

# **OS SEIOS E SUA RELAÇÃO COM O VESTIR: DESENVOLVIMENTO DE UMA COLEÇÃO DE MODA FEMININA INSPIRADA NA DEUSA DAS SERPENTES<sup>1</sup>.**

## **THE SEIOS AND THEIR RELATIONSHIP WITH THE DRESS: THE DEVELOPMENT OF AN INSPIRED WOMEN'S FASHION COLLECTION IN THE GODDESS OF THE SERPENTS<sup>1</sup>.**

Priscila Fernanda Palhano<sup>2</sup>

Andressa Schneider Alves<sup>3</sup>

### **RESUMO**

Apresenta-se ao longo deste artigo o processo de desenvolvimento de produtos de vestuário feminino, com uma proposta que dispensa o uso de sutiãs. O artigo tem como objetivo, verificar a relação do sutiã com o conforto dos seios. Tendo como evidências relatos de pesquisas, onde o uso do sutiã, afeta diretamente o corpo influenciando no conforto e bem-estar diário, tornando difícil, para algumas mulheres, encontrar o modelo ideal que se ajuste ao tamanho do busto e costas. Esse artigo teve como principais autores para fundamentação teórica (MEDEIROS, 2010), (LAVÉ, 1982), (CHEN; LABAT; BYE, 2010), (GRISMAIJER; SINGER, 1995). Os dados apresentados são qualitativos, baseando-se na metodologia de pesquisa de Marconi e Lakatos (2007). O trabalho foi sistematizado embasando-se nas metodologias de produto propostas por Back (2008) e Baxter (2011) ao qual foi adaptado para o objeto proposto, de forma a colocá-la em prática. A coleção desenvolvida neste trabalho é inspirada na estatueta Deusa das Serpentes, encontrada nas ruínas do palácio de Knossos na ilha de Creta, na Grécia. A estatueta mostra a deusa com uma vestimenta bem elaborada, com saia drapeada feitas em camadas, cintura marcada e os seios nus. Nesse contexto a coleção liberdade traz em destaque a nudez dos seios, representando a liberdade do corpo feminino, afim de proporcionar ao usuário conforto e liberdade nos movimentos. O desenvolvimento da modelagem construiu-se através de camadas de tecido

<sup>1</sup> Artigo apresentado para a Banca de Design de Moda da Instituição Federal de Santa Catarina como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda.

<sup>2</sup> Priscila Fernanda Palhano graduanda do curso superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina (campus Gaspar).

<sup>3</sup> Andressa Schneider Alves é doutora em Design pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2016). Também é mestre em Design pela mesma universidade (UFRGS - 2010). Bacharel em Moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina (2008). Desde 2010 é professora do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), com experiência docente no ensino de qualificação profissional, técnico e superior.

sobrepostos, com o objetivo de disfarçar a forma dos seios, dando a opção de usar ou não sutiã, sendo assim promovem uma forma de resolver o problema em questão abordado nesse artigo.

**Palavras-chave:** Feminina. Conforto. Sutiã. Modelagem. Bem-estar.

## **ABSTRACT**

Throughout this article the process of developing women's clothing products is presented, with a proposal that does not require the use of bras. The article aims to verify the relationship of the bra with the comfort of the breasts. Taking evidence as research evidence, where the use of the bra, directly affects the body influencing comfort and daily well-being, making it difficult for some women to find the ideal model that fits the size of the bust and back. This paper has as main authors the theoretical foundation (MEDEIROS, 2010), (LAVAR, 1982), (CHEN; LABAT; BYE, 2010), (GRISMAIJER; SINGER, 1995). The data presented are qualitative, based on the research methodology of Marconi and Lakatos (2007). The work was systematized based on the product methodologies proposed by Back (2008) and Baxter (2011), which was adapted to the proposed object, in order to put it into practice. The collection developed in this work is inspired by the statue Goddess of the Serpents, found in the ruins of the palace of Knossos on the island of Crete, Greece. The statuette shows the goddess in a well elaborate dress, with draped skirt made in layers, marked waist and bare breasts. In this context the freedom collection brings out the nakedness of the breasts, representing the freedom of the female body, in order to provide the user with comfort and freedom in movements. The development of the modeling was constructed through layers of superimposed tissue, with the purpose of disguising the shape of the breasts, giving the option of wearing or not bra, thus promoting a way to solve the problem in question addressed in that article.

**Key words:** Female. Comfort. Bra. Modeling. Welfare

## **1 INTRODUÇÃO**

Segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2010), o Brasil é considerado o 5º maior produtor mundial de moda íntima e moda praia dentro da indústria têxtil de confecções, com uma produção anual de 2 milhões de toneladas de peças confeccionadas, o que corresponde a 2% da produção mundial, em um mercado dominado pela China, Índia, Estados Unidos e Paquistão. Dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) (2016), mostram que os números são expressivos ao longo de todo o território nacional,

existem cerca de 3.500 confecções de moda íntima e moda praia, elas produzem cerca de 1,5 bilhão de peças anualmente, em um mercado que movimentava R\$ 3,6 bilhões. No Brasil existem três polos têxteis de moda íntima e moda praia, eles se concentram nas cidades de Nova Friburgo (RJ), em São Paulo (SP) e Ilhota (SC).

