busca o minimalismo e a posição de pilotagem é mais *racing*. O objetivo era torná-las mais leves e rápidas. Uma *Cafe Racer* pode ter acessório moderno, mas o visual tem que estar de acordo com essas premissas. (GARAGEM CAFÉ RACER, 2014).

As *Cafe Racers*, estão inseridas dentro do meio *Custom*, que são estilos diferentes de motocicletas modificadas. Assim como as *Bobbers*² e as *Choppers*³, elas têm uma produção mais artesanal e são produzidas em pequenas quantidades, para serem customizadas e modificadas.

No site Equilíbrio em Duas Rodas (2014), Fábio Magnani afirma que a “*custom* é qualquer moto com design diferente das motos de linha e com fabricação

² As *Bobbers* surgiram na década de 40, logo após a 2ª Guerra Mundial. Os soldados que voltavam da guerra customizaram as motos retirando tudo que era considerado supérfluo (páralamas, proteções, luzes indicadoras, etc) com a intenção de deixá-las mais leves e rápidas. Apenas o quadro da moto era mantido como original.

³ As *Choppers* surgiram nos anos 60, com motos com o garfo alongado. Algumas pessoas acreditavam que elas eram feitas para terem mais estabilidade em altas velocidades nas longas e retas estradas americanas. O desempenho deu lugar para a estética e a forma se tornava mais importante que a função.

artesanal”. Segundo ele, “a diferença em relação às motos de fábrica pode ser na estética, na estrutura ou na *performance*”.

Os motociclistas que se encaixam na cultura *custom* buscam a diferenciação da maioria dos motociclistas. Dessa forma, a customização de suas motocicletas vai muito além do que uma vontade, transpondo-se em muitos casos num estilo de vida, em que interesses em comum se tornam parte de seu cotidiano, como gosto musical, preferência por vestuários, além de outras atividades.

2.5 OS MOTOCLUBES

Para Alford e Ferris (2013), a escolha da aparência ou modelo da motocicleta é uma forma de autodefinição, sendo esse fator um meio de identidade para o indivíduo fazer parte de um grupo. Os motogrupos ou motoclubes existem desde o início do século XX e, segundo Macieira (2009, p. 86), “o mais antigo que se tem notícia é o Yonkers Motorcycle Club, de Nova York, fundado em 1903”.

Junto com os grupos organizados nasceu a FAM – Federation of American Motorcyclists, que segundo o site American Motorcyclist (2013), os próprios membros dos motoclubes enxergaram a necessidade de uma organização maior. Outro fator que impulsionou tal organização foi a promulgação de uma lei em Nova York, que exigia que as motocicletas deveriam ter um registro. Apesar do crescimento, alguns anos mais tarde, devido à Primeira Guerra Mundial, em 1919 a FAM encerrou suas atividades.

Em 15 de maio de 1924 surgiu a AMA – American Motorcyclist Association – que cuida de todas as ações dos motoclubes norte-americanos e tem mais de 10.000 membros associados até os dias de hoje.

Em 1949, junto com a FIM – Federation Internationale Motorcycliste – os grupos de motociclistas tiveram a opção de fazer parte ou não das organizações, sendo que os que não fazem parte, ou seja, não possuem o registro, são denominados de *outlaws*.

Dulaney (2005) considera que a Segunda Guerra Mundial teve influência na criação dos motoclubes. Segundo ele, com o fim da guerra, muitos dos jovens não conseguiam retomar suas vidas normais. Isso acontecia porque alguns deles, tendo

recebido treinamento em motocicletas durante os combates – especificamente em Harleys – ansiavam por resgatar a sensação de pilotar a motocicleta, já que esse fato trazia o alívio necessário em suas vidas.

Dessa forma, esses jovens formaram laços e tornaram-se “irmãos de guerra”. Eles se reuniam em bares e juntos tentavam curar as cicatrizes de combate para se sentirem mais humanos. Foi esse sentimento o fator de influência para a criação dos motoclubes, local em que se resgatava a fraternidade e se partilhava os mesmos valores e experiências.

Segundo a Motonline (2014), o maior motoclube do mundo é o Hells Angels, formado em 1948 nos Estados Unidos. Em seguida vem o Outlaws Motorcycle Club, formado em 1936 e que reivindica o título de motoclube mais antigo do mundo, tendo esse reconhecimento negado pela AMA – American Motorcyclist Association.

De acordo com a Motonline (2014), o primeiro grupo formado no Brasil foi o Moto Club do Brasil, no ano de 1927 na cidade do Rio de Janeiro. Alguns anos mais tarde, houve o surgimento de outros grupos como o Motoclub de Campo – Rio de Janeiro (1932), o Zapata MC – São Paulo (1963) e o Balaios MC – Rio de Janeiro (1969).

Comumente no Brasil a popularização iniciou-se na década de 90, quando da liberação da importação pelo governo do então presidente Collor. O maior MC brasileiro era OS ABUTRES, que perderam o lugar para a irmandade BODES DO ASFALTO. (MOTONLINE, 2014).

2.6 MULHERES EM MOTOCLUBES

Mesmo com a associação de motos como veículo predominantemente usado pelos homens, muitas mulheres também registraram ao longo das décadas o seu grande interesse por essas máquinas. Prova disso é a fundação do Motor Maids, que segundo o seu site oficial (2013), foi fundado em 1940 por Linda Dugeau, que tinha como principal finalidade unir as mulheres que tivessem o mesmo interesse pela motocicleta.

Na época, Linda conseguiu reunir 51 membros, sendo requisito para essas mulheres possuir sua própria motocicleta. A associação da Motor Maids com a

AMA – American Motorcyclist Association, foi concedida no ano de 1941, sendo Dot Robinson a primeira presidenta nomeada que ocupou o cargo por 25 anos (Figura 13).



Figura 13 – Dot Robinson, a primeira presidente da Motor Maids
Fonte: Mulheres Motociclistas (2014).

De acordo com o site Harley-Davidson (2014), a primeira convenção do Motor Maids aconteceu em maio de 1944 e, desde então, são feitas convenções anuais sempre no mês de julho e também encontros em quase todos os meses.

Segundo o site Confraria Trinkados (2014), a missão do Motor Maids sempre foi o de viajarem juntas como um grupo ou clube para se divertirem, respeitando a história de suas tradições. Arthur Davidson – o fundador da Harley-Davidson Motor Company – apoiou o Motor Maids logo no início de sua fundação, já que a maioria das integrantes possuíam motocicletas de sua marca.

Segundo Alford e Ferris (2013), as integrantes do Motor Maids participam de desfiles e eventos relacionados ao motociclismo e são sempre reconhecidas pelo característico uniforme adaptado do traje masculino militar, composto por calça cinza, camisa azul *royal*, gravata, botas e luvas brancas, o que as denominam como “as senhoras das luvas brancas” (Figura 14).



Figura 14 – Integrantes da Motor Maids
Fonte: Speedway Bikes.com (2014).

Atualmente existem mais de 1.200 mulheres que participam como membros integrantes do Motor Maids. Essas mulheres buscam projetar uma imagem positiva por meio da educação e apoio mútuo aliada à pilotagem de forma segura.

2.7 A EXPANSÃO DA MULHER NO UNIVERSO DO MOTOCICLISMO

As mulheres pilotam motocicletas desde os primórdios do motociclismo, buscando independência e impulsionadas pelo desejo de fazer algo novo e excitante. Segundo o site da Harley Davidson (2014), em 1912 a Harley incluiu em seu catálogo, ilustrações de mulheres fazendo parte do meio do motociclismo, mas até então apenas como passageiras. Alguns anos depois, em 1921, foram incluídas menções no catálogo da Harley-Davidson de como o motociclismo estava crescendo entre as mulheres e, dessa vez, não só como passageiras, mas também como pilotos.

De acordo com o site Moto (2014), uma pesquisa foi realizada a pedido da fabricante americana Harley-Davidson para entender os aspectos emocionais das mulheres com relação às motos. Durante essa investigação foram entrevistadas 1.013 mulheres motociclistas e 1.016 mulheres que não eram adeptas ao motociclismo. Os números da pesquisa demonstraram que 37% das mulheres motociclistas afirmavam estar sempre felizes e contentes. Já no grupo das mulheres não motociclistas, apenas 16% consideraram estar sempre felizes.

O estudo apresentou ainda que das mulheres motociclistas, 27%

responderam que se sentem mais sensuais e atraentes, sendo que apenas 7% das mulheres não motociclistas se consideravam de tal forma. Outro dado importante é que 35% das mulheres motociclistas se consideravam mulheres mais confiantes e independentes, enquanto 18% das mulheres não motociclistas se julgavam confiantes e independentes.

O estudo apresentou também um outro ponto importante em que foi detectado que 60% das mulheres que conduziam uma motocicleta, se sentiam mais satisfeitas com suas relações pessoais, contra 38% das mulheres que não utilizavam uma motocicleta.

De acordo com o site Motociclismo (2014), 74% das mulheres motociclistas entrevistadas afirmaram que após começarem a conduzir uma motocicleta, suas vidas melhoraram significativamente.

No site da Harley-Davidson (2014), Claudia Garber – diretora de marketing feminino da empresa – afirma que “andar de moto é uma grande forma de expressão de liberdade”, fazendo com que as mulheres motociclistas sejam mais felizes na sua vida se comparado com as demais.

2.8 ERGONOMIA

De acordo com Dul e Weerdmeester (2004, p. 1), o termo ergonomia deriva das palavras gregas *ergon* (trabalho) e *nomos* (regras). Outra terminologia bastante utilizada nos Estados Unidos para essa área do conhecimento é a expressão *human factors* (fatores humanos).

Ergonomia (ou fatores humanos) é uma disciplina científica que estuda as interações dos homens com outros elementos do sistema, fazendo aplicações da teoria, princípios e métodos de projeto, com o objetivo de melhorar o bem-estar humano e o desempenho global do sistema. (DUL; WEERDMEESTER, 2004, p. 1).

Segundo Lida (2005), o termo ergonomia foi usado pela primeira vez por Wojciech Jastrzebowski em seu artigo “Ensaio da ergonomia ou ciência do trabalho, baseada nas leis objetivas da ciência sobre a natureza”, publicado em 1857.

Como ciência, ela só se tornou oficial no dia 12 de julho de 1949, após a Segunda Guerra Mundial, em que se reuniram pela primeira vez cientistas, pesquisadores e profissionais interessados em fazer da ergonomia um novo campo de atuação interdisciplinar.

Do ponto de vista ergonômico, os produtos são considerados como meios para que o homem possa executar determinadas funções. Esses produtos então, passam a fazer parte de sistemas homem-máquina-ambiente. O objetivo da ergonomia é estudar esses sistemas, para que as máquinas e ambientes possam funcionar harmoniosamente com o homem, de modo que o desempenho dos mesmos seja adequado. (IIDA, 2005, p. 313).

Iida (2005) considera que um produto para ser ergonômico ao usuário, deve ser pensado ergonomicamente desde o seu projeto, e é de responsabilidade do profissional da área somar todos os fatores que envolvem a concepção do produto.

De acordo com Grave (2004), o fato das modelagens serem desenvolvidas seguindo os fatores ergonômicos, permite ampliar a visão do profissional de moda, atendendo não só pontos como a qualidade do produto e a estética, mas também o conforto e a melhoria da qualidade de vida do usuário.

No desenho da indumentária, o programa deve abranger uma ampla gama de variáveis que afetam todas as decisões posteriores do desenho. Além da identificação do usuário, destinatário ativo na gênese do objeto, deve abranger todas as situações que afetaram a vestimenta: o ambiente, a relação com outros objetos e artefatos culturais, as funções que ela deve cumprir, sua relação com outros sistemas significativos, suas características formais e técnico-produtivas. (FIORINI, 2001 apud PIRES, 2008, p. 99).

Para Martins (2005 apud Pires 2008), o corpo humano é a principal referência para a concepção de um produto, levando em consideração que apesar das nossas semelhanças, todos somos diferentes com relação a tamanhos e proporções, e que a vestimenta deve se adaptar ao usuário e, ao mesmo tempo, estabelecer um padrão.

Muitas vezes constata-se que nem sempre o produto de moda atende as necessidades dos usuários, esquecendo de itens primordiais como conforto e usabilidade. Dessa forma, alguns princípios de usabilidade devem ser levados em consideração durante o planejamento do produto de moda.

Os princípios consistência, compatibilidade com o usuário, clareza no manuseio, mínima possibilidade de erro, controle do usuário estão relacionados às tarefas de vestir e desvestir, que implicam, entre tantas outras atividades, abrir, fechar, ajustar os componentes, os aviamentos e as peças que compõem o produto de moda. Com esses princípios, aliados às propriedades e aos índices ergonômicos, já vistos, o usuário teria atendida suas necessidades individuais e o produto de moda responderia à adequação e qualidade requeridas pelos consumidores. (MARTINS, 2005 apud PIRES, 2008, p. 326).

Para Tosi (2005) trabalhar com a ergonomia significa respeitar as diferenças físicas, psicológicas e culturais do usuário em todas as fases de sua vida, atribuindo valores ao produto que tragam usabilidade, facilidade de uso e que o produto seja esteticamente agradável, sendo funcional e também, viável financeiramente.

Com isso, é correto afirmar que o produto de moda agregado aos princípios da ergonomia, proporciona ao usuário não só a funcionalidade e estética do produto, mas também o conforto e viabilidade, atendendo as suas necessidades básicas e que além de tudo, proporcionem o prazer do uso.

2.9 ERGONOMIA E MOTO

Pesquisadores que trabalham com a ergonomia classificam essa área do conhecimento em três abordagens: a “ergonomia física”, que relaciona seus estudos à anatomia humana, à antropometria, à fisiologia e à biomecânica; a “ergonomia cognitiva”, que refere aos processos mentais de aquisição de conhecimento e; a “ergonomia organizacional”, que relaciona os processos de trabalho nas empresas.

No caso da análise de uma motocicleta junto ao seu usuário, os conceitos mais aplicados estão relacionados ao campo da “ergonomia física”. De acordo com o site 4 Rodas (2014), “uma moto ergonomicamente perfeita atenderia igualmente bem a todos os biotipos de motociclista, mesmo que fossem requeridas algumas regulagens, como as de selim, guidão e pedaleiras”. Contudo, apesar dessas preocupações já existirem na fabricação da maioria dos automóveis, a ergonomia em motocicletas ainda mal começou a ser aplicada.

O cockpit de uma motocicleta é um posto de trabalho, e dos mais sofisticados. Praticamente todos os músculos do corpo são exigidos na pilotagem, não importa qual seja a moto utilizada. Tronco e cintura, pescoço e cabeça, braços e mãos, pernas e pés: todo o corpo participa ativamente da direção [...]. (4 RODAS, 2014).

As motos mais ergonomicamente planejadas são as que oferecem o maior número de possibilidades de regulagem, que contemplam – ou deveriam contemplar – altura do banco, profundidade do encosto ou apoio traseiro (quando existir), altura das pedaleiras, distância de manetes de embreagem e freio dianteiro, altura e profundidade do guidão, altura dos pedais de câmbio e de freio traseiro, entre outros itens. Alguns modelos de motos mais modernas já oferecem essas regulagens, contudo poucos motociclistas se preocupam em utilizá-las de maneira correta.

Segundo o site 4 Rodas, “a consideração mais óbvia na escolha de uma moto é a altura”, considerando nesse caso a altura do veículo e também a do usuário. Dessa forma, por mais que todo motociclista esteja disposto a enfrentar desafios esportivos e radicais, é fundamental que ele escolha uma moto adequada ao seu biotipo, para evitar uma série de malefícios que prejudicarão o seu corpo (Figura 15).



Figura 15 – Comprometimento da postura do corpo com a escolha inadequada da motocicleta
Fonte: 4 Rodas (2014).

Atualmente, existem serviços oferecidos via internet que orientam as pessoas a escolherem o modelo de motocicleta que melhor se adequa ao seu porte físico. De acordo com o site 4 Rodas (2014), um deles é oferecido pelo site norte-americano “cycle-ergo.com”, em que se escolhe a moto pelo modelo e ano e, em seguida, a pessoa indica as suas medidas de altura do corpo e cavalo, ou seja, o comprimento da perna ou a distância entre a virilha e o chão.

Com o crescimento das competições em autódromos e estradas, vieram as motos supersportivas, desenvolvidas para vencer a resistência do ar em altas velocidades com maior eficiência. Por outro lado, a postura do motociclista sobre o veículo não é muito cômoda, já que o peso do corpo deslocado à frente e a coluna vertebral em ângulo fechado na direção do farol condicionam que as pernas fiquem em posição recolhida, causando certo desconforto caso o usuário venha a ficar por um longo período de tempo sobre o veículo.

Para alguns especialistas do motociclismo, as grandes *touring* são quase perfeitas para os pilotos, mas acabam ficando restritas ao público devido à sua exclusividade na fabricação. Dessa forma, a maioria considera ainda que o conceito das motos pioneiras derivadas das bicicletas motorizadas, que geraram os modelos *street*, podem ser apontadas como as mais ergonômicas para uso.

Conforme se observa, o desenvolvimento de vestuários direcionados para motociclistas possui um grau de complexidade bastante grande, tendo em vista que as características físicas do piloto devem ser cuidadosamente observadas durante a elaboração das roupas, a fim de que os aspectos ergonômicos sejam atendidos de forma adequada sem comprometer a concepção estética e funcional do produto.

2.10 VESTUÁRIO PARA MULHERES MOTOCICLISTAS: UM MERCADO POTENCIAL

Dado ao aumento do número de mulheres que cada vez mais adotam o motociclismo como estilo de vida, o desenvolvimento de vestuários para esse mercado torna-se um nicho potencial a ser explorado pelas empresas.

Por outro lado, quando se trata da oferta de vestuários para as mulheres, as marcas que comercializam roupas para esse segmento de mercado ainda deixam muito a desejar no atendimento dos anseios dessas consumidoras em virtude de diversos fatores.