A cidade de Nova Friburgo no Rio de Janeiro reúne mais de 900 confecções de lingerie, é considerada a capital de moda íntima. Anualmente fatura em torno de 600 milhões de reais, o setor têxtil da cidade é responsável por 25% da produção nacional de lingerie, a cidade exporta para países como Argentina, Uruguai, EUA e Portugal. Dados divulgados pelo próprio polo indicam que a cidade obteve 4,6 milhões de dólares com as vendas somente no ano de 2004 (MEDEIROS, 2010).

Outro centro de moda íntima se concentra na cidade de São Paulo, é o Salão Lingerie Brasil, considerado a principal feira sul-americana do setor, reúne importantes confecções nacionais como Darling, Valisère, Valfrance, Fruit de La Passion, Liz, Marcyn, Lupo, Scala, Hope e DelRio entre outras. Segundo dados da empresa *New Stage* promotora do evento, seis mil confecções do setor produziram 739 milhões de peças em 2007, com faturamento de 4,07 bilhões de reais (MEDEIROS, 2010).

O mercado de moda íntima cresce a cada ano, em 2008 foram produzidos 835 milhões, gerando um faturamento de 4,39 bilhões de reais. Esses índices são superiores ao do crescimento do PIB, nos leva a concluir que a moda íntima Brasileira alcançou nível de competitividade internacional, avalia a diretora da *New Stage*. Para abordar essa fatia de mercado, grifes de renome do mercado da moda nacional investem no setor e criam suas linhas íntimas. É o caso da Forum, com a marca Forum Lingerie (MEDEIROS, 2010).

Segundo Câmara de Dirigentes Logistas (CDL) (2010), a cidade de Ilhota, no Vale do Itajaí, ganhou no ano de 2002, o posto de capital catarinense de moda praia e moda íntima. A produção da cidade está ligada ao setor têxtil de Blumenau, já que na década de 70, grandes empresas como Hering, Malwee e Sulfabril utilizavam a mão de obra da população de Ilhota. Com o passar dos anos o perfil das confecções mudou com o investimento em suas marcas próprias. A cidade evoluiu e hoje reúne mais de 120 empresas registradas e várias confecções informais. Algumas empresas, como, Dal Costa, Mardu e Ducel, têm grande renome nacional e exportam para a Europa 10% da sua produção.

Produzir roupas bem ajustadas tem sido um desafio para fabricantes desde o início da produção em massa, os sutiãs com mal estruturados podem causar desconforto ou dor e resultar em perda de vendas para os comerciantes. Acredita-se a produção de roupas íntimas tenham surgindo há milhares de anos, e que os primeiros exemplares de lingerie na história foram usados por Adão e Eva, as famosas folhas de figueira. Embora os relatos da história da moda tenham sido encontrados somente no final da idade média, registros de roupas íntimas da antiguidade documentados por afrescos, estátuas, livros, mosaicos ou através de representações artísticas mostram as vestimentas como um aliado para facilitar a vida esportiva e para proteção das partes íntimas das divindades, nobres ou aristocratas (MEDEIROS, 2010).

Entre 215 e 30 a.C. a rainha do Egito, Cleópatra, vestia-se com uma sai presa abaixo dos seios, tendo sua sustentação feitas por suspensórios em V que passavam pelo busto nu. No entanto um dos mais importantes achados arqueológicos relacionado à indumentária feminina da Antiguidade é a estátua da deusa-cobra em Creta onde usava um amplo decote deixando os seios amostra, na cintura um corselete, na parte de baixo uma saia plissada com uma espécie de padronagem de babados ou franjas (MEDEIROS, 2010).

Em algumas civilizações romanas e gregas as mulheres utilizavam tecidos enrolados ao corpo para sustentação dos seios, principalmente durante jogos e competições. No decorrer dos séculos, o mesmo foi remodelado e decorado até chegar aos padrões atuais, sendo popularizado por vários países e fabricados em grandes quantidades (LAVÉR, 1982).

O uso do sutiã pode gerar diferentes sensações para cada mulher, o desconforto pelo uso da peça pode ter ligação com o tamanho inadequado. Isso ocorre porque nem sempre a medida do contorno do tórax é proporcional ao volume dos seios. Assim, o presente artigo apresenta um trabalho acadêmico desenvolvido ao longo de três semestres que aborda a problemática: Como desenvolver uma coleção de moda feminina que dispense o uso de sutiãs, e que atenda às necessidades do público-alvo abordado na pesquisa?.

Atualmente, apesar de ter-se elevado número de produção do segmento de moda íntima, uma quantidade significativa de mulheres optaria por não utilizar sutiã, se isso não causasse nenhum tipo de constrangimento. Assim, apresenta-se ao longo deste artigo a fundamentação teórica e todo o processo de desenvolvimento

de produtos do vestuário com uma proposta que dispensa o uso de sutiãs por baixo das roupas.

## **2 DO CONFORTO DO *HYGGE* AO DESCONFORTO DO SUTIÃ**

### **2.1 *Hygge***

A palavra *hygge* surgiu na Dinamarca por volta do século XIX. Conhecido por ser um desenvolvido, com poucas desigualdades sociais entre as pessoas e, atualmente, é considerado um dos países mais felizes do mundo. *Hygge* quer dizer “aconchego” ou “bem-estar”, mas *hygge* não é só uma palavra, é também uma filosofia de vida. Para os adeptos ao *hygge*, tudo gira em torno do movimento *slow*, que significa desaceleração ou calma, indo contra o movimento *fast*, que significa apressado ou rápido demais (RUSSELL, 2015).

Para cada pessoa o *hygge* vai associar um momento do seu dia, aquele momento de felicidade, seja na hora de relaxar depois do trabalho tomando uma xícara de chá quente ou bebendo aquele vinho enquanto relaxa na banheira. Pode ser também a ocasião em que se reserva para si ou para estar acompanhada, num jantar com a família ou com amigos. O *hygge* não é algo que se possa comprar, porque paz e felicidade são sentimentos e não uma mercadoria que se encontra numa prateleira de loja (WIKING, 2017; RUSSELL, 2015).

Pode-se dizer que *hygge* é viver a vida aproveitando os momentos agradáveis, fazendo as ocasiões simples se tornarem especiais. Para muitas mulheres, o momento *hygge* é quando se tem tempo para relaxar e ficar totalmente à vontade; vestir uma roupa confortável ou ficar sem nada no corpo prendendo ou amarrando. Esse pode ser um momento de felicidade, com total liberdade e com a mente livre sem preocupações.

Com esse propósito, a coleção se inspira na Deusa das serpentes, uma mulher que usava na sua vestimenta uma bela saia cheia de detalhes, com a cintura bem marcada e os seios totalmente nus, remetendo conforto ao corpo.

### **2.2 A Deusa das Serpentes**

Um dos mais importantes achados arqueológicos relacionado à indumentária

feminina da Antiguidade é a estátua da deusa-cobra em Creta, que em sua indumentária usava um amplo decote deixando os seios amostra, na cintura um corselete, na parte de baixo a cintura era bem apertada com um corpete de couro e a saia volumosa. Tal achado histórico tem sua origem na religião minoica sendo fomentada pela grande quantidade de representações de deusas encontradas na ilha de Creta. (MEDEIROS, 2010).

Os cretenses tinham adoração pelas mulheres, elas participavam da sociedade e nos cultos eram consideradas sagradas; ocupavam cargos públicos, tinham destaque em festas e cerimônias religiosas, a sociedade de Creta era matriarcal. A deusa das serpentes, também conhecida como deusa mãe e deusa da fertilidade, era responsável pela natureza e pelos seres vivos. A deusa tinha um leopardo ou um tipo de felino na cabeça que trazia o significado do controle da natureza. Em suas mãos tinham serpentes, um dos animais adorados pelo povo de Creta (ACKER, 1998). A Figura 1 representa a estatueta da deusa das serpentes minoica datada de aproximadamente 1600 a.C.

**Figura 1** – Fotografia *Deusa das Serpentes*



Fonte: Wikipédia (2018).

As mulheres cretenses usavam vestimentas bem luxuosas, as saias apresentavam muitos babados, os tecidos eram sobrepostos por pedaços de retalhos criando um efeito de plissado, elas usavam corpetes que terminavam próximos aos seios marcando bem a cintura (LAVÉR, 2010).

### 2.3 O sutiã e a relação entre o conforto e desconforto

Estudos relatam que há milhares de anos, mulheres da Grécia, usavam tecidos enrolados ao corpo para dar sustentação aos seios. As espartanas usavam corpetes para dar sustentação aos seios durante os jogos e competições. Em algumas civilizações o corpo masculino era mais valorizado do que o feminino, existia um preconceito do corpo feminino, que era conhecido como delicado, com isso as mulheres enfaixavam os seios apertando-os para reduzir seu volume. Décadas depois os espartilhos apertados reinaram por séculos e o uso dessa peça provocou milhares de mortes (ROSSETTI, 1995).

O sutiã teve sua origem baseada no espartilho, muito utilizado durante o século XIX e XX. No século XX, Herminie Cadolle optou por dividir o espartilho em duas partes para proporcionar mais conforto ao corpo, o modelo foi patenteado no ano de 1889. Durante toda a história da humanidade, o sutiã (vestimenta de moda íntima feminina) apresentou-se como um “problema” ao sexo feminino e o seu uso considerado desconfortável ao corpo (ROSSETTI, 1995). Há relatos históricos ainda mais dramáticos na Espanha, no séc. XVII, sobre a imposição às mulheres mais jovens do uso de placas de chumbo sobre os seios, afim de tentar impedir o desenvolvimento das mamas (MEDEIROS, 2010).

Por volta da década de 1960, aconteceu um grande movimento feminino que ficou conhecido como *Bra-Burning* ou queima dos sutiãs nos Estados Unidos. O *Woman`s Liberation Moviment* (WLM) era um movimento de mulheres ativistas que lutavam contra o Concurso de Miss, uma metáfora para pedir a libertação do corpo feminino, defendiam-se de toda a opressão que elas sofriam por causa da exploração comercial dos seus corpos. Décadas se passaram, no entanto ainda vivemos num mundo machista onde a mulher foi criada e educada para usar sutiã (MEDEIROS, 2010).