Um deles é que a maioria das lojas virtuais acabam concentrando suas vendas exclusivamente para o público masculino, sendo mínima a oferta de roupas para o público da ala feminina (Figura 16).

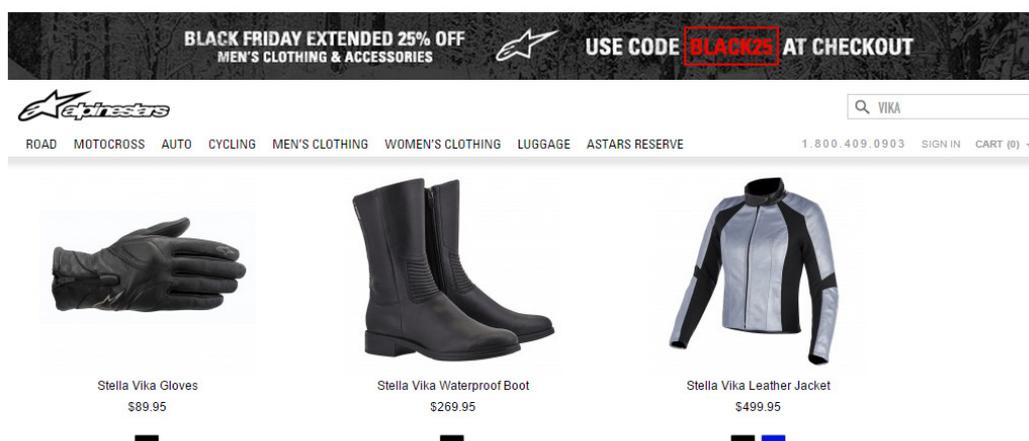


Figura 16 – Site de empresa de vestuário para motociclismo com pouca opção de roupas para mulheres
Fonte: Alpinestars (2014).

Mesmo que esses sites especializados ofereçam roupas para as mulheres motociclistas, os produtos existentes não atendem completamente as reais necessidades das consumidoras – em especial nos aspectos estéticos – uma vez que as marcas ofertam peças derivadas dos modelos esportivos masculinos, fazendo apenas algumas adequações na modelagem para que sirvam no corpo feminino (Figura 17).



Figura 17 – Modelo de jaqueta esportiva feminina para motociclista
Fonte: Alpinestars (2014).

Os tecidos utilizados para a confecção das peças encontradas no mercado são mais grossos, sem muitas opções de cores e modelos (Figura 18) Como a maioria das roupas acaba sendo voltada para o estilo esportivo, as consumidoras acabam deixando de aproveitar também o uso mais casual dessas mesmas peças para o dia-a-dia.



Figura 18 – Modelo de calça esportiva feminina para motociclista
Fonte: Alpinestars (2014).

Alguns modelos chegam a oferecer a aplicação de padronagens como, por exemplo, as camisetas estampadas com motivos relacionados ao motociclismo. Mesmo assim, as opções de escolhas ainda deixam de atender as reais necessidades das mulheres motociclistas, já que as modelagens das peças e os motivos de desenhos acabam sendo, esteticamente, pouco atraentes (Figuras 19 e 20).



Figura 19 – Modelo de camiseta estampada com motivo para motociclismo - exemplo 1
Fonte: Women's Moto Exhibit (2014).



Figura 20 – Modelo de camiseta estampada com motivo para motociclismo - exemplo 2
Fonte: Moto Lady (2014).

De modo geral, pode-se considerar que praticantes do motociclismo adotam esse estilo de vida devido ao fato deles se identificarem com o espírito radical e esportivo do veículo. Contudo, devido ao número crescente de mulheres que aderem à essa prática, é importante que as empresas que fabricam vestuários para esse segmento, não fiquem condicionadas apenas a fazer roupas derivadas dos modelos concebidos para o público masculino e que se adaptem ao corpo da mulher.

Os valores agregados em um produto de moda para o público feminino – em especial os estéticos – possuem dimensões mais amplas e complexas para serem exploradas se comparadas às necessidades do público masculino. Dessa forma, as empresas que desenvolvem vestuários para motociclistas devem classificar melhor os critérios para a escolha das cores, formas, matérias-primas, padronagens e acabamentos, de modo a atender os anseios das mulheres e, ao mesmo tempo, relacionar a estética desse vestuário à identidade e ao estilo de vida da cultura do motociclismo.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Esse projeto trata-se de uma pesquisa do tipo indutiva com abordagem qualitativa, dando atenção tanto ao processo empregado quanto aos resultados. De acordo com Boaventura (2007, p. 56), a pesquisa qualitativa caracteriza-se “como fonte direta de dados no ambiente natural, constituindo-se o pesquisador no instrumento principal”. Nesse tipo de pesquisa os dados coletados são considerados ricos em descrições e privilegiam o significado.

O estudo possui também caráter exploratório, tomando como primeira etapa o desenvolvimento de uma pesquisa bibliográfica buscando informações relacionadas ao tema escolhido contidas em livros, artigos, revistas, sites e outros tipos de fontes de consulta.

Segundo Gil (2010, p. 27), “as pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”. Ainda nesse sentido, Köche (2006, p. 126) afirma que “o objetivo fundamental de uma pesquisa exploratória é o de descrever ou caracterizar a natureza das variáveis que se quer conhecer”.

3.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS

Segundo Gil (2006), o questionário como instrumento de coleta de dados apresenta como vantagem a possibilidade de se aplicar as perguntas para um número maior de pessoas durante a investigação. Além disso, esse tipo de instrumento também permite a garantia do anonimato dos participantes que se dispõem a participar do estudo.

Considerando esses aspectos, o trabalho adotará a estratégia do uso de um questionário de múltipla escolha como meio de coleta de dados junto ao público alvo. O conteúdo do questionário se constituirá de 10 (dez) perguntas direcionadas

para as mulheres praticantes ou adeptas do motociclismo, com foco na coleta de informações que contribuam para o direcionamento mercadológico e para o desenvolvimento da coleção desse estudo (apêndice A). A abordagem da aplicação do questionário será feita através da internet.

3.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O objeto de estudo será delimitado em um grupo de mulheres praticantes ou adeptas do motociclismo – pilotos ou passageiras – já conhecidas por serem motociclistas, na faixa etária entre 18 e 35 anos, pertencentes à classe B, que costumam adotar o motociclismo como estilo de vida para o lazer.

No contexto geográfico, essas mulheres se encontram no Estado do Paraná, nas cidades de Londrina, Maringá e Curitiba. Outra parcela do público alvo possui domicílio na região Sul e Sudeste, em cidades dos Estados de São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

3.4 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA

Partindo da problemática do projeto, é fundamental que sejam atendidas as especificações necessárias para a obtenção de um produto final condizente com o público alvo.

Para isso a pesquisa foi estruturada em:

- Pesquisa bibliográfica.
- Pesquisa de campo.
- Pesquisa descritiva dos dados coletados.

Com isso, aspectos importantes relacionados ao trabalho serão melhores descritos na sequência.

3.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O questionário foi enviado para mulheres já conhecidas como motociclistas e postado em grupos específicos de motociclistas no *Facebook*, afim de evitar que mulheres que não se encaixassem no perfil preenchessem.

Os primeiros dados a serem preenchidos no questionário aplicado, eram referentes a idade, profissão e renda mensal. Era necessário verificar se o preenchimento dessas informações atendia aos requisitos propostos pelo projeto, uma vez que o questionário foi aplicado via internet às participantes.

As condições ficaram quanto a: serem mulheres da faixa etária entre 18 e 35 anos, praticantes do motociclismo, sendo pilotos ou passageiras, especificamente de *Harleys*, *CafeRacers* e *Motos Custom*.

Quanto à profissão e renda, o dado proporciona uma visão melhor da área de atuação e poder aquisitivo dessas mulheres.

As informações obtidas na pesquisa serão analisadas na sequência em forma de gráficos para melhor compreensão dos dados. Os resultados serão adotados no direcionamento mercadológico e no desenvolvimento do projeto desse estudo.

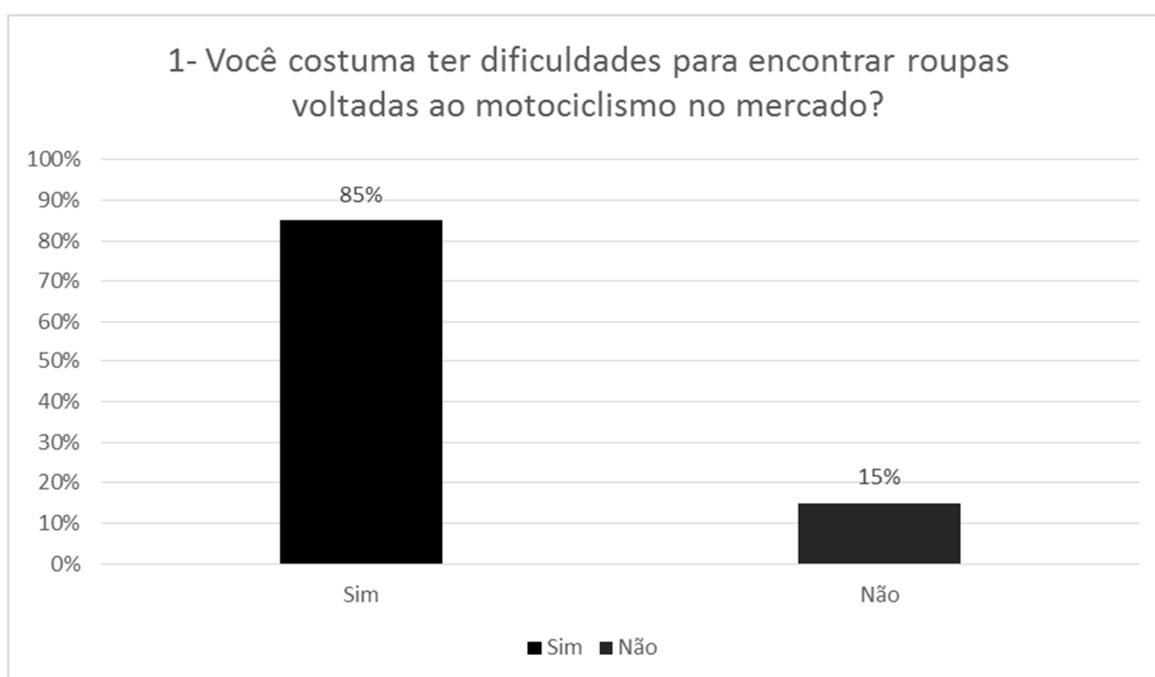


Gráfico 1 – Resultados da 1ª pergunta do questionário
Fonte: Da autora (2015).

Resultados da 1ª pergunta do questionário: Essa questão tinha como foco, entender se existia a escassez do produto de moda feminino, voltado para a prática do motociclismo, (85%) das mulheres responderam que têm dificuldades para encontrar essas roupas.



Gráfico 2 – Resultados da 2ª pergunta do questionário
Fonte: Da autora (2015).

Resultados da 2ª pergunta do questionário: No que diz respeito ao comportamento de compras das participantes, o gráfico 2 apresenta (60%) de preferência para compra pela internet, a escolha foi atribuída pela facilidade e praticidade de compra. Sendo assim o *e.commerce* será a ferramenta de vendas dos produtos.

A ideia de vender os produtos em lojas multimarcas específicas também foi aceita por (30%) dessas mulheres, pois são lojas que além da venda de produtos para motociclistas, também promovem eventos direcionados ao público e acabam atraindo muitos consumidores. A curto prazo será feito parcerias com essas multimarcas, para que o produto tenha maior divulgação.

Lojas físicas também foram bem aceitas pelas participantes, será um investimento à longo prazo, uma vez que isso representa grandes investimentos para a empresa.

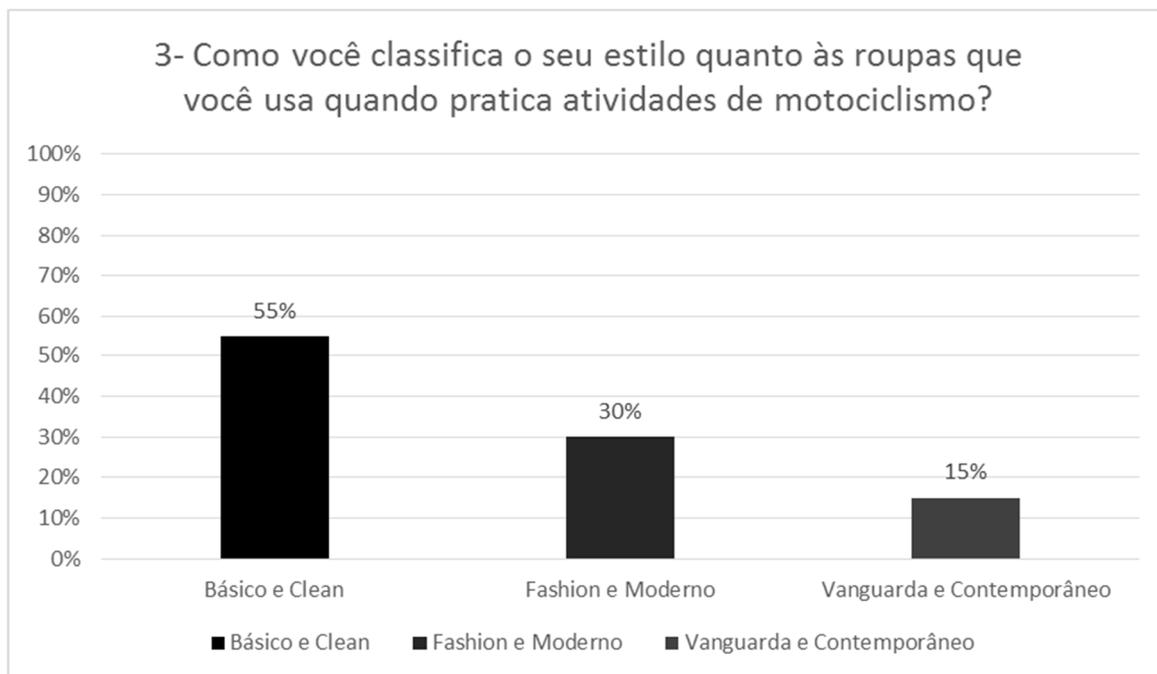


Gráfico 3 – Resultados da 3ª pergunta do questionário
Fonte: Da autora (2015).

Resultados 3ª pergunta do questionário: Em relação ao estilo das roupas para a prática do motociclismo, (55%) consideram seu estilo como básico e *clean*, (30%) *fashion* e moderno e (15%) vanguarda e contemporâneo.

São mulheres que não dispensam o conforto e a praticidade na hora de se vestir e ao mesmo tempo querem se sentir atraentes e modernas, não deixando o estilo de lado.

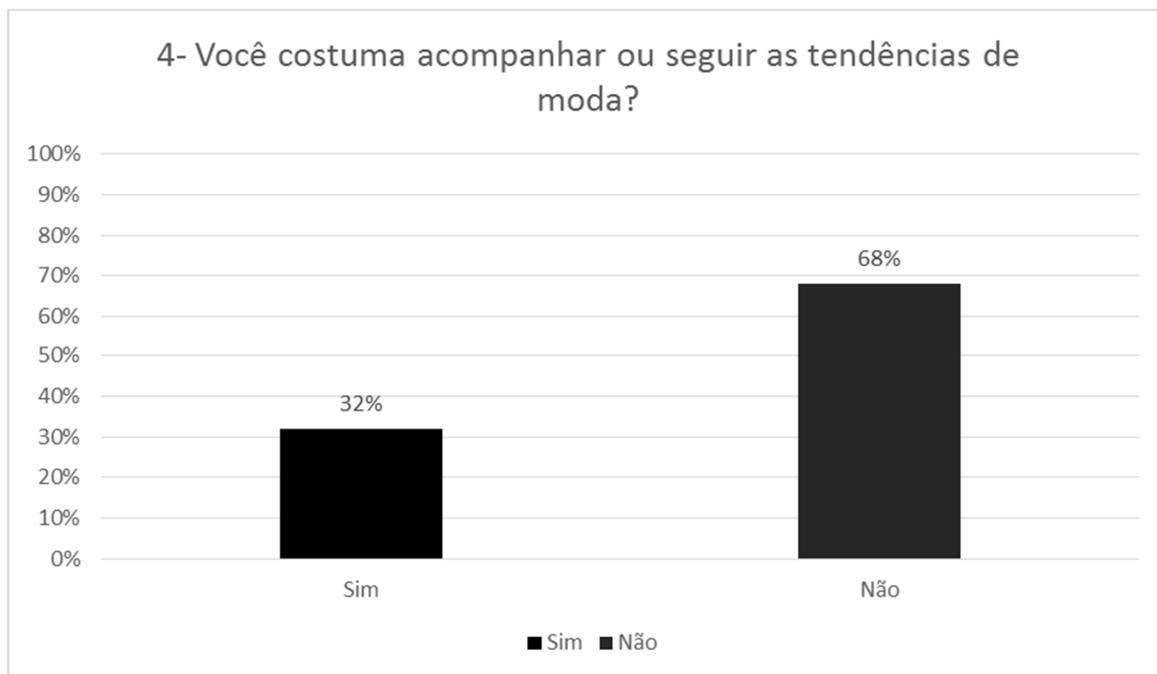


Gráfico 4 – Resultados da 4ª pergunta do questionário
Fonte: Da autora (2015).

Resultados 4ª pergunta do questionário: O gráfico 4, apresenta que tendências de moda não influenciam muito na decisão de compras dessas mulheres, (68%) delas afirmaram não seguir tendências de moda.

Podemos dizer que são mulheres que não se deixam levar por toda tendência de moda, mas que nada impede de na elaboração da coleção, escolher tendências (macro e micro) que se adequem ao estilo dessas mulheres.