Todavia, o uso do sutiã apresentou desde o princípio um problema em comum, o desconforto, falta de praticidade e aprisionamento do corpo no uso da peça. De acordo com Rouillon Jean-Denis, um médico Francês, também professor de medicina esportiva, que passou 15 anos estudando os efeitos nas mamas causados pelo uso do sutiã; através de pesquisa concluiu que 42% das mulheres que pararam de usar sutiã, relataram melhora da sensação de conforto nos

primeiros três meses, e que os mamilos tiveram uma elevação de até 7 centímetros (O GLOBO, 2013).

SINGER (1995), escritor norte americano, assegura em seu livro "*Dressed to kill: the link between breast cancer and bras*" ("Vestida para matar: a ligação entre o câncer de mama e sutiãs"), que o sutiã comprime os seios impedindo a drenagem linfática e provocando o acúmulo de líquidos, trazendo flacidez aos seios e possibilitando a formação de cistos mamários.

Sendo assim, diversos estudos trazem a análise dos ângulos da parte superior do corpo (inclinação do ombro, proeminência do busto, curvatura da coluna e posicionamento do acrômio) através de varredura 3D. Através destes é possível fazer uma relação entre as categorias físicas e os problemas de ajuste do sutiã para obtenção de interações bidirecionais e restrições do movimento do sutiã, fator que, por sua vez, ajuda a indústria do vestuário a criar sutiãs mais adequados para o público feminino (CHEN; LABAT; BYE, 2010).

Analisando os modelos disponíveis e as imagens divulgadas nas mídias, pode-se inferir que alguns padrões, como, a forma aceitável da mama e a forma dos seios nas roupas são pré-impostas e definidas pela indústria da MODA. Ao impor esse padrão, embutiu-se ao modo de vida das mulheres o câncer de mama ou "síndrome de sutiã". O sutiã quando usado com tamanho inadequado, em especial se justo demais ao corpo, pode provocar inúmeros desconfortos e até mesmo afetar a saúde, trazendo problemas físicos para o corpo: por exemplo, a pressão que as tiras costumam a provocar sobre os ombros, a irritação na pele feita pelas costuras (GRISMAIJER; SINGER, 1995).

Baseando-se nesses fatos, o Japão e os Estados Unidos vêm desenvolvendo pesquisas sobre as doenças e danos promovidos pelo uso do sutiã. Uma vez que, o Japão tem a ausência do uso de sutiã, os (EUA) a cultura do uso do sutiã, podendo-se comparar os resultados de câncer de mama entre os países. Uma pesquisa feita em Fiji, revelou que metade das mulheres não usam sutiã, e muitas dessas mulheres estão desenvolvendo câncer de mama. Concluiu-se nesta pesquisa que mulheres que trabalham fora são as que usam sutiã, e as que tem maior índices de câncer. Apesar de não haver necessariamente uma base científica, percebeu-se que o sutiã gera pressão excessiva na estrutura e funcionalidade do corpo, causando assim, danos à saúde (GRISMAIJER; SINGER, 1995).



Para algumas mulheres encontrar um modelo de sutiã que se ajuste ao corpo é uma difícil tarefa. O corpo feminino tem muitas variações de tamanhos, principalmente o tamanho do busto, que não é o mesmo das costas. A grande maioria das fabricantes da peça usa uma única modelagem não atingindo todo o mercado. Algumas mulheres sentem problemas de dor e desconforto, indicando desacordo entre estes produtos e as suas usuárias (KAGIYAMA, 2011).

Através desses estudos tem-se reavaliado a utilização do sutiã, já que abolir seu uso poderia trazer conforto e benefícios à saúde da mulher, além de ser um processo relativamente fácil. Sendo assim, pode-se concluir que todas as mulheres realmente precisam de encorajamento em prol de sua própria saúde (GRISMAIJER; SINGER, 1995).

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1 Metodologia de pesquisa**

O trabalho desenvolvido consiste em um projeto teórico-prático para conclusão de graduação do curso Superior de Tecnologia de Design de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). Os dados apresentados são qualitativos, e empregados como fundamentação para o desenvolvimento de uma coleção de moda feminina que dispense o uso de sutiãs e atenda às necessidades do público feminino.

Foram considerados para embasamento teórico na pesquisa, diversos livros e artigos científicos localizados em bases de dados na biblioteca do Campus e no acervo virtual do IFSC, por meio de palavras-chave relacionando o tema geral, subtema e conceito. Após o levantamento de todos os dados, foi feito um estudo considerando o desenvolvimento de uma coleção de roupa feminina sem o uso do sutiã, a fim de promover ideias criativas e inovadoras.

Baseando-se em Marconi e Lakatos (2007), fez-se a delimitação do conhecimento científico e do processo de pesquisa, para então definição e avaliação do tipo de pesquisa e das técnicas de coleta, análise e interpretação de dados. A pesquisa apresentada tem como objetivo, obter informações relativas ao problema, apresentando sua importância no campo da moda como fonte de obtenção de soluções para problemas coletivos. Partiu-se de uma teoria para uma investigação

de um problema.

Utilizou-se assim, de uma pesquisa caracterizada pelo interesse prático, onde os resultados devem ser aplicados de forma imediata, na solução do problema apresentado inicialmente, visando analisar a viabilidade da criação e produção da coleção idealizada. A próxima etapa será detalhada no tópico de Metodologia de Projeto, utilizada para o embasamento da coleção onde será descrito o processo de desenvolvimento de produto através de referências de literatura.

### **3.2 Metodologia de produto**

Para BAXTER (2011), o processo de um projeto divide-se em quatro fases principais: a definição da tarefa; o projeto conceitual; o projeto preliminar; e o projeto detalhado. As fases de estrutura do processo do projeto são: 1) início do projeto; 2) revisar os requisitos do projeto; 3) soluções conceituais (brainstorming); 4) avaliar e realizar análise preliminar; 5) analisar soluções; 6) projeto refinado; 7) leiaute; 8) revisão do projeto; 9) desenhos detalhados; 10) análise detalhada; 11) desenvolver e avaliar protótipos; 12) revisar e avaliar protótipos; 13) apoio à manufatura; 14) produto;

Novas ideias e tecnologias de produto origina-se, em parte da capacidade criativa, mas também de processos e métodos sistemáticos de trabalho, sendo assim métodos e ferramentas auxiliam esses processos. Determinar uma estratégia da organização direciona a busca de ideias para desenvolver e selecionar novas tecnologias para um novo produto, no entanto deve-se considerar as informações de mercado e de produção (BACK, 2008).

Neste projeto fez-se uma adaptação da metodologia proposta por Baxter, onde desenvolveu-se a coleção apresentada neste artigo através de etapas: 1) pesquisa de tema de coleção; 2) painéis de conceito, parâmetros e *lifestyle*; 3) elementos de estilo para criar a coleção; 4) escolha de métodos e produção de ideias; 5) desenhos (croquis); 6) Geração de alternativas; 7) Modelagem plana e tridimensional; 8) costura do protótipo; 9) adaptações de produto; 10) produção de ficha técnica; 11) produto final;

O objetivo do trabalho em questão, consiste em demonstrar o processo de desenvolvimento do produto, do conceito até a materialização de uma coleção com peças de vestuário. O trabalho foi sistematizado embasando-se na metodologia de

Baxter (2011), ao qual será adaptado para o objeto proposto, de forma a colocá-la em prática, verificando a sua aplicação e promovendo, por fim, as adaptações necessárias para o seu desenvolvimento.

## **4 COLEÇÃO LIBERDADE**

### **4.1 Conceito de Coleção**

A coleção desenvolvida neste trabalho é inspirada na deusa das serpentes, cuja estatueta foi encontrada nas ruínas do palácio de Cnossos na Grécia. A estatueta mostra a deusa com uma vestimenta bem elaborada para a época: saia drapeada feitas em camadas onde a cintura era bem marcada e os seios apresentavam-se nus. Ao longo dos anos, o comércio da ilha de Creta desempenhou papel muito importante na difusão do vestuário através das rotas marítimas, permitindo que ocorressem intercâmbios do norte ao sul da ilha. Os principais itens de trocas eram os tecidos e as joias, responsáveis pelo enriquecimento da indumentária cretense (BOUCHER, 2012).

A sociedade cretense era matriarcal, sendo assim, tinham adoração pelas mulheres, permitia-se que elas exercessem participação na sociedade e nos cultos, eram consideradas sagradas, ocupavam cargos públicos, tinham destaque em festas e cerimônias religiosas (ACKER, 1998).

A vestimenta feminina era caracterizada pelos babados enfeitados com padrões de quadrados ou losangos de duas ou mais cores, desenhando um xadrez. A tanga primitiva, que posteriormente deu origem as saias da moda europeia do século XIX, tornou-se alongada, tocando o solo com diversas sobreposições de tecidos. A indumentária cretense destaca-se por sua diversidade de peças com elementos plissados e babados, ricos em detalhes como os bordados e adornos coloridos. Os cretenses usufruíam de tons e cores fortes, retratados nos diversos afrescos preservados ao longo da história (LAVIER, 1982; BOUCHER, 2012).

A Figura 2 apresenta o painel semântico de tema de coleção, que foi montado com figuras que representam o conceito da coleção. A deusa das serpentes tem destaque com sua indumentária exuberante e rica em detalhes, mostrando o seu torso nu. As cores fortes se misturam ao dourado da estatueta, as padronagens,

assim como as repetições de linhas ficam em evidência, as aplicações de pedrarias das peças, mostradas mais adiante, foram inspiradas nas riquezas de Creta.

**Figura 2– Painel *Conceito***



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

O painel de inspiração traz a essência da coleção, promovendo a comunicação do tema, do conceito, das cores e do material utilizado. Sendo assim, o assunto escolhido como tema deve ser de interesse do designer, inspirando-o a expressar o conceito desejado, seja através de temas visuais e/ou abstratos, permitindo que sejam transmitidos sentimentos (SORGER, 2006; BOUCHER, 2012).

Pode-se dizer que os designers são como caçadores buscando um alvo, neste caso, novas inspirações (atuais e contemporâneas) a fim de manter o público motivado e promover a investigação criativa com objetivo de inspirar e nutrir a imaginação. Quando o conceito da coleção traz o tema narrativo, descreve-se uma história, muitas vezes tem uma musa como foco central, ela traz estilo de personalidade que ajuda as fontes de pesquisa assim como a apresentação final da coleção (SORGER, 2006; SEIVERWRIGHT, 2015).