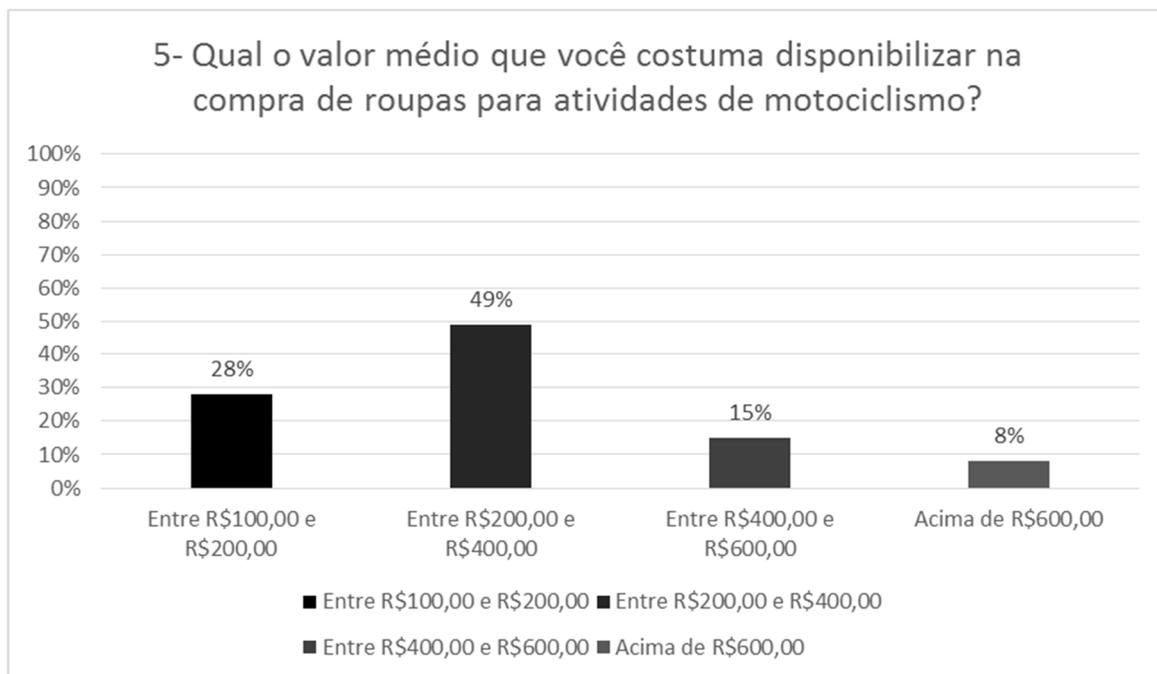


Gráfico 5 – Resultados da 5ª pergunta do questionário
 Fonte: Da autora (2015).

Resultados 5ª pergunta do questionário: No gráfico 5, observamos que o valor médio dispensado para compras de vestuário destinadas à prática do motociclismo seria entre R\$100,00 e R\$400,00. (49%) das participantes revelaram que costumam gastar entre R\$200,00 e R\$400,00 com roupas para a prática do motociclismo, enquanto (28%) assinalaram que consomem entre R\$100,00 e R\$200,00.

Os dados representam indicativos para os valores que devem ser praticados, entre escolhas de matérias-primas e tecnologias adotadas, serão determinadas para que o produto final se adeque aos parâmetros apontados na pesquisa.

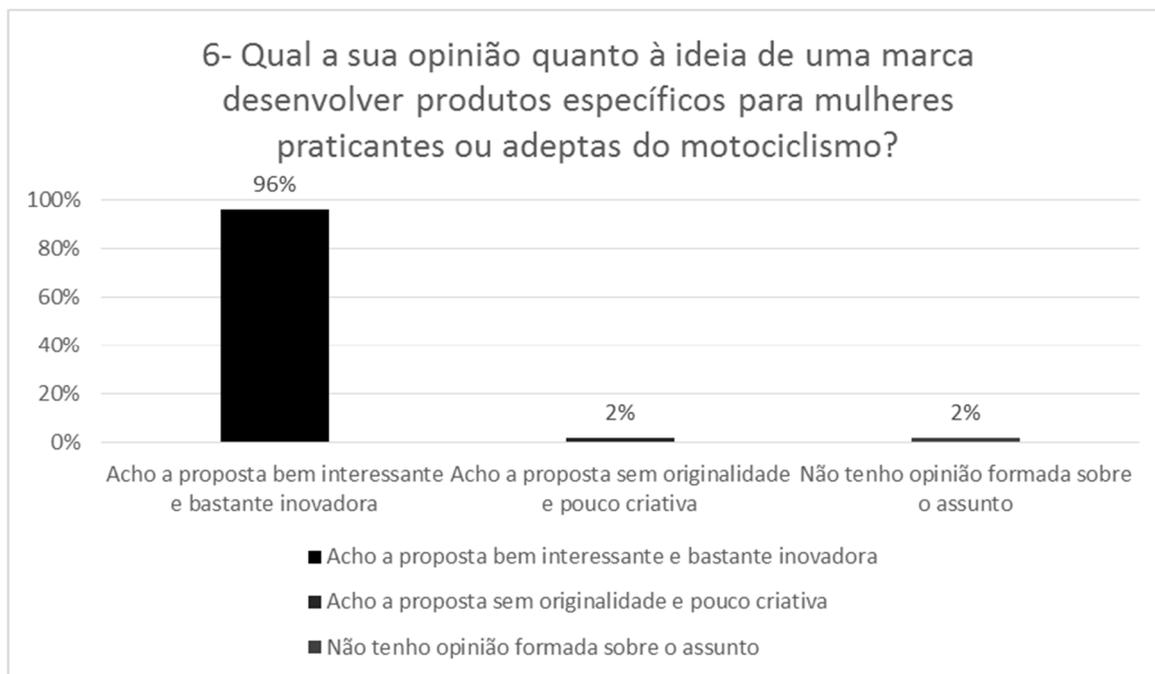


Gráfico 6 – Resultados da 6ª pergunta do questionário
Fonte: Da autora (2015).

Resultados 6ª pergunta do questionário: com (96%) de aprovação, a maioria das mulheres responderam que acham a proposta do trabalho interessante e o veem como algo inédito e inovador no mercado.



Gráfico 7 – Resultados da 7ª pergunta do questionário
Fonte: Da autora (2015).

Resultados 7ª pergunta do questionário: A sétima pergunta do questionário foi elaborada com a intenção de direcionar adequadamente o mix final da coleção. Foram questionados quais tipos de estrutura de vestuário elas utilizavam mais para a prática do motociclismo.

Conforme o gráfico 7, as preferências foram, com relação a *tops*, jaquetas (91%), regatas (55%), camisetas (51%), blusas (47%) e camisas (19%). Já para *bottons*, as estruturas mais indicadas foram as calças (91%) e shorts (26%). Entre *dresses e overall*, o eleito foi o macacão (23%).

A coleção será destinada para o verão, vestidos e saias ficaram de fora por não serem peças funcionais para a prática do motociclismo, jaquetas entram, pois são uma forma de proteção contra o sol, vento e chuva.

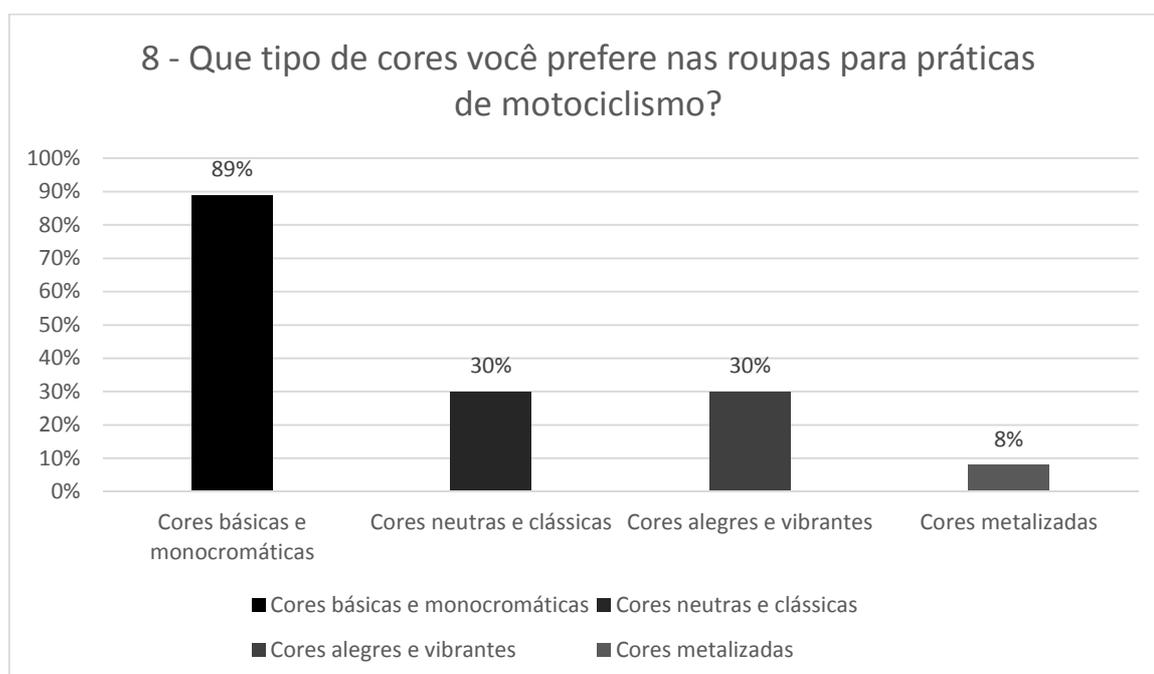


Gráfico 8 – Resultados da 8ª pergunta do questionário
Fonte: Da autora (2015).

Resultados 8ª pergunta do questionário: A maioria das participantes (89%) declararam suas preferências por cores mais básicas e monocromáticas, (30%) escolheram cores neutras e clássicas e (30%) cores alegres e vibrantes, cores metalizadas ficaram com (8%) das escolhas. Nada impede que na escolha da cartela de cores, se faça uma mescla dessas escolhas, mas sempre atendendo aos que foi apontado na pesquisa de campo.

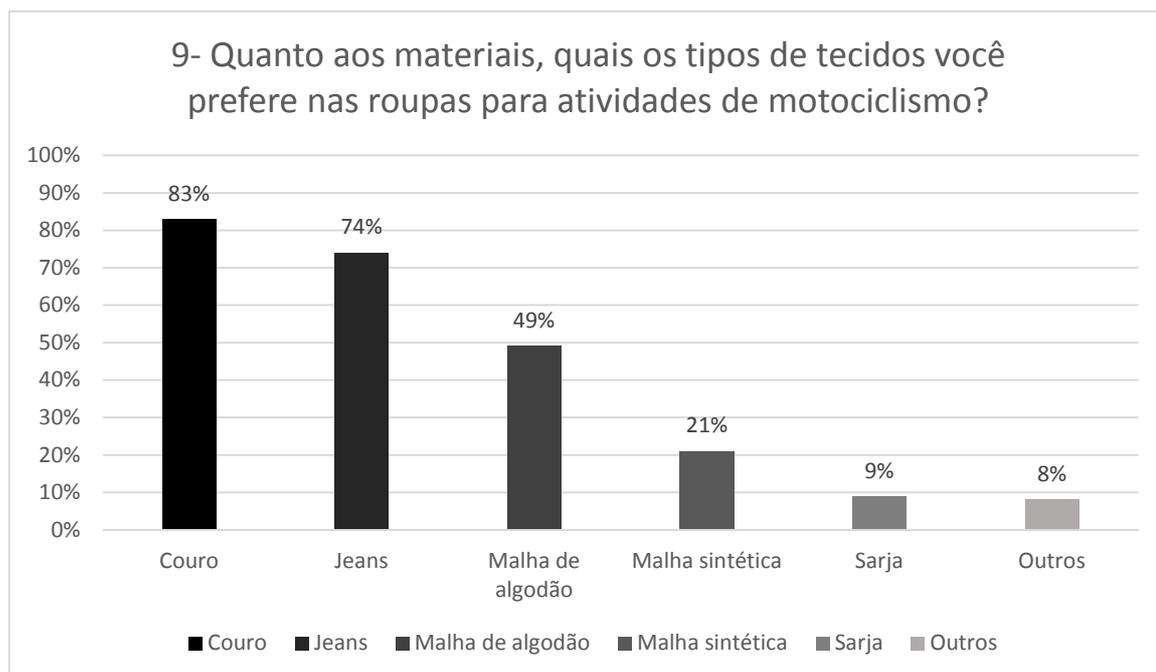


Gráfico 9 – Resultados da 9ª pergunta do questionário
Fonte: Da autora (2015).

Resultados 9ª pergunta do questionário: O gráfico número 9, nos mostra a preferência dessas mulheres com relação aos tecidos para as roupas de motociclismo, (83%) escolheram o couro como material de sua preferência, (74%) deram preferência ao jeans, (49%) malhas de algodão em geral, (21%) malhas sintéticas e (9%) sarja.

O resultado mostra que elas preferem tecidos mais tradicionais, mas que estão abertas a adotar outros tipos de tecidos dependendo da proposta.

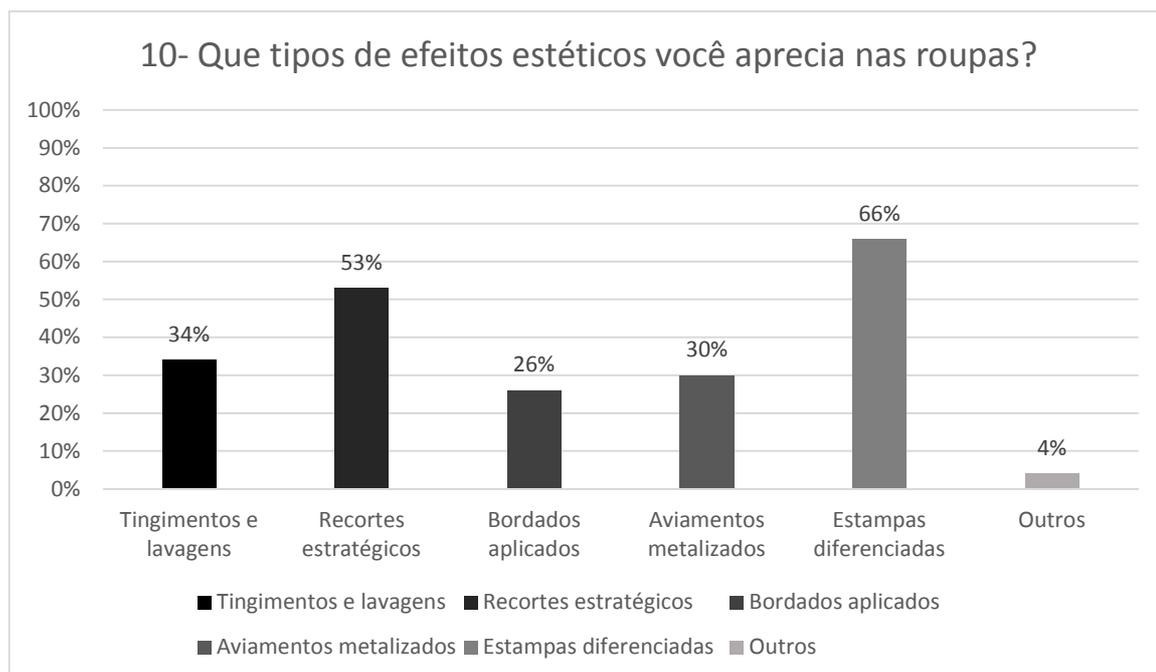


Gráfico 10 – Resultados da 10ª pergunta do questionário
 Fonte: Da autora (2015).

Resultados 10ª pergunta do questionário: Quanto aos efeitos estéticos, podemos dizer que todas as opções foram bem aceitas pelas entrevistadas, elas buscam por peças com estampas, tingimentos, recortes e etc. Nos mostrando que ao mesmo tempo que elas consideram seu estilo como básico e *clean*, são mulheres modernas, que estão abertas para novidade e buscam em suas roupas efeitos estéticos diferenciados, pois se consideram mulheres que possuem um estilo de vida diferenciado e suas roupas devem estar à altura.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

4.1.1 Nome da Empresa

Fulltank foi o nome escolhido para a marca da empresa, nasce o prazer de atender bem e cada vez melhor as mulheres motociclistas.

4.1.2 Porte

A microempresa classificada assim pelo SEBRAE, possui receita bruta anual igual ou inferior a R\$360.000,00 e também utiliza o conceito de números de funcionários da empresa, que no caso da microempresa seria de até 19 funcionários para indústrias.

O desenvolvimento, modelagem, prototipagem e corte das peças feitos dentro da empresa por uma equipe própria. Em seguida os lotes são distribuídos para confecções terceirizadas, que prestam serviços de costura, lavanderia, beneficiamentos, acabamentos e outros.

4.1.3 Marca



Figura 21 – Logomarca Fulltank
Fonte: Da autora (2015).

A Fulltank, que em inglês significa “Tanque Cheio”, é uma marca para mulheres motociclistas, que prezam o conforto aliado à muito estilo e atitude na hora de se vestir. A sensação de liberdade que um tanque cheio pode proporcionar, explorando os desafios do dia-a-dia.

4.1.4 Conceito da Marca

O *lifestyle* que vai além de qualquer tendência, mulheres de atitude que não passam despercebidas, representam seu estilo de vida através de suas roupas. A marca chega para atender os desejos e necessidades dessas mulheres, equilibrar a estética e a funcionalidade, prezando o conforto e sem perder a sensualidade, trazendo opções de produtos que permitam a versatilidade das atividades do motociclismo e do dia a dia.

4.1.5 Segmento

A empresa Fulltank atua no segmento feminino, traz uma moda casual e moderna, com uma proposta diferente, unindo conforto, estética e funcionalidade para as mulheres motociclistas. O panorama atual mostra que as mulheres motociclistas são um público em crescimento, demonstrando que o segmento tende a crescer.