## 4.2 Lifestyle

As criações de um designer de moda expressam sua criatividade, mas para conquistar o consumidor também é preciso conhecer o mercado-alvo, a fatia em que uma empresa concentra seus esforços de marketing. Para entender um mercado-alvo é preciso unir as características comuns das pessoas e de seus potenciais. Os consumidores são classificados por critérios de segmentação, que podem ser geográficos, demográficos, psicográficos ou comportamentais. É necessário que o designer de moda realize pesquisa de comportamento, acompanhe o estilo de vida do público-alvo, conheça seus interesses, lugares que frequenta, ídolos musicais, cinema, televisão e temas de interesse (TREPTOW, 2013).

O painel *lifestyle* inspira-se no público feminino, narra o estilo de vida de Gabriela, uma mulher independente e sonhadora, que não mede esforços para conquistar o que deseja, a praticidade e a modernidade fazem parte do seu dia a dia. Da sacada do seu apartamento tem uma vista maravilhosa do parque central da cidade, em meio a tanta agitação ela tem o privilégio de ter parte da natureza bem perto de si e consegue ouvir o canto dos pássaros ao amanhecer do dia.

Acordar cedo, tomar seu café, correr no parque, tomar banho, é como inicia seu ritual de beleza. Seu trabalho é seu *hobby*, como tem bons relacionamentos, sua agenda tem muitos compromissos. Seu guarda-roupa é sofisticado e moderno, tem uma mistura de estilos que combinam conforto e praticidade. É uma mulher ousada e gosta de ser notada nos lugares que frequenta, por isso está sempre bem vestida, pois após o trabalho pode acontecer um convite para um *happy hour*. A vida noturna é o que a revigora, ama dançar e encontrar os amigos. O café é seu alicerce, sem ele, ela desmorona, aliás, o cansaço sempre está presente, sua intensidade é demais, mas ela sabe disfarçar muito bem. Seu sorriso é a maquiagem perfeita para uma manhã cinza de segunda-feira.

Na Figura 3 apresenta-se o painel de parâmetros da coleção, ele define o público-alvo relacionando o estilo de vida da personagem com objetos que ela consome e lugares que frequenta.

**Figura 3 – Painel Lifestyle**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

### **4.3 Parâmetros da coleção**

A coleção é um conjunto de produtos com harmonia do ponto de vista estético e comercial, pode-se dizer que é um conjunto de peças de roupa que apresentam relação entre si, condizentes com a marca e o público consumidor. Para obter coerência em uma coleção é aconselhado seguir uma metodologia no processo de desenvolvimento dos produtos, desde o tema conceito até a criação das peças. Estampas, bordados, recortes e acabamentos são utilizados com frequência nas coleções como meio de proporcionar unidade entre as diferentes peças de roupa (TREPTOW, 2013).

Na Figura 4 apresenta-se o Painel de Parâmetros, que traz referências visuais das principais características da coleção proposta: proporcionar a liberdade de escolha do uso não do sutiã, peças construídas com a mistura de tecidos sobrepostos, cinturas bem marcadas que salientam a feminilidade. A mistura de tecidos fluidos e encorpados se intercalam em meio às transparências trazendo sofisticação e sensualidade aos looks.



**Figura 4 – Painel de Parâmetros**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

#### 4.4 Cores

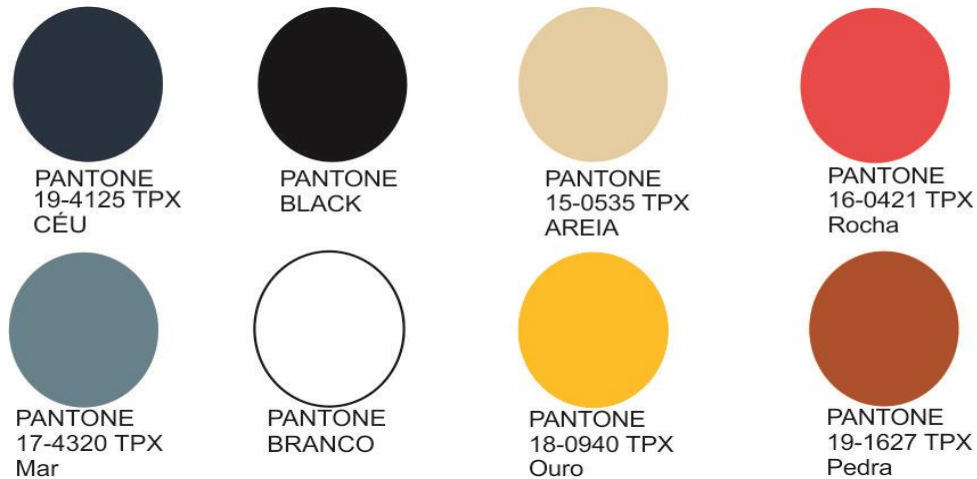
Entender os princípios das cores e como se relacionam dentro das paletas de cores utilizadas em coleções têxteis e no desenvolvimento de produtos são fundamentais para o trabalho do designer. A cor é um dos primeiros aspectos percebidos em uma coleção, as cores podem traduzir personalidade e mensagens significativas que refletem diferentes culturas e status sociais (SEIVERWRIGHT, 2015; UDALE, 2009).