4.1.6 Distribuição

A distribuição de produtos acontecerá em todo o país, a entrega das vendas feitas pelo *e-commerce* da marca será viabilizada por meio de transportadoras e encomenda registrada ou via Sedex, realizada pelos correios.

Dependendo da distância e do estoque do produto, os prazos de entrega serão em torno de 5 a 15 dias úteis.

4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)

Nenhuma marca foi considerada como significativa para ser concorrente direta, visto que as empresas do segmento não se propõem a confeccionar produtos pensados na mulher motociclista e ao mesmo tempo que não sejam exclusivos para a prática do motociclismo, que seriam roupas que elas possam utilizar no dia-a-dia.

Já como concorrentes indiretos podemos citar a marca Alpinestars, que produz vestuários femininos para motociclistas, mas exclusivamente para a prática do motociclismo. E empresas como a Women's Moto Exhibit e a Moto Lady, pois produzem apenas algumas peças relacionadas ao tema motociclismo, mas deixam a desejar nas variedades, modelagens, cores e materiais utilizados.

4.1.8 Sistemas de Venda

Será feito o monitoramento diário dos pedidos realizados pelo *e-commerce*. O site da marca apresentará produtos com fotos em diversos ângulos com a modelo vestindo as peças, as medidas corporais e das peças, para conseguir ver e entender o caimento e detalhes. Os produtos terão um código de referência, descrição da peça e seus respectivos preços.

4.1.9 Pontos de Venda

A Fulltank atenderá ao público somente pelo *e-commerce* da marca.

4.1.10 Preços Praticados e Promoções

Os preços dos produtos variam de R\$100,00 para as peças mais básicas e R\$600,00 para as peças mais elaboradas.

O site possuirá um menu de promoções com peças de coleções passadas, com descontos que podem variar entre 30% até 50%.

As compras acima de R\$200,00 serão entregues sem a cobrança de frete.

4.1.11 Marketing

Folders e *Stands* para a divulgação da coleção em eventos, por exemplo em shows e encontros de motociclistas. Anúncios via página do *Facebook* e *Instagram* da marca, postagens sempre atualizadas sobre o universo motociclista e promoções no site.

4.1.12 Planejamento Visual e Embalagem



Figura 22 – Cartão de visita
Fonte: Da autora (2015).



Figura 23 – Embalagem
Fonte: Da autora (2015).



Figura 24 – Tag
Fonte: Da autora (2015).

4.2 PÚBLICO ALVO



Figura 25 – Imagem do público alvo
Fonte: Pinterest (2015).

4.2.1 Perfil da Consumidora

O público alvo da Fulltank é formado por mulheres com idade entre 18 e 35 anos, pertencentes a classe B. São mulheres ativas na sociedade e a maioria já formada na graduação e exercendo a profissão.

Escutam boa música, com referências do *rock'n'rol*, *punk rock* e *indie*, frequentam restaurantes e bares, orientadas pela autenticidade, são parte de um grupo de indivíduos que compartilham do mesmo *lifestyle*, fazem questão de demonstrar seu amor pelas coisas simples e boas da vida.

Sozinhas ou acompanhadas, frequentam eventos e encontros para motociclistas e também gostam de realizar algumas viagens de motocicleta à curta distância, pois estão sempre à procura de novos desafios.

São mulheres decididas, independentes e vaidosas, buscam nas roupas da Fulltank transparecer esse comportamento.

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)

Ligadas ao comportamento das pessoas, são tendências que podem determinar os impactos na cultura e na sociedade.

De acordo com as tendências pesquisadas para o verão 2016, a que se enquadra na proposta da FullTank é a “*Every Day Utopias*”, que segundo a revista *Glamour*, são as buscas dos pequenos paraísos do dia a dia, é encontrar nossas próprias utopias em realidades mundanas, buscar sempre o que é essencial e eliminar os excessos.



Figura 26 – Macrotendência Every Day Utopias
Fonte: Pinterest (2015).

Dentro da “*Every Day Utopias*”, temos outro conceito, a “*Micro Adventures*”, como mostra o site Living Design (2015), são pessoas que não têm a vontade ou coragem de fazer mudanças tão radicais em suas vidas e buscam nas pequenas coisas do dia a dia aventuras e formas de escape. É encontrar o prazer e aventura nas pequenas coisas.



Figura 27 – Macrotendência Micro Adventures
Fonte: Pinterest (2015).

4.3.2 Microtendências (Estéticas)

“Out Of This World”, foi a tendência escolhida pela FullTank para traduzir sua cartela de cores e elementos futuristas que variam de texturas e intensidades de luz, cores iridescentes contrastam com cores mais sombrias.

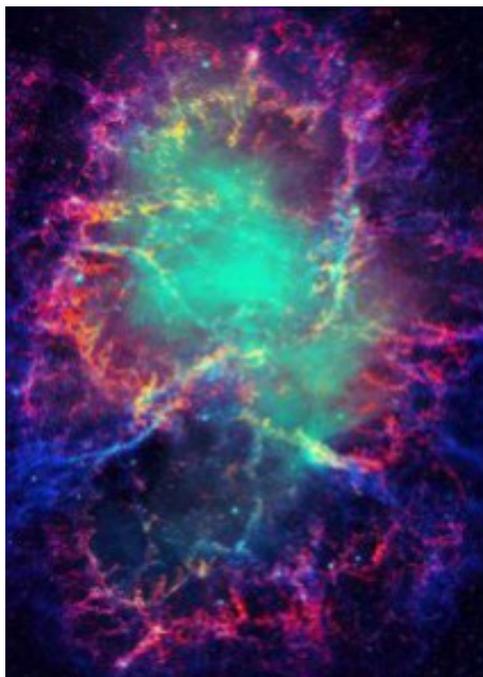


Figura 28 – Microtendência "Out Of This World" – Galáxias
Fonte: Vm Marché (2015).

Segundo o site VMMarche (2015), a tendência “incorpora estampas de galáxias com formas holográficas e iridescentes”. Traz um jogo de cores escuras, brincando com o mistério do desconhecido, mas que interage com cores brilhantes e luminosas. Contrastes únicos e dramáticos, são as propostas para o verão 2016 da Fulltank.



Figura 29 – Microtendência “Out Of This World” – Formas holográficas
Fonte: Vm Marché (2015).

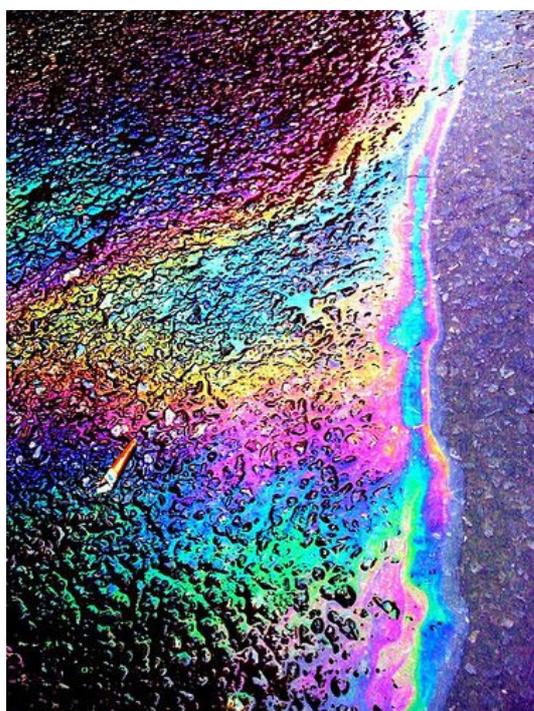


Figura 30 – Microtendência "Out Of This World" – Texturas iridescentes
Fonte: Pinterest (2015).

4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

4.4.1 Delimitação Projetual

Desenvolver produtos de moda que traduzam as características estéticas e simbólicas que atendam aos anseios de consumo das mulheres motociclistas.

Aliando funcionalidade à estética, com modelagens pensadas para o público e características que tornarão o produto versátil, dando possibilidades de usos para as atividades do motociclismo quanto para ocasiões de trabalho e momentos de lazer.

4.4.2 Especificações do Projeto

4.4.2.1 Conceito da coleção

O conceito da coleção foi escolhido por trazer a ideia de explorar o desconhecido, aventurar-se e buscar a felicidade, seja no modo de agir, pensar, ou uma mudança radical de vida.

Encontrar o lado selvagem significa encontrar uma razão para viver. É se encontrar e ser essa pessoa.

4.4.2.2 Nome da coleção

A coleção de verão 2016 da Fulltank será chamada "*Find Your Wild*", traduzindo do inglês significa encontrar o seu lado selvagem.

4.4.2.3 Referência da coleção

A coleção tem como referência principal o Quartzo de Titânio, também conhecido como Quartzo Aura ou Quartzo Arco-íris. É um cristal que não surge na natureza com o efeito de cores furta cor, o quartzo no seu estado natural e puro, passa por um processo químico em uma câmara à vácuo, com moléculas de titânio. Dessa união de metais resulta no quartzo com uma coloração permanente, criando o efeito brilhante semelhante ao arco-íris.



Figura 31 – Quartzo de titânio
Fonte: Pinterest (2015).



Figura 32 – Quartzo de titânio
Fonte: Pinterest (2015).

Essa pedra é utilizada no folclore como fonte de energia e entusiasmo, também possui a capacidade de trazer energia, emoção e alegria em experiências da vida.

O brilho das cores do quartzo varia de acordo com a luz, um espectro de cores encantador. Os tons metalizados, holográficos e fortes do quartzo serão empregados na coleção.

4.4.2.4 Cores

Cores escuras como o preto e tons de cinza serão predominantes na cartela de cores de Verão 2016 da Fultank, remetendo ao ponto de partida da vida. Contrastando com o vibrante dos tons quentes do rosa, amarelo e azul, como uma aventura. Tons claros e neutros demonstrando a descoberta pelos prazeres simples da vida.

4.4.2.5 Materiais

Os materiais têm foco no conforto e na resistência, dos mais leves como malhas e cetim, aos com maior gramatura como o *denim*, sarja e brim. A seleção dos tecidos presará por materiais que possuam elastano na sua composição.

4.4.2.6 Formas e estruturas (*shapes*)

Os *shapes* da coleção serão baseados no conforto e feminilidade, com silhuetas retas, em modelos que não possuem muitas curvas, triangulares, tanto normal quanto invertido, que seriam as estruturas mais soltas em cima e mais ajustadas em baixo, e vice-versa, e o acinturados, representando os modelos mais juntos ao corpo.

4.4.2.7 Tecnologias

As tecnologias utilizadas para essa coleção serão a estamperia por sublimação e a digital.

Com relação ao maquinário utilizado, seriam os encontrados na maioria das confecções, desde máquinas de costura do tipo retas, overloques, galoneiras e máquinas como enfiadeiras e equipamentos de corte.

Para a criação das estampas será utilizado *softwares* como o *Photoshop* e o *Corel Draw*, assim como também para o desenvolvimento das fichas técnicas.

4.4.2.8 Mix da coleção

Tabela 1 – Mix do Produto

				
	Fashion (60%)	Básico (24%)	Vanguarda (16%)	Total (100%)
Regatas	2	2	1	5
Camisetas	8	1	0	9
Camisas	1	1	1	3
Jaquetas	2	0	2	4
Calças	6	1	2	9
Shorts	6	4	1	11
Macacões	2	1	1	4
Croped	1	0	0	1
Camiseta Manga Comprida	0	3	0	3
Total:	28	13	8	49

Fonte: Da autora (2015).

4.5 PAINEL SEMÂNTICO

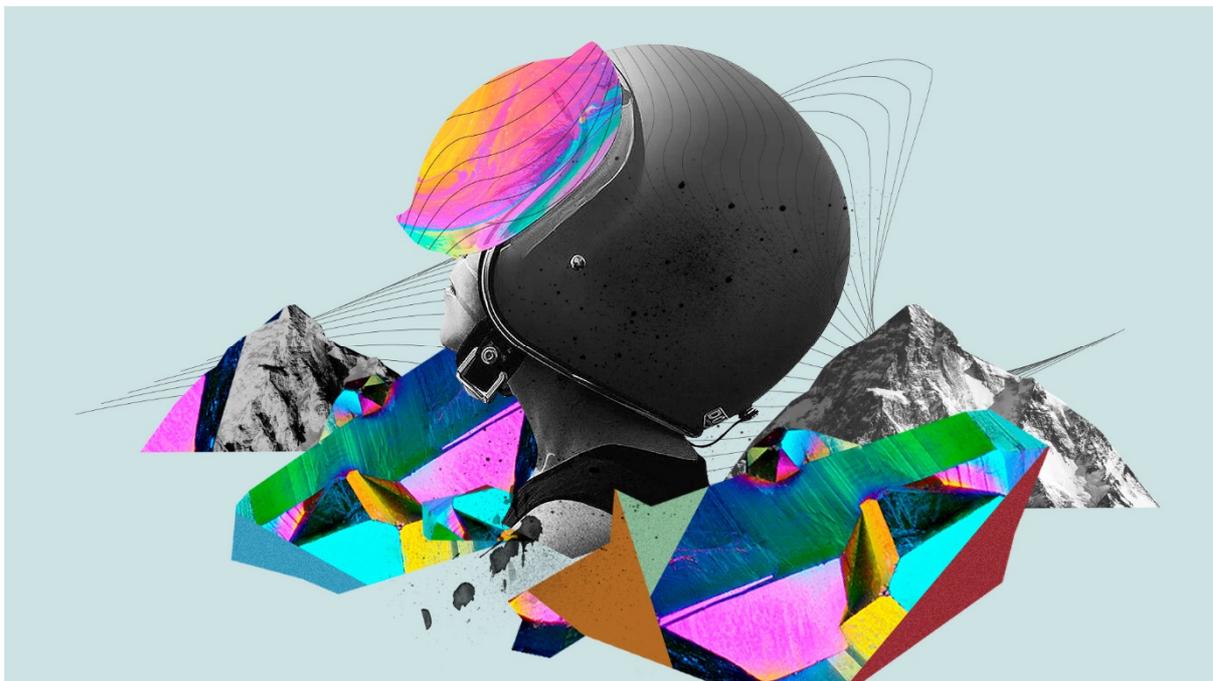


Figura 33 – Painel semântico
Fonte: Da autora (2015).

4.6 CARTELA DE CORES



Figura 34 – Cartela de cores
Fonte: Da autora (2015).

4.7 CARTELA DE MATERIAIS



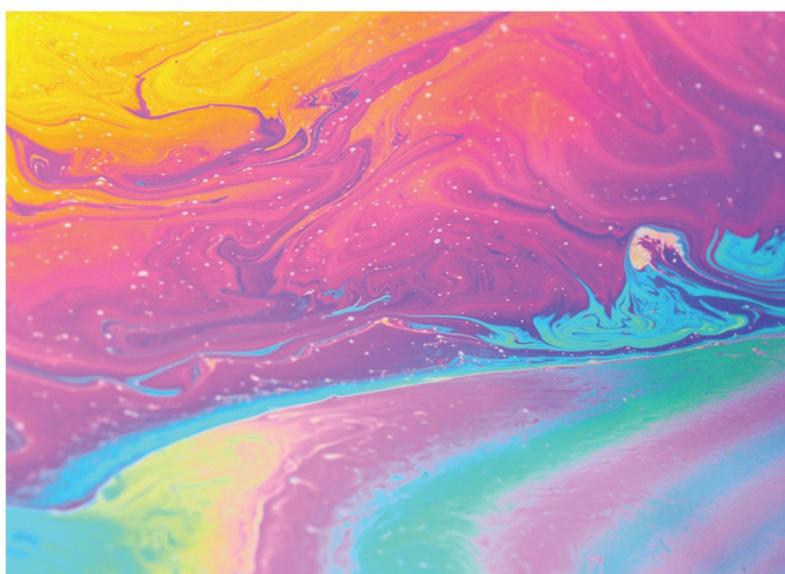
FolHank

Figura 35 – Cartela de materiais
Fonte: Da autora (2015).

4.8 CARTELA DE ESTAMPAS

CARTELA DE ESTAMPAS

Estampa sublimada cristal quartzo
Dimensões: 110 x 80 cm



Estampa sublimada mancha de óleo
Dimensões: 110 x 80 cm

Figura 36 – Cartela de estampas
Fonte: Da autora (2015).

CARTELA DE ESTAMPAS



Estampa localizada "Fulltank"
(Camiseta - Frente)
Dimensões: 3 x 6 cm



Estampa localizada "Find Your Wild"
(Camiseta - Costas)
Dimensões: 25 x 43 cm

Localização na peça



Frente



Costas

Figura 37 – Cartela de estampas
Fonte: Da autora (2015).

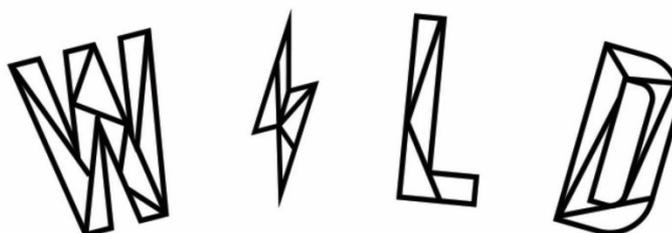
CARTELA DE ESTAMPAS



Estampa localizada "Fulltank"
(Camisetão)
Dimensões: 26 x 58 cm



Estampa localizada "Good Things are Wild & Free"
(Camiseta Raglan)
Dimensões: 18 x 34 cm



Estampa localizada "Wild"
(Camiseta Regata)
Dimensões: 28 x 8 cm

Figura 38 – Cartela de estampas
Fonte: Da autora (2015).

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS



Figura 39 – Geração de alternativas – Looks 01, 02, 03 e 04
Fonte: Da autora (2015).