A cartela de cores de uma coleção deve reportar o tema escolhido, por exemplo, se o tema for romântico, uma paleta de cores com tons pastéis pode ser mais indicada do que tons escuros, que seriam mais relacionados a outras temáticas, como, o tema gótico. A quantidade de cores escolhidas para a cartela de cores pode variar conforme o segmento da coleção. Os cretenses tinham paixão por cores fortes, como, vermelho, amarelo, azul e roxo; visto claramente nos afrescos que foram preservados (TREPTOW, 2013; LAVER, 1982).

Assim, a cartela de cores apresentada na Figura 5 origina-se do painel conceito, as cores são fortes e vibrantes e formam uma composição de cores neutras com cores contrastantes. Destacam-se a cor azul e suas nuances, o azul remete o mar da Grécia, e o vermelho revestiam as paredes da cidade de knossos. A cor dos desenhos feitos nos afrescos e vasos de cerâmica observa-se a utilização

de cores combinadas como o preto, amarelo, branco, azul e vermelho. As esculturas são feitas de materiais nobres como o bronze, marfim e ouro, a escolha das cores como o dourado remetem a riqueza da ilha de Creta.

**Figura 5 – cartela de cores**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

#### 4.4.1 Harmonias de Cores

Harmonia de cores são matizes que combinam, apresentando um equilíbrio entre si, a percepção de uma cor é aumentada quando é colocada em contraste e harmonia dentro de uma paleta. Em seu conjunto, o vestuário feminino cretense mostra um gosto pronunciado pelas cores vivas, valorizando a riqueza dos motivos; os vermelhos, amarelos, azuis e púrpuras, às vezes aplicações de folhas de ouro (UDALE, 2009; BOUCHER, 2012).

É interessante explorar diferentes combinações de cores, antes de se concentrar em um grupo específico a ser utilizado. Pode-se afirmar que toda cor combina com qualquer outra, o que não significa que todo grupo de cores forme uma harmonia (SEIVERWRIGHT, 2015; PEDROSA, 2009).

A escolha das combinações das cores é importante no processo de criação, porque muitas vezes traz a essência da coleção. A Figura 6 representa dois tipos de harmonia, a monocromática com variação de tons de uma mesma cor, onde a cor principal é combinada com cores neutras como preto e branco e a outra harmonia é complementar, feitas à partir de combinações de cores frias e cores quentes como o vermelho com azul e o amarelo.



**Figura 6 – harmonia de cores**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

#### 4.5 Materiais

Os aviamentos são materiais para fazer acabamentos em roupas e acessórios, podem ser usados para fins decorativos ou podem ser funcionais, o seu uso varia de acordo com cada segmento têxtil dentro da indústria (FRINGS, 2012).

Antes de escolher os tecidos de uma coleção é preciso conhecer suas funções, a qualidade estética, a textura, o caimento e a maneira que se modela ao corpo (UDALE, 2009).

Os tecidos usados na confecção das peças variam entre musselines, tule bordado, viscose e *chiffon*, intercalando-se com tecidos nobres o como *shantung*. Os fechamentos utilizados na coleção são funcionais, foram transformados em detalhes como os botões de *strass*. Os colchetes e zíperes ficam invisíveis, a escolha do fechamento influencia a aparência final da peça, assim como as pedrarias bordadas e as correntes de *strass* que remetem a sofisticação da coleção.

#### 4.6 Coleção

Coleção é um conjunto de produtos com harmonia do ponto de vista estético e comercial, onde as peças de roupas possuam relação entre si e são condizentes com a marca e o público consumidor. Uma coleção é a apresentação do tema

conceito demonstrados nas peças através de estampas, bordados, recortes e acabamentos (UDALE, 2013).

A Figura 7 apresenta a coleção “Liberdade”, traz um *mix* de peças como vestidos, saias, *croppeds*, macacões, shorts saias e calças. As formas misturam peças justas e amplas, proporcionam conforto aos seios e não marcam o corpo através das camadas de tecidos sobrepostos nas partes superiores das peças. As silhuetas ganham destaque, as cinturas são bem marcadas, os babados foram plissados e colocados em camadas para criar volumes. O design têxtil é feito através de pedrarias bordadas e aplicados sobre os tecidos.

Figura 7 – Coleção



Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

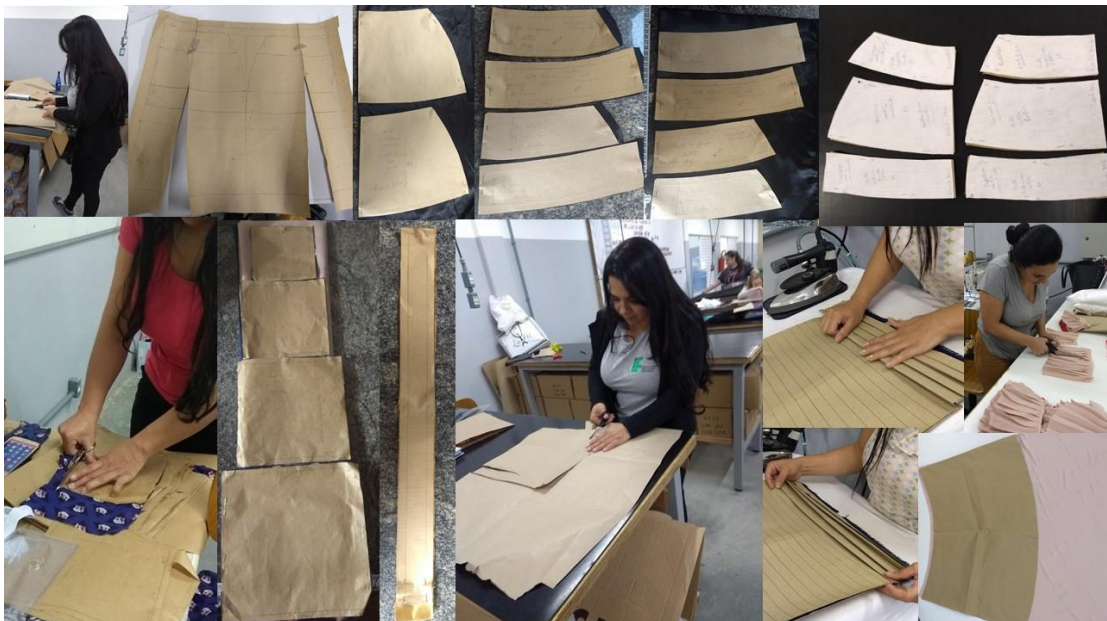
## 5 MATERIALIZAÇÃO DA COLEÇÃO

### 5.1 Modelagem Plana

O corpo humano tem muitas curvas, para adaptar o tecido ao corpo é necessário o processo de modelagem, a criação das pences ajudam a controlar os excessos de tecidos. A sua manipulação é a parte mais criativa e flexível do processo de modelagem, elas podem ser transformadas em pregas, franzidos e linhas decorativas, sua criação ajuda a dar caimento, forma e volume modificando o estilo e design da peça (FISCHER, 2010).

A Figura 8 apresenta as etapas da modelagem plana do projeto, iniciou-se com a construção de bases da blusa e saia em tamanho 40, em seguida foram feitas as interpretações e ajustes com as medidas das duas modelos para a confecção dos *looks* conceitual e comercial escolhidos. Os babados das saias dos dois *looks*, foram plissados com auxílio de papel e ferro de passar, inicialmente foram criados com quatro tipos de tamanhos entre 12cm e 24 cm, após a realização de testes, optou-se por fazer faixas para facilitar a produção dos plissados.

Figura 8 – Modelagem Plana



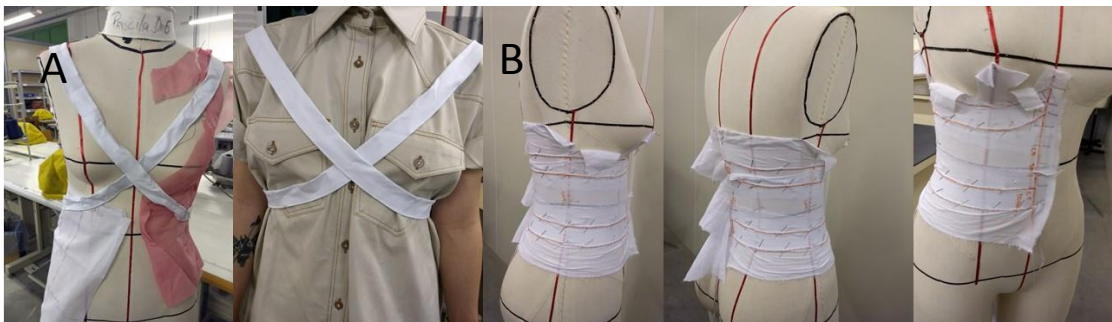
Fonte: Elaborado pela autora (2017).

## 5.2 Moulage

A *moulage* é a técnica utilizada para criar moldes por manipulação direta no manequim, essa representação tridimensional é obtida a partir de dobras, franzidos, pregueados, e drapeados no tecido, permitindo formas e técnicas mais complexas. A *moulage* é uma maneira de abordar o desenvolvimento do design e da modelagem, as roupas podem ser modeladas junto ao corpo com um formato mais real, ou estruturado longe do corpo (SEIVERWRIGHT, 2015; FISCHER, 2010).

A Figura 9 apresenta a modelagem tridimensional do projeto, o *corselet* (Figura 9a) foi construído no manequim, depois interpretado e acrescentado as medidas da modelo, já o *cropped* (Figura 9b) foi feito diretamente no corpo da modelo.

**Figura 9-** Moulage



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

## 5.3 COSTURA

As costuras, de modo geral, são a forma mais simples de unir duas ou mais partes de uma peça de vestuário, a margem de costura adicionada a peça varia de acordo com o tipo de tecido e máquina de costura utilizada. Algumas costuras possuem função de estruturar parte de uma peça, enquanto outras são usadas para viabilizar algum tipo de efeito ou acabamento da peça (FISCHER, 2010). Os detalhes de costura são elementos práticos, como pespontos, fechos e formas de punhos e golas, eles são importantes uma vez que, são o principal argumento de venda de uma peça (SEIVERWRIGHT, 2015).

Inicialmente