Figura 40 – Geração de alternativas – Looks 05, 06, 07 e 08
Fonte: Da autora (2015).



Figura 41 – Geração de alternativas – Looks 09, 10, 11 e 12
Fonte: Da autora (2015).



Figura 42 – Geração de alternativas – Looks 13, 14, 15 e 16
Fonte: Da autora (2015).



Figura 43 – Geração de alternativas – Looks 17, 18, 19 e 20
Fonte: Da autora (2015).



Figura 44 – Geração de alternativas – Looks 21, 22 e 23
Fonte: Da autora (2015).



Figura 45 – Geração de alternativas – Looks 24 e 25
Fonte: Da autora (2015).

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS



Figura 46 – Alternativa selecionada – *Look 05*
Fonte: Da autora (2015).

O primeiro *look* escolhido para ser confeccionado foi o *look 05*, com shorts em brim leve, modelagem de cintura alta para não ficar desconfortável na prática do motociclismo.

A jaqueta é de sarja pois a coleção é de verão, então o material escolhido foi um pouco mais leve, e o forro de cetim com uma das estampas da coleção.

Além da camiseta básica com malha de poliviscose, material que proporciona conforto, e a estampa “*find your wild*” que traz o nome da coleção, proporcionando um *look* confortável e moderno. Características prezadas pela FullTank.



Figura 47 – Alternativa selecionada – Look 07
Fonte: Da autora (2015).

O segundo *look* escolhido está dentro da tabela *fashion*, tem um maior apelo estético. Com blusa de cetim e estampada por sublimação, na estampa o quartzo de titânio, referência da coleção.

O short de cintura alta, confeccionado em *jeans*, traz o conforto necessário.



Figura 48 – Alternativa selecionada – Look 06
Fonte: Da autora (2015).

O terceiro *look* confeccionado tem um apelo mais moderno, com a estampa “Good things are wild and free”, um lema para essa coleção da Fulltank, junto com os cristais de quartzo. A camiseta, modelo raglan, confeccionada em viscolycra, cetim light e detalhes em courino ecológico.

O short cintura alta, em camurça estonada, traz uma textura que dá um ar de desgastado para o tecido.



Figura 49 – Alternativa selecionada – *Look 08*
Fonte: Da autora (2015).

O quarto *look* é um coringa, camiseta regata de malha, com estampa “*wild*”, peça chave para o verão.

A calça *jeans* escura de cintura bem alta, possui elastano na sua composição para facilitar as atividades.



Figura 50 – Alternativa selecionada – *Look 01*
Fonte: Da autora (2015).

O quinto *look*, confeccionado em veludo molhado, apesar de ser um tecido considerado quente, tem a proposta de ser usado para atividades do motociclismo no período da noite. A modelagem é bem confortável, pensada na praticidade.



Figura 51 – Alternativa selecionada – *Look 02*
Fonte: Da autora (2015).

O sexto *look*, traz o nome da marca na estampa do camiseta, confeccionado em poliviscose, bem solto e versátil, pode ser usado sozinho, com calça ou shorts.

4.11 FICHAS TÉCNICAS

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 001	MARCA: Fulltank	ESTILISTA: AMANDA MORILHA
COLEÇÃO: Find Your Wild	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: AMANDA MORILHA
PRODUTO: Camiseta find your wild	GRADE: P ao G	DATA: 19/06/2015

	
FRENTE	COSTAS

Figura 52 – Ficha técnica – Look 05 – Camiseta *Find Your Wild*
Fonte: Da autora (2015).

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MALHA POLIVISCOSE	FREMETEX (INDIRETO)	67% POLIÉSTER, 33% VISCOSE	1m	R\$10,90

AMOSTRAS



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

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca		branca	1 uni	R\$0,10
Etiqueta composição		branca	1 uni	R\$0,10

VARIAÇÃO CORES

Figura 53 – Ficha técnica – Look 05 – Camiseta *Find Your Wild*
 Fonte: Da autora (2015).

ESTAMPARIA: Direct Estamparia

REF: 001 - frente
TAMANHO: 3cm X 6cm
VALOR: R\$5,00
CORES:

REF: 001 - costas
TAMANHO: 25cm X 43cm
VALOR: R\$5,00
CORES:

FRENTE

COSTAS

**FND
YOUR
WLD**

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
TABELA DE MEDIDAS				ANTES				DEPOIS		
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 55 – Ficha técnica – Look 05 – Camiseta *Find Your Wild*
Fonte: Da autora (2015).

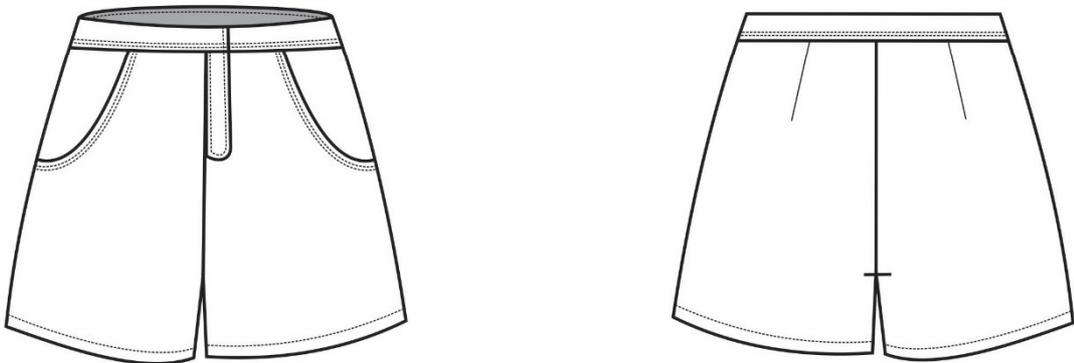
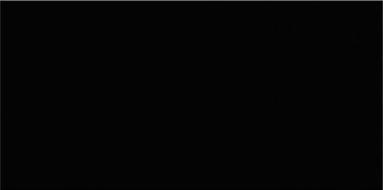
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 002 COLEÇÃO: Find Your Wild PRODUTO: Shorts cós alto	MARCA: Fulltank TAMANHO PILOTO: 34 GRADE: 34 ao 42	ESTILISTA: AMANDA MORILHA MODELISTA: AMANDA MORILHA DATA: 19/06/2015
 <p>The image shows two technical line drawings of high-waisted shorts. The left drawing is the front view, labeled 'FRETE', showing a pair of shorts with a waistband, two side pockets, and a central fly. The right drawing is the back view, labeled 'COSTAS', showing the waistband, two side pockets, and a central seam with a small detail at the bottom center.</p>		

Figura 56 – Ficha técnica – *Look 05* – Shorts cós alto
Fonte: Da autora (2015).

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
BRIM LEVE	FREMETEX (INDIRETO)	100%ALGODÃO	80cm	R\$14,00

AMOSTRAS



AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
zíper	Primeira Linha (indireto)	preto	1 unidade	R\$1,00
fecho	Primeira Linha (indireto)	prata	2 unidades	R\$0,10

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca		branca	1 uni	R\$0,10
Etiqueta composição		branca	1 uni	R\$0,10

VARIAÇÃO CORES

Figura 57 – Ficha técnica – Look 05 – Shorts cós alto
 Fonte: Da autora (2015).

ESTAMPARIA:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42						
12cm	12cm	12cm	14cm	14cm						
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 59 – Ficha técnica – Look 05 – Shorts cós alto
Fonte: Da autora (2015).



Figura 60 – Ficha técnica – Look 05 – Jaqueta Wild
Fonte: Da autora (2015).

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SARJA	FREMETEX (INDIRETO)	100% ALGODÃO	2m	R\$10,90M
CETIM STRETCH	CENTRAL MALHAS (INDIRETO)	96% POLIÉSTER, 4% ELASTANO	1,5m	R\$19,80

AMOSTRAS				
				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
botão de pressão	Primeira Linha (Indireto)	prata	1 unidade	R\$1,00
zíper de metal	Primeira Linha (Indireto)	prata	1 unidade	R\$3,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
etiqueta marca		branca	1 unidade	R\$0,10
etiqueta composição		branca	1 unidade	R\$0,10

VARIAÇÃO CORES				

Figura 61 – Ficha técnica – Look 05 – Jaqueta Wild
 Fonte: Da autora (2015).

ESTAMPARIA:

BORDADO:

REF:

QUANT. PONTOS:

TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:

VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

P	M	G								
47cm	49cm	51cm								
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 63 – Ficha técnica – Look 05 – Jaqueta *Wild*
Fonte: Da autora (2015).

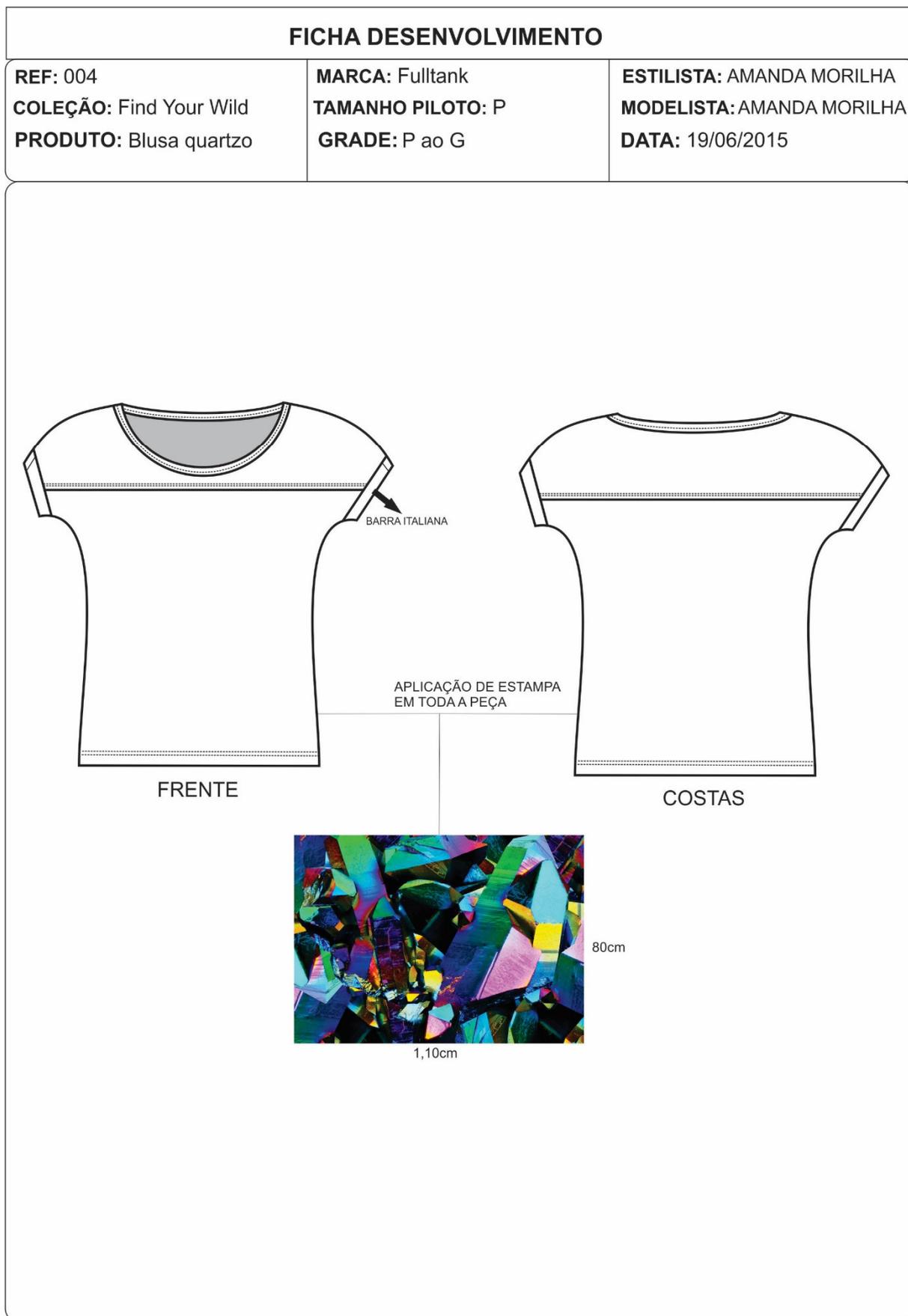


Figura 64 – Ficha técnica – Look 07 – Blusa quartzo
Fonte: Da autora (2015).

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
CETIM STRETCH	CENTRAL MALHAS (INDIRETO)	96% POLIÉSTER, 4% ELASTANO	1m	R\$19,80
AMOSTRAS				
				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca		branca	1 uni	R\$0,10
Etiqueta composição		branca	1 uni	R\$0,10
VARIAÇÃO CORES				

Figura 65 – Ficha técnica – Look 07 – Blusa quartzo
 Fonte: Da autora (2015).

ESTAMPARIA: Print Prime

REF: 004

TAMANHO: Peça toda

VALOR: R\$10,00

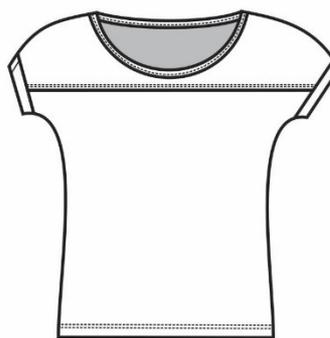
CORES:



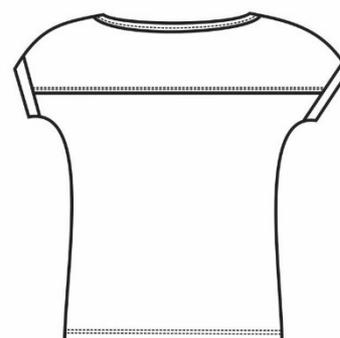
0,80CM

1,10CM

ESTAMPA SUBLIMADA NA PEÇA TODA



FRENTE



COSTAS

BORDADO:

REF:

QUANT. PONTOS:

TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:

VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
TABELA DE MEDIDAS				ANTES				DEPOIS		
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 67 – Ficha técnica – Look 07 – Blusa quartzo
 Fonte: Da autora (2015).

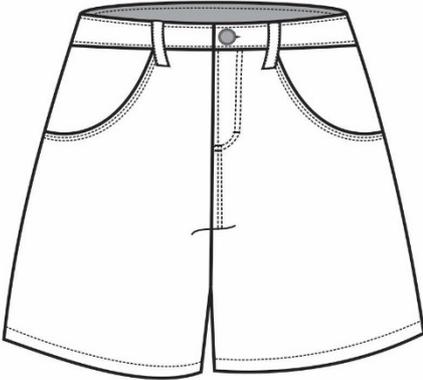
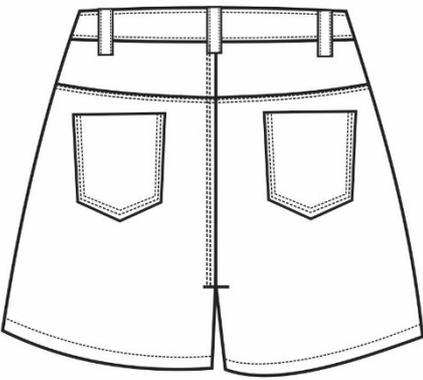
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 005 COLEÇÃO: Find Your Wild PRODUTO: Shorts jeans cós alto	MARCA: Fulltank TAMANHO PILOTO: 34 GRADE: 34 ao 42	ESTILISTA: AMANDA MORILHA MODELISTA: AMANDA MORILHA DATA: 19/06/2015
 <p>FRETE</p>  <p>COSTAS</p>		

Figura 68 – Ficha técnica – Look 07 – Shorts jeans cós alto
Fonte: Da autora (2015).

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
JEANS	SURF GIRL (INDIRETO)	90% ALGODÃO 10% ELASTANO	1m	R\$20,00

AMOSTRAS



AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
zíper	Tricolândia	azul	1 uni	R\$1,00
botão	Tricolândia	envelhecido	1 uni	R\$0,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca		branca	1 uni	R\$0,10
Etiqueta composição		branca	1 uni	R\$0,10

VARIAÇÃO CORES

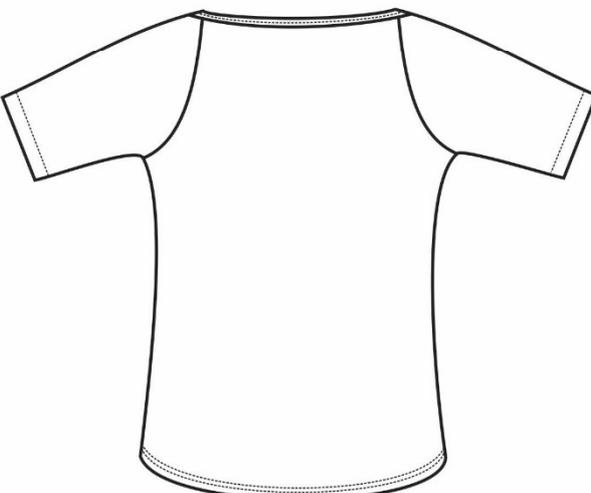
Figura 69 – Ficha técnica – Look 07 – Shorts jeans cós alto
 Fonte: Da autora (2015).

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 006	MARCA: Fulltank	ESTILISTA: AMANDA MORILHA
COLEÇÃO: Find Your Wild	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: AMANDA MORILHA
PRODUTO: Camiseta raglan	GRADE: P ao G	DATA: 19/06/2015

RIBANA EM COURINO



FRENTE



COSTAS



18CM

34CM

Figura 71 – Ficha técnica – Look 06 – Camiseta raglan
 Fonte: Da autora (2015).

ESTAMPARIA: Print Prime

REF: 006
TAMANHO: 18cm X 34cm
VALOR: R\$5,00
CORES:



BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:
OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 74 – Ficha técnica – Look 06 – Camiseta raglan
Fonte: Da autora (2015).

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 007	MARCA: Fulltank	ESTILISTA: AMANDA MORILHA
COLEÇÃO: Find Your Wild	TAMANHO PILOTO: 34	MODELISTA: AMANDA MORILHA
PRODUTO: Shorts cós alto	GRADE: 34 ao 42	DATA: 19/06/2015

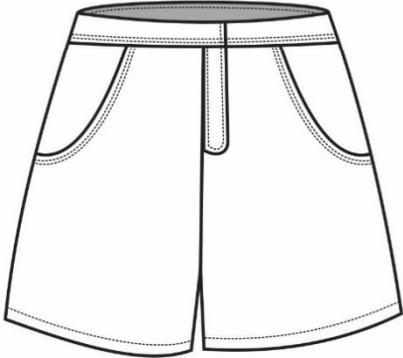
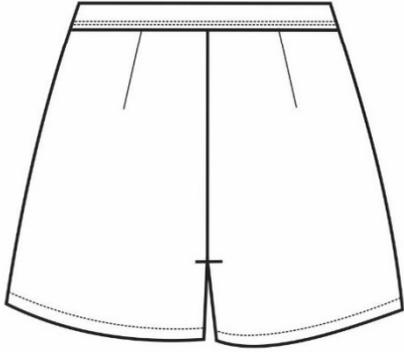
	
FRENTE	COSTAS

Figura 75 – Ficha técnica – Look 06 – Shorts cós alto
Fonte: Da autora (2015).

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
CAMURÇA	RIVIERA (INDIRETO)	100% POLIÉSTER	80cm	R\$26,00

AMOSTRAS



AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ziper	Primeira Linha (indireto)	preto	1 unidade	R\$1,00
fecho	Primeira Linha (indireto)	prata	2 unidades	R\$0,10

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca		branca	1 uni	R\$0,10
Etiqueta composição		branca	1 uni	R\$0,10

VARIAÇÃO CORES

Figura 76 – Ficha técnica – Look 06 – Shorts cós alto
 Fonte: Da autora (2015).

ESTAMPARIA:

BORDADO:

REF:

QUANT. PONTOS:

TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:

VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42						
12cm	12cm	12cm	14cm	14cm						
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 78 – Ficha técnica – Look 06 – Shorts cós alto
Fonte: Da autora (2015).



Figura 79 – Ficha técnica – Look 08 – Regata Wild
Fonte: Da autora (2015).

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
POLIVISCOSE	FREMETEX (INDIRETO)	67% POLIÉSTER, 33% VISCOSE	80cm	R\$10,90M

AMOSTRAS



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

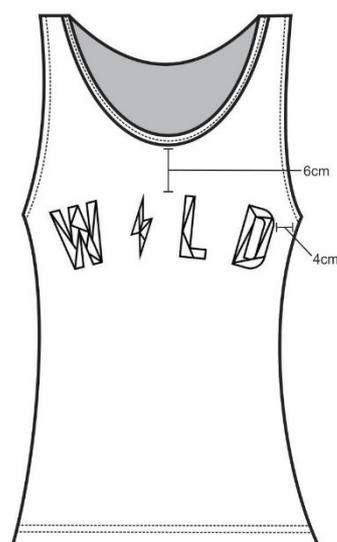
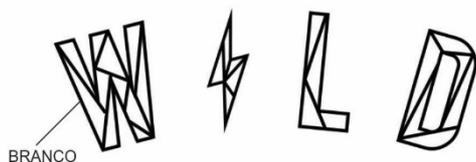
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca		branca	1 uni	R\$0,10
Etiqueta composição		branca	1 uni	R\$0,10

VARIAÇÃO CORES

Figura 80 – Ficha técnica – Look 08 – Regata Wild
 Fonte: Da autora (2015).

ESTAMPARIA: Direct Estamparia

REF: 008
 TAMANHO: 28cm X 8cm
 VALOR: R\$5,00
 CORES:

**BORDADO:**

REF:
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
TABELA DE MEDIDAS				ANTES				DEPOIS		
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 82 – Ficha técnica – Look 08 – Regata Wild
 Fonte: Da autora (2015).

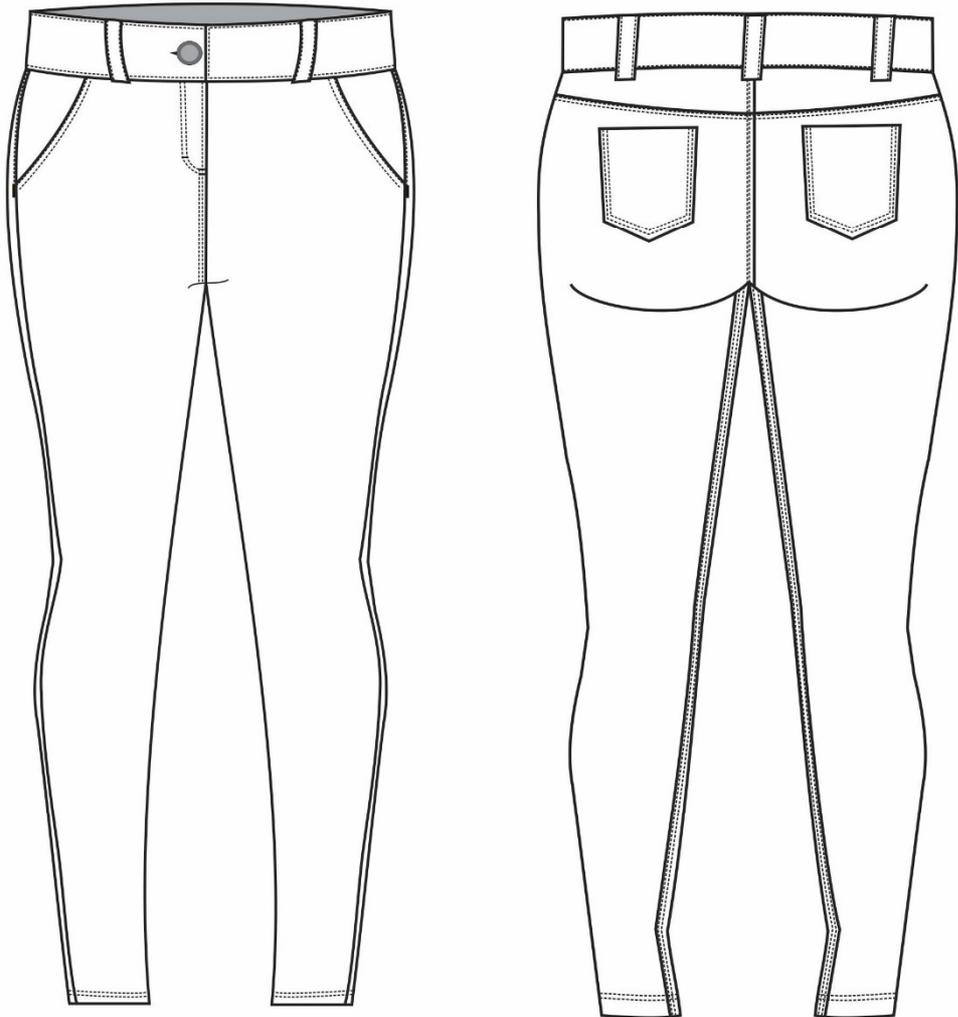
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 009 COLEÇÃO: Find Your Wild PRODUTO: Calça jeans	MARCA: Fulltank TAMANHO PILOTO: 34 GRADE: 34 ao 42	ESTILISTA: AMANDA MORILHA MODELISTA: AMANDA MORILHA DATA: 19/06/2015
 <p>The image contains two technical line drawings of a pair of jeans. The left drawing is a front view, showing the waistband with a button, the fly, and the front pockets. The right drawing is a back view, showing the waistband, the back pockets, and the rear seam. Both drawings show the overall silhouette of the jeans, which appear to be a straight-leg or slightly tapered style.</p>		
FRENTE		COSTAS

Figura 83 – Ficha técnica – Look 08 – Calça jeans
Fonte: Da autora (2015).

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
JEANS	SURF GIRL (INDIRETO)	90% ALGODÃO 10%ELASTANO	1,5m	R\$20,00

AMOSTRAS				
				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
zíper metal	Tricolândia	azul	1 uni	R\$1,00
botão	Tricolândia	envelhecido	1 uni	RS0,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca		branca	1 uni	R\$0,10
Etiqueta composição		branca	1 uni	R\$0,10

VARIAÇÃO CORES				

Figura 84 – Ficha técnica – Look 08 – Calça jeans
 Fonte: Da autora (2015).

ESTAMPARIA:**BORDADO:**

REF:
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:
 OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42						
13cm	13cm	13cm	15cm	15cm						
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 86 – Ficha técnica – Look 08 – Calça jeans
 Fonte: Da autora (2015).

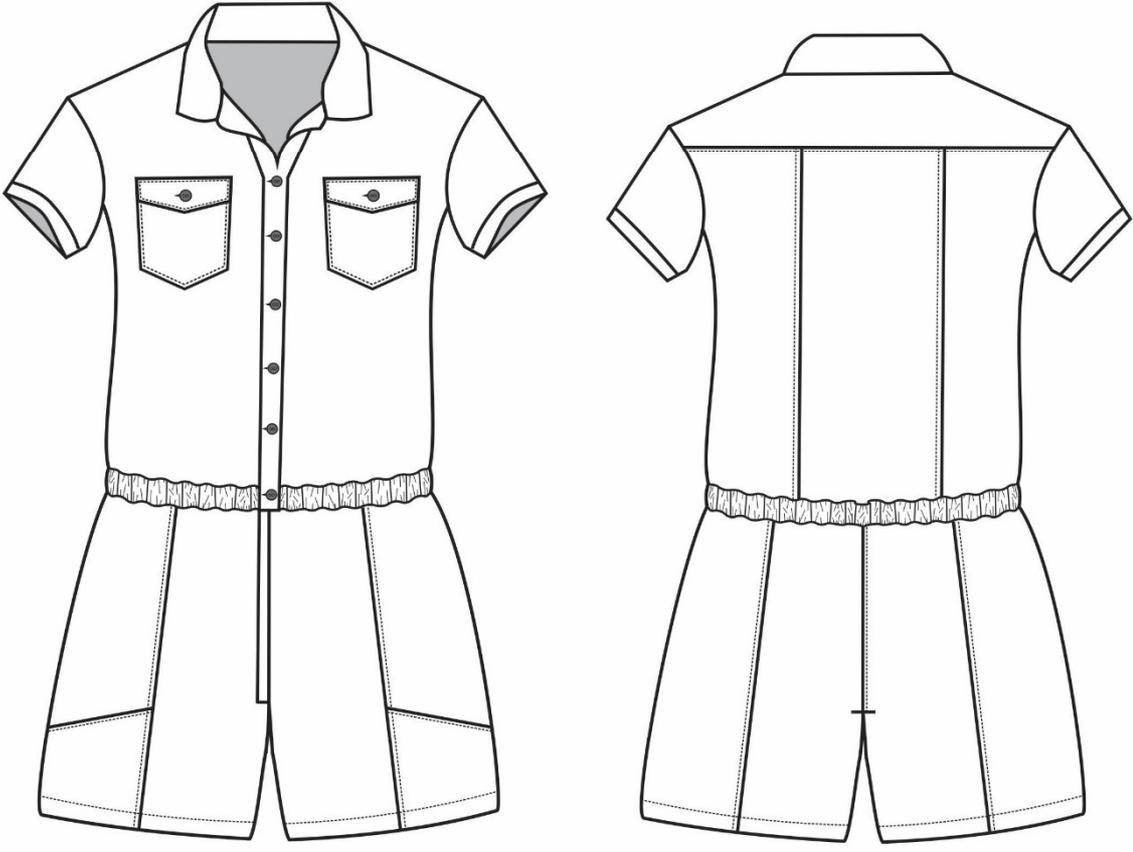
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 010 COLEÇÃO: Find Your Wild PRODUTO: Macaquinho	MARCA: Fulltank TAMANHO PILOTO: P GRADE: P ao G	ESTILISTA: AMANDA MORILHA MODELISTA: AMANDA MORILHA DATA: 19/06/2015
		
FRETE		COSTAS

Figura 87 – Ficha técnica – Look 01 – Macaquinho
Fonte: Da autora (2015).

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VELUDO CRISTAL	RIVIERA TECIDOS (INDIRETO)	100% POLIÉSTER	2m	R\$28,90

AMOSTRAS



AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
zíper metal		preto	1 unidade	R\$1,00
botão		preto	11 unidades	R\$0,20
elástico				

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta marca		branca	1 uni	R\$0,10
Etiqueta composição		branca	1 uni	R\$0,10

VARIAÇÃO CORES

Figura 88 – Ficha técnica – Look 01 – Macaquinho
 Fonte: Da autora (2015).

ESTAMPARIA:

BORDADO:

REF:

QUANT. PONTOS:

TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:

VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42						
13cm	13cm	13cm	15cm	15cm						
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 90 – Ficha técnica – Look 01 – Macaquinho
Fonte: Da autora (2015).

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 011 COLEÇÃO: Find Your Wild PRODUTO: Camisetão	MARCA: Fulltank TAMANHO PILOTO: P GRADE: P ao G	ESTILISTA: AMANDA MORILHA MODELISTA: AMANDA MORILHA DATA: 19/06/2015
 <p>FRENTE</p> <p>COSTAS</p>		

Figura 91 – Ficha técnica – Look 02 – Camisetão
Fonte: Da autora (2015).

ESTAMPARIA: Direct Estamparia

REF: 011
TAMANHO: 26cm X 48cm
VALOR: R\$10,00
CORES:

BRANCO




BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
TABELA DE MEDIDAS				ANTES				DEPOIS		
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 94 – Ficha técnica – Look 02 – Camisetão
Fonte: Da autora (2015).

4.12 PRANCHAS



Figura 95 – Prancha 1
 Fonte: Da autora (2015).



Figura 96 – Prancha 2
 Fonte: Da autora (2015).



Figura 97 – Prancha 3
 Fonte: Da autora (2015).



Figura 98 – Prancha 4
 Fonte: Da autora (2015).



Figura 99 – Prancha 5
Fonte: Da autora (2015).



Figura 100 – Prancha 6
Fonte: Da autora (2015).

4.13 FOTOS DOS LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 101 – Looks confeccionados
Fonte: Da autora (2015).



Figura 102 – Looks confeccionados
Fonte: Da autora (2015).



Figura 103 – Looks confeccionados
Fonte: Da autora (2015).

5 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO

O catálogo impresso será elaborado de uma forma conceitual. Com locações em lugares abertos, que dão a sensação de liberdade, e em estúdio, com o fundo mais escuro e luzes coloridas.

As fotos remetem ao lado independente da mulher motociclista, que não deixa a feminilidade de lado. Possuem elementos que trazem referências da coleção, brinca com o jogo de cores do escuro ao colorido.



Figura 104 – Capa catálogo *Fulltank*
Fonte: Da autora (2015).



Figura 105 – Guarda catálogo *Fulltank*
Fonte: Da autora (2015).

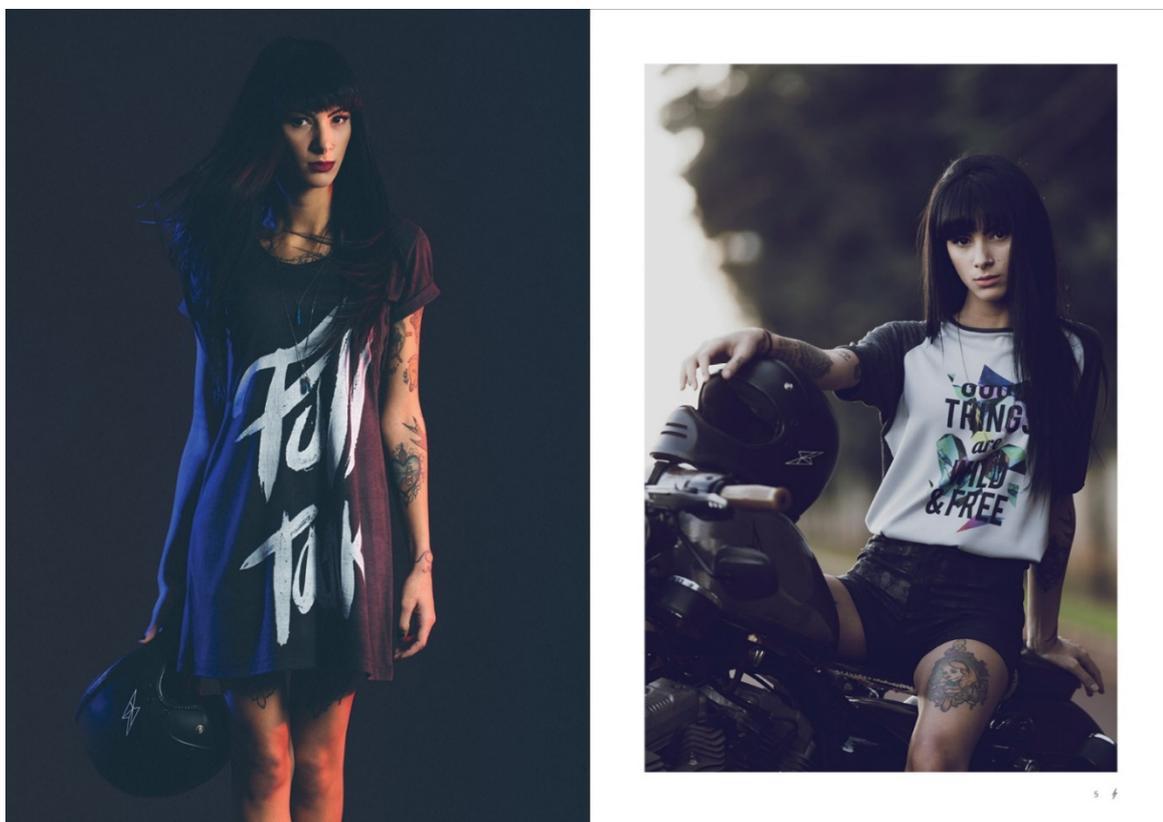


Figura 106 – Catálogo impresso *Fulltank* – páginas internas
Fonte: Da autora (2015).



Figura 107 – Catálogo impresso *Fulltank* – páginas internas
Fonte: Da autora (2015).

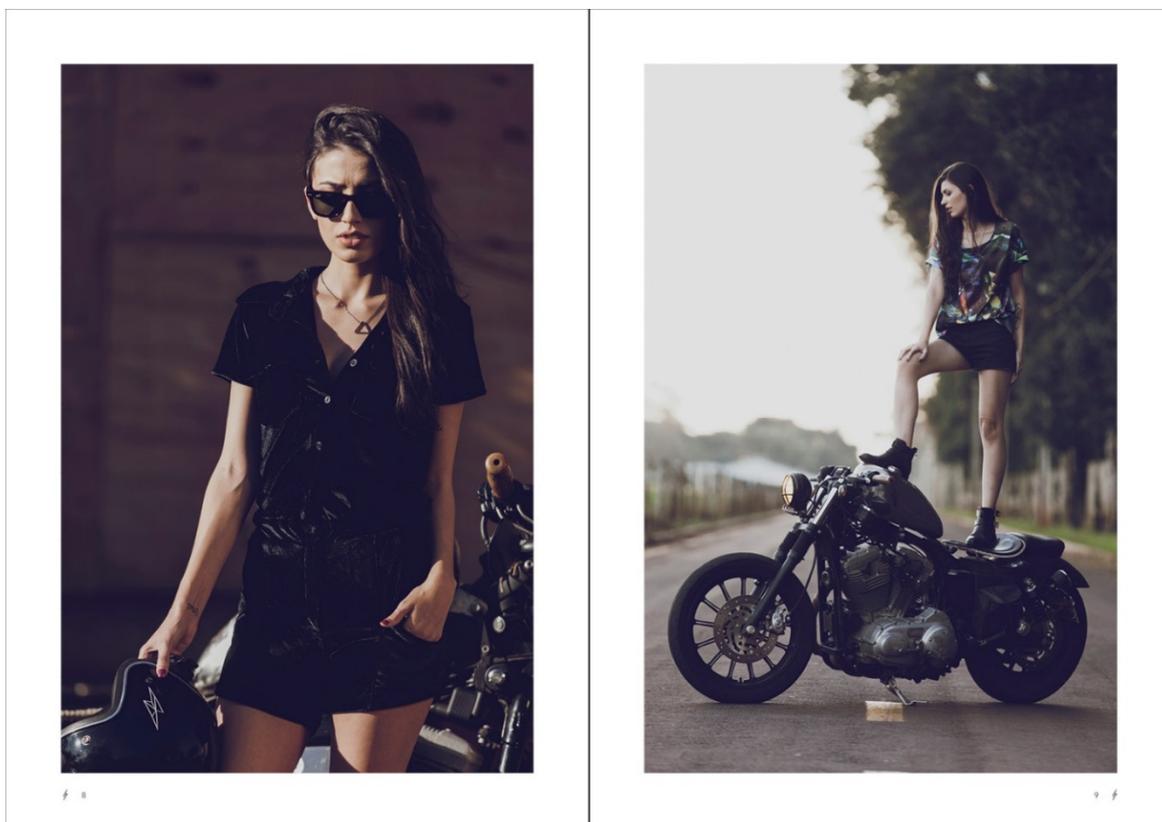


Figura 108 – Catálogo impresso *Fulltank* – páginas internas
Fonte: Da autora (2015).



Figura 109 – Catálogo impresso *Fulltank* – páginas internas
Fonte: Da autora (2015).

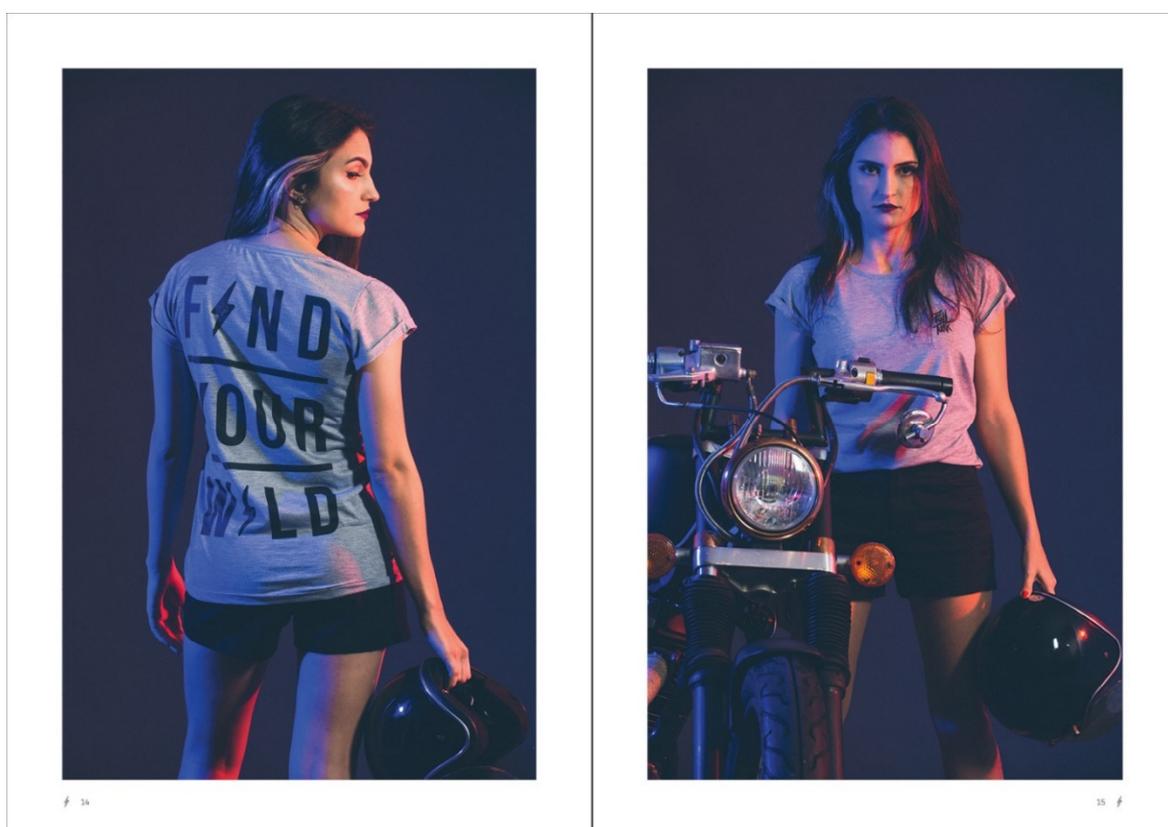


Figura 110 – Catálogo impresso *Fulltank* – páginas internas
Fonte: Da autora (2015).

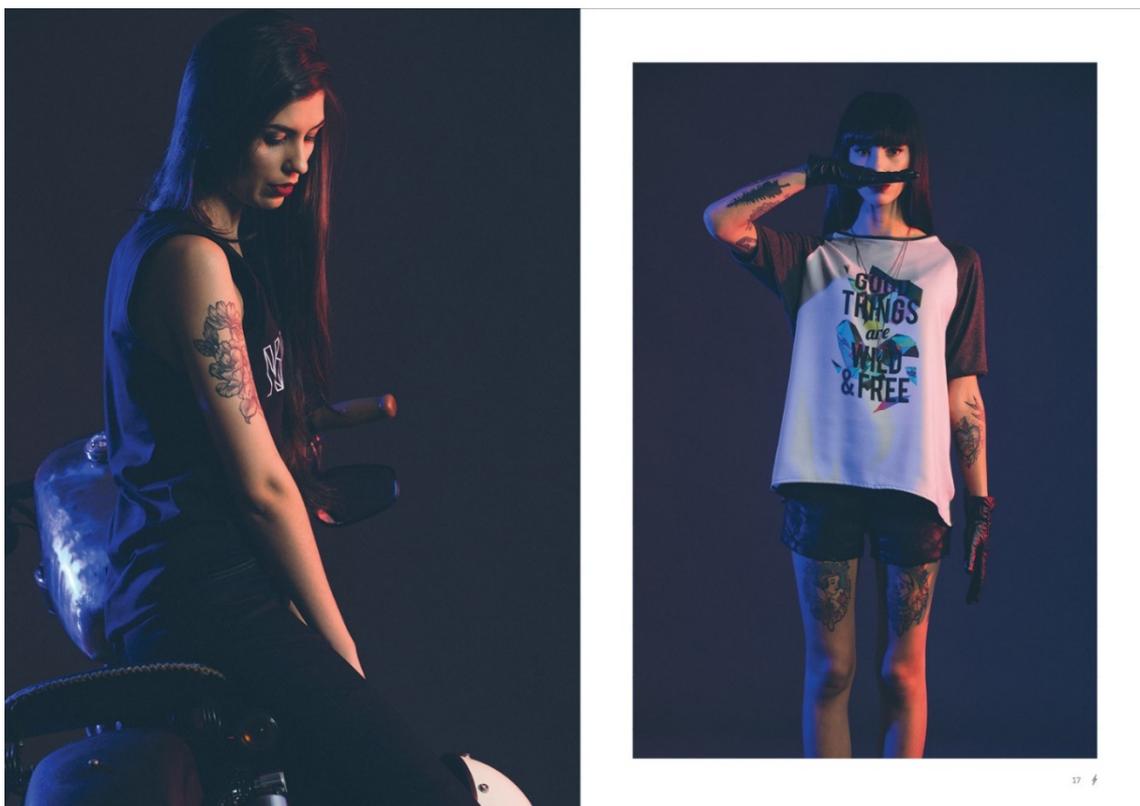


Figura 111 – Catálogo impresso *Fulltank* – páginas internas
 Fonte: Da autora (2015).

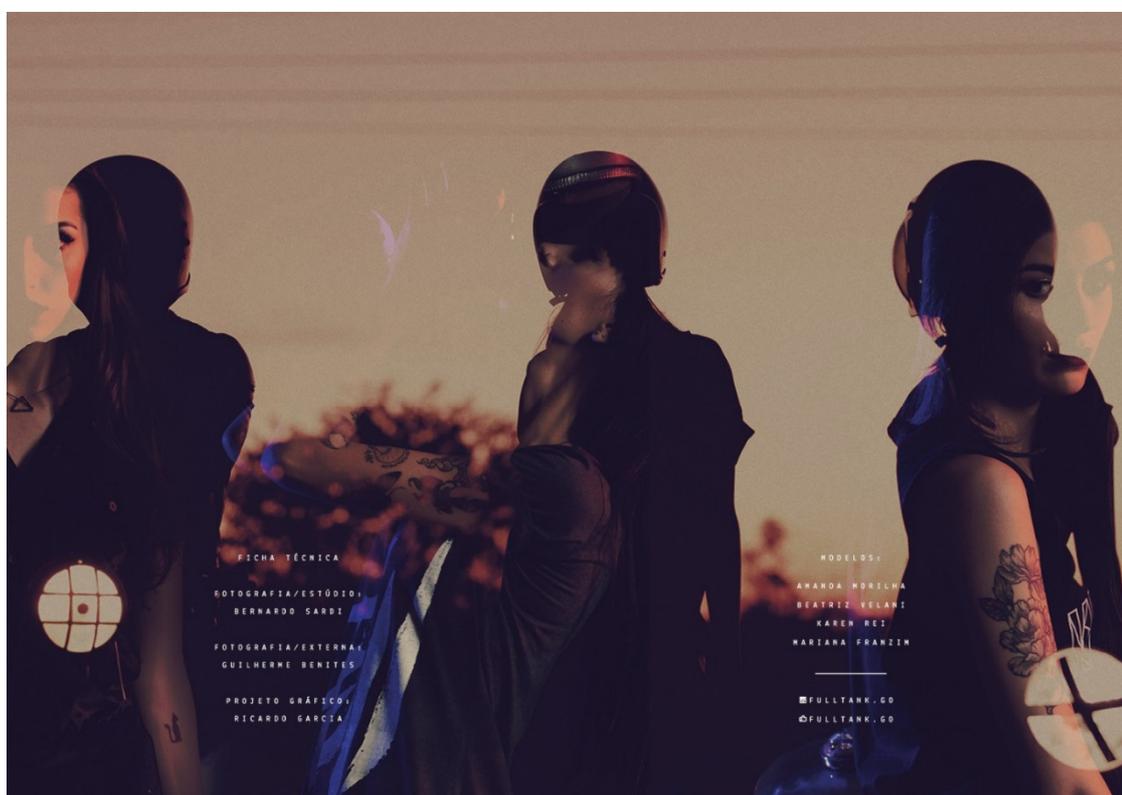


Figura 112 – Catálogo impresso *Fulltank* – páginas internas
 Fonte: Da autora (2015).

6 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)

O site da *Fulltank* terá um planejamento visual simples e objetivo, pelo fato das vendas serem feitas apenas pelo e-commerce da marca, a facilidade e funcionalidade foi prezada nesse caso.

A página inicial traz as fotos da campanha de verão 2016 da Fulltank, acompanhada de informações sobre o *lifestyle* da marca, a loja *online*, com o lookbook das peças, referência e tamanhos disponíveis, toda informação necessária para facilitar a compra do cliente, e como entrar em contato com a marca.

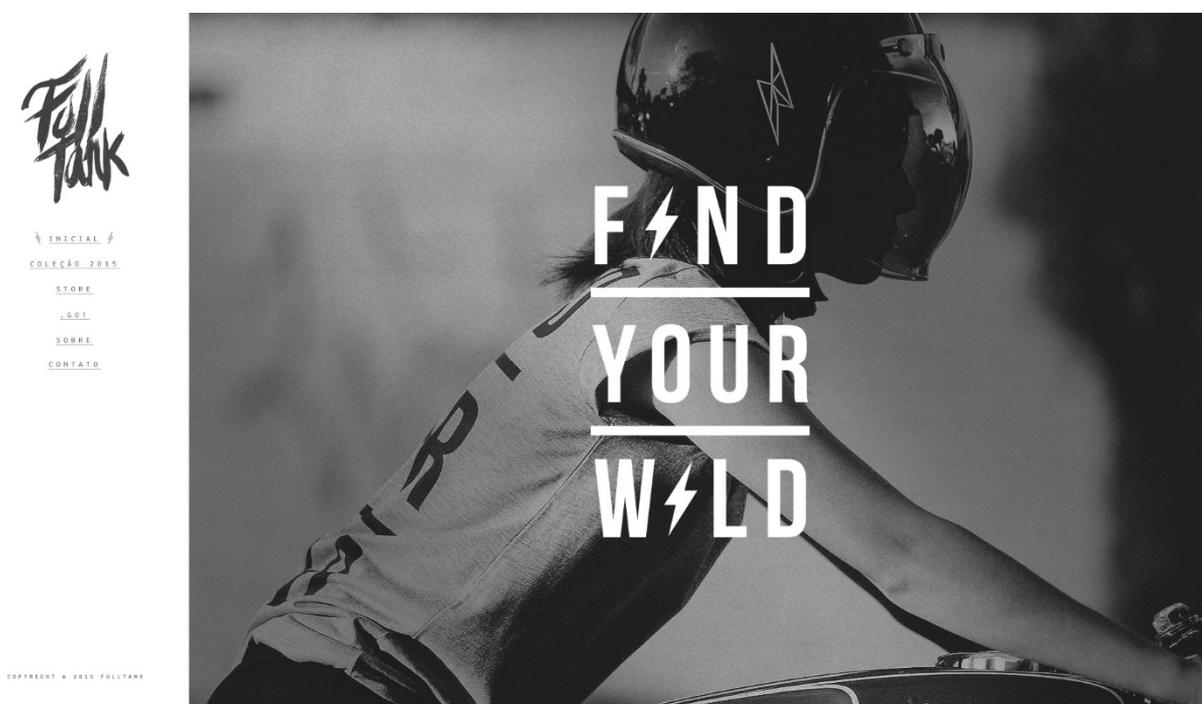


Figura 113 – Página inicial site *Fulltank*
Fonte: Da autora (2015).



Figura 114 – Página site *Fulltank* com fotos da coleção
Fonte: Da autora (2015).



Figura 115 – Página site *Fulltank* com fotos da coleção
Fonte: Da autora (2015).

Fulltank

INICIAL
 COLEÇÃO 2015
 STORE
 GOI
 SOBRE
 CONTATO



Macaquinho
 R\$199



Camiseta Find Your Wild
 R\$99
 Short Cós Alto
 R\$149



Regata Wild
 R\$99
 Calça Jeans Cós Alto
 R\$199

COPYRIGHT © 2015 FULLTANK

Figura 116 – Página de compras no site *Fulltank*
 Fonte: Da autora (2015).

Fulltank

INICIAL
 COLEÇÃO 2015
 STORE
 GOI
 SOBRE
 CONTATO



Camiseta
 Find Your Wild
 R\$99

P M G

QTD: +

Shorts
 Cós Alto
 R\$149

34 36 38 40 42

QTD: +

ADICIONAR AO CARRINHO

*A modelo tem 1,77m de altura
 e veste o tamanho P para camisetas
 e M para shorts e calças.

FECHAR

COPYRIGHT © 2015 FULLTANK

Figura 117 – Página de compras no site *Fulltank*
 Fonte: Da autora (2015).

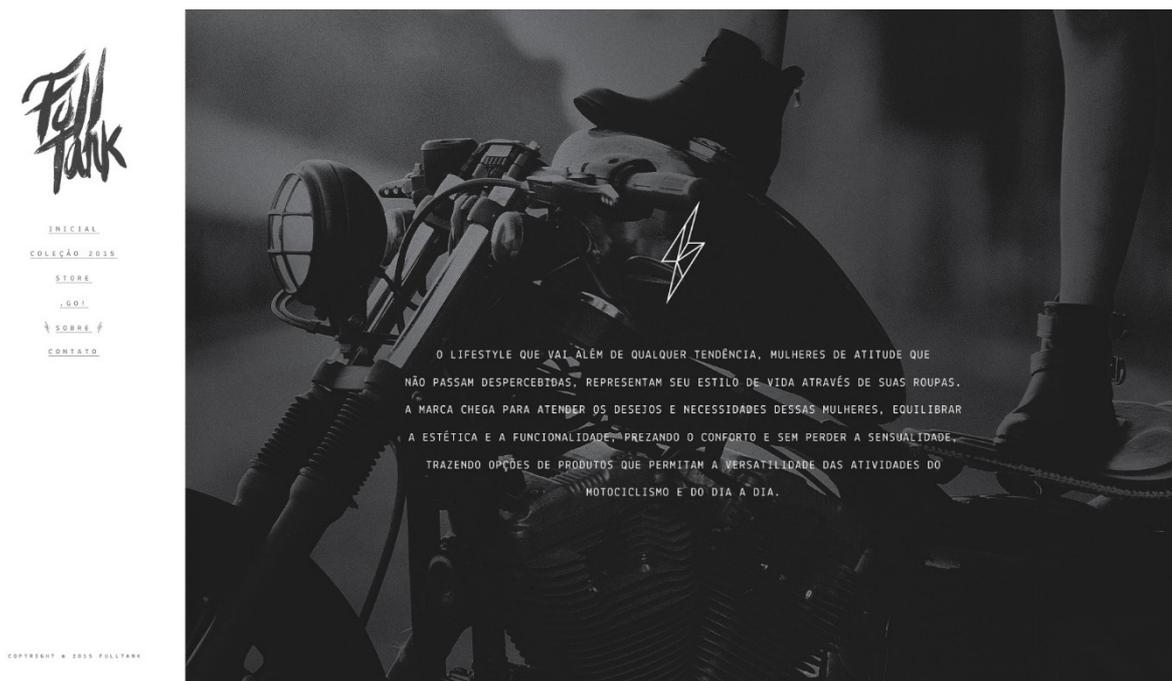


Figura 118 – Lifestyle da marca no site Fulltank
 Fonte: Da autora (2015).



Figura 119 – Página para contato no site Fulltank
 Fonte: Da autora (2015).

7 PLANEJAMENTO DO DESFILE

7.1 MAKE-UP E HAIR

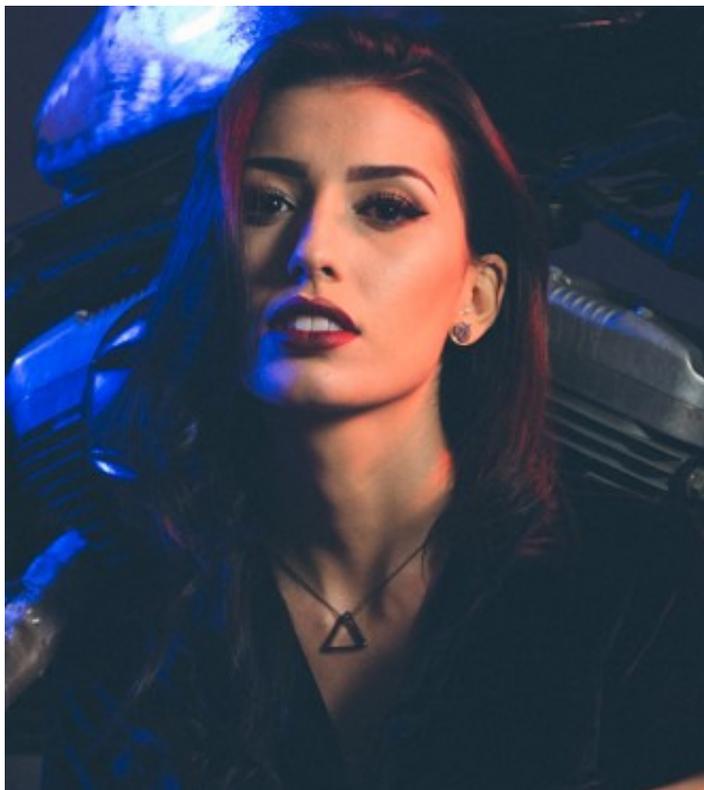


Figura 120 – Planejamento da maquiagem e cabelo para o desfile
Fonte: Da autora (2015).

A maquiagem escolhida foi bem leve, nos olhos cônico marcado, delineador e bastante rímel. Para a boca foi escolhido para as fotos em estúdio um batom vinho, nas fotos externas um batom na cor nude e para o desfile o tom escuro do vinho.

7.2 TRILHA SONORA

A trilha sonora do desfile e do vídeo da coleção será a música LA // 3AM da banda NAVVI, ela foi escolhida por trazer um ar de mistério e sensualidade, com um aspecto alucinante e sinuoso, representando bem o tema da coleção.

7.3 SEQUÊNCIA DE ENTRADA PARA O DESFILE



Figura 121 – Sequência de entrada para desfile – Looks 1, 2 e 3
Fonte: Da autora (2015).



LOOK 4



LOOK 5



LOOK 6

Figura 122 – Sequência de entrada para desfile – Looks 4, 5 e 6
Fonte: Da autora (2015).

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto alcançou as expectativas desejadas, a marca conseguiu não só criar um produto de moda desenvolvido e pensado para as mulheres motociclistas, como também trazer visibilidade para esse público em potencial, pois a maior dificuldade do trabalho foi apresentar esse público, que não é do conhecimento da maioria das pessoas.

Os resultados proporcionaram peças versáteis, podendo ser usadas tanto para as atividades do motociclismo quanto para o dia a dia dessas mulheres. São roupas consideradas de modelagens básicas, mas que possuem o estilo e o apelo estético, com informações de moda para atender o público alvo.

REFERÊNCIAS

4 RODAS MOTO. Ergonomia: Nem parece, mas a ergonomia é fundamental na interação com a moto. 23/05/2013. Eduardo Viotti. Disponível em: <<http://quatorrodas.abril.com.br/moto/reportagens/ergonomia-741893.shtml>>. Acesso em 3 nov 2014.

4 RODAS MOTO. Especial: Motocicletas famosas do cinema e das séries de televisão. 10/06/2014. Alexandre Ciszewki. Disponível em: <<http://quatorrodas.abril.com.br/moto/reportagens/especial-motocicletas-famosas-cinema-series-televisao-785726.shtml>>. Acesso em 4 nov 2014.

ALPINESTARS. Disponível em: <<http://www.alpinestars.com/catalogsearch/result/?q=vika>>. Acesso em 24 nov 2014.

ALPINESTARS. Stella AST-1 Waterproof Pants. Disponível em: <http://www.alpinestars.com/stella-ast-1-waterproof-pants?#.VHsS2THF-AU>. Acesso em 24 nov 2014.

ALPINESTARS. Stella Quasar Textile Jacket. Disponível em: <<http://www.alpinestars.com/stella-quasar-textile-jacket?#.VHsRnjHF-AU>>. Acesso em 24 nov 2014.

AMA Motorcycle Hall of Fame. Sylvester Roper. Disponível em: <<http://www.motorcyclemuseum.org/halloffame/detail.aspx?RacerID=264>>. Acesso em 3 nov 2014.

AMERICAN MOTORCYCLIST. Disponível em: <<http://www.americanmotorcyclist.com>>. Acesso em 9 out 2014.

A ORIGEM DAS COISAS. Quando, Onde, Como, Por Quem... Disponível em: <<http://origemdascoisas.com/a-origem-da-harley-davidson/>>. Acesso em 5 nov 2014.

BBC. History. Kirkpatrick Macmillan (1912-1878). Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/history/historic_figures/macmillan_kirkpatrick.shtml>. Acesso em 19 out 2014.

BOAVENTURA, Edivaldo M. **Metodologia da pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

BÜRDEK, Bernhard E. **Design**: história, teoria e prática do design.

CAFE RACERS UNITED.COM. The Biggest Cafe Racer Community. Disponível em: <<http://caferacersunited.com>>. Acesso em 22 nov 2014.

CONFRARIA TRINKADOS. Motor Maids – As Mulheres Pioneiras do Motociclismo. 25 de setembro de 2014. Disponível em: <<http://confrariatrinkados.blogspot.com.br/2014/09/motor-maids-as-mulheres-pioneiras-no.html>>. Acesso em 4 nov 2014.

DAIMLER. 1885 Gottlieb Daimler Einspur Motorcycle. Disponível em: <<http://www.theworldofmotorcycles.com/gottlieb-daimler-einspur-einspur-cycle.html>>. Acesso em 4 nov 2014.

DULANEY, Willian L. A brief history of “outlaw” motorcycle clubs, 2005. Disponível em: <http://ijms.nova.edu/November2005/IJMS_Artcl.Dulaney.html>. Acesso em 9 out 2014.

DUL, Jan; WEERDMEEESTER, Bernard. **Ergonomia prática**. 2ª ed. rev. e ampl.. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

EQUILÍBRIO EM DUAS RODAS. Fabio Magnani. Disponível em: <<http://blog.fabiomagnani.com>>. Acesso em 22 nov 2014.

ESCOLA DA BICICLETA. A História da Bicicleta no Mundo. Disponível em: <<http://www.escoladebicicleta.com.br/historiadabicicleta.html>>. Acesso em 17 out 2014.

FIORINI, Verônica. **Design de moda: abordagens conceituais e mercadológicas**. In: PIRES, Dorotéia Baduy. Design de moda: Olhares diversos. Editora Estação das Letras e Cores: Barueri – São Paulo, 2008, p. 95-114.

FISGO. As motos antigas que fizeram sucesso dentro e fora do cinema. Disponível em: <<http://blog.fisgo.com.br/2012/03/05/as-motos-antigas-que-fizeram-sucesso-dentro-e-fora-do-cinema/>>. Acesso em 27 out 2014.

GARAGEM CAFE RACER. A referência Cafe Racer no Brasil. Disponível em: <<http://www.garagemcaferacer.com.br>>. Acesso em 22 nov 2014.

GENERIC FASHION. Subculture: Rockers. Disponível em: <<http://genericfashiongroup3.blogspot.com.br/2010/12/rockers.html>>. Acesso em 20 nov 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

_____. **Métodos e técnicas da pesquisa social**. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

GRAVE, M. F. **A modelagem sob ótica da ergonomia**. Editora Zennex Publishing: São Paulo, 2004.

HARLEY-DAVIDSON. Disponível em: <<http://www.harley-davidson.com>>. Acesso em 7 out 2014.

HOWSTUFFWORKS. 1909 Harley-Davidson V-Twin. Disponível em: <<http://auto.howstuffworks.com/1909-harley-davidson-v-twin.htm>>. Acesso em 2 nov 2014.

HYPE SCIENCE. Primeira motocicleta do mundo é leiloada por 131 mil dólares. Disponível em: <<http://hypescience.com/primeira-motocicleta-do-mundo-e-leiloada-por-131-mil-dolares/>>. Acesso em 5 de nov 2014.

IIDA, Itiro. **Ergonomia**: projeto e produção. 2ª ed.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 23ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2006.

KROEMER, K. H. E.; GRANDJEAN, E. **Manual de ergonomia**: adaptando o trabalho ao homem. 5ª ed.

MACIEIRA, Fausto D'Azevedo. **Motocicleta, a evolução das máquinas que conquistaram o mundo**. São Paulo: Alaíde Editorial, 2009.

MEMBERS.HOG. Disponível em: <<https://members.hog.com>>. Acesso em 8 out 2014.

MOTO. Disponível em: <<http://www.moto.com.br>>. Acesso em 8 out. 2014

MOTOCANDO... Motos nas telas. Disponível em: <<https://jotasantana.wordpress.com/2012/09/16/motos-nas-telas/>>. Acesso em 29 out 2014.

MOTOCICLISMO. O mundo das motos. Disponível em: <<http://www.motociclismo.pt>>. Acesso em 24 nov 2014.

MOTO LADY. Braap! Women's T-Shirt. Disponível em: <<http://themotolady.com/shop/braap-womens-t-shirt/>>. Acesso em 24 nov 2014.

MOTOR MAIDS. Disponível em: <<http://www.motormaids.org>>. Acesso em 10 out 2014.

MOTOR MAIDS WI. Disponível em: <<http://www.motormaidswi.com>>. Acesso em 10 out 2014.

MULHERES MOTOCICLISTAS. Pioneiras – Dot Robinson e as Motor Maids. 31 de outubro de 2011. Disponível em: <<http://mulheres-motociclistas.blogspot.com.br/2011/10/nas-asas-das-pioneiras-dot-robinson.html>>. Acesso em 15 out 2014.

MUSEU DA BICICLETA. Disponível em: <http://www.museudabicicleta.com.br/museu_hist.html>. Acesso em 5 out. 2014.

PINTEREST. Disponível em <<https://www.pinterest.com/pin/194006696424934230/>>. Acesso em 8 mai de 2015.

PINTEREST. Disponível em: <<https://www.pinterest.com/pin/194006696424158923/>>. Acesso em 6 abri 2015.

PINTEREST. Disponível em:
<<https://www.pinterest.com/pin/194006696425033167/>>. Acesso 7 abril 2015.

PINTEREST. Disponível em:
<<https://www.pinterest.com/pin/133208101454695317/>>. Acesso 7 abril 2015.

PINTEREST. Disponível em:
<<https://www.pinterest.com/pin/351984527102189314/>>. Acesso 7 abril 2015.

PINTEREST. Disponível em:
<<https://www.pinterest.com/pin/573012752562511386/>>. Acesso 7 abril de 2015.

PINTO, Fátima Regina de Toledo. **Você tem uma moto ou uma Harley? Vínculos com a marca Harley-Davidson em São Paulo**. 2011. 203 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade de São Paulo, 2011. Disponível em:
<www.teses.usp.br/teses/.../8/.../2011_FatimaReginaDeToledoPinto.pdf>. Acesso em 15 out 2014.

PORTAL DO TRÂNSITO. Disponível em:
<<http://portaldotransito.com.br>>. Acesso em 24 nov 2014.

PSEUDÓPODO. La Bicicleta de Leonardo. Disponível em:
<<https://pseudopodo.wordpress.com/2012/01/23/la-bicicleta-de-leonardo/>>. Acesso em 18 out 2014.

SPEEDWAY BIKES.COM. 2013 Speedway Long Track National Championship Series. Michael DeChamplain. 19 de julho 2013. Wauseon, Ohio. Disponível em:
<<http://www.speedwaybikes.com/news/2013LongTrackNational.htm>>. Acesso em 1 nov 2014.

TARINGA. Qué seria del mundo sin estos inventores? Disponível em:
<<http://www.taringa.net/posts/info/16971122/Que-seria-del-mundo-sin-estos-inventores.html>>. Acesso em 19 out 2014.

THOMPSON, Hunter S. **Hell's Angels**. Rio Grande do Sul: L&PM Editores, 2010.

VM MARCHÉ. Disponível em: <<http://vmmarche.com/2015/02/25/microtendencias-vm/>>. Acesso em 7 abr de 2015

WEB MOTOR. Disponível em: <<http://www.webmotors.com.br/>>. Acesso em 8 out 2014.

WOMEN'S MOTO EXHIBIT. Distressed Cut-Off. Disponível em:
<<http://www.womensmotoexhibit.com/shop/distressed-cut-off-tank-medium>>. Acesso em 24 nov 2014.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA PÚBLICO ALVO

Idade	Profissão	Renda Média Mensal

1. Você costuma ter dificuldades para encontrar roupas voltadas para atividades de motociclismo no mercado?

Sim Não

2. Onde você costuma comprar roupas para suas atividades de motociclismo?

(Pode assinalar mais de uma alternativa)

Lojas de rua Lojas de departamento Lojas multimarcas específicas

Shoppings Internet Outros: _____

3. Como você classifica o seu estilo quanto às roupas que você usa quando pratica atividades de motociclismo?

Básico e Clean Fashion e Moderno Vanguarda e Contemporâneo

4. Você costuma acompanhar ou seguir as tendências de moda?

Sim Não

5. Qual o valor médio que você costuma disponibilizar na compra de roupas para atividades de motociclismo?

Entre R\$100,00 e R\$200,00 Entre R\$400,00 e R\$600,00

Entre R\$200,00 e R\$400,00 Acima de R\$600,00

6. Qual a sua opinião quanto à ideia de uma marca desenvolver produtos específicos para mulheres praticantes ou adeptas do motociclismo?

Acho a proposta bem interessante e bastante inovadora

Acho a proposta sem originalidade e pouco criativa

Não tenho opinião formada sobre o assunto

7. Que tipo de estrutura de vestuário você utiliza mais para as práticas de motociclismo?

(Pode assinalar mais de uma alternativa)

Regatas Blusas Camisetas Camisas Jaquetas

Calças Shorts Saias Macacões

Outros: _____

8. Que tipo de cores você prefere nas roupas para práticas de motociclismo?

(Pode assinalar mais de uma alternativa)

Cores básicas e monocromáticas (ex.: preto, branco, etc).

Cores neutras e clássicas (ex.: bege, marron, azul, etc)

Cores alegres e vibrantes (ex.: vermelho, amarelo, laranja, etc)

Cores metalizadas (ex.: prata, dourado, neón, etc)

9. Quanto aos materiais, quais os tipos de tecidos você prefere nas roupas para atividades de motociclismo?

(Pode assinalar mais de uma alternativa)

Couro Jeans Malha de algodão Malha sintética Sarja

Outros: _____

10. Que tipos de efeitos estéticos você aprecia nas roupas?

(Pode assinalar mais de uma alternativa)

Tingimentos e lavagens Recortes estratégicos Bordados aplicados

Aviamentos metalizados Estampas diferenciadas

Outros: _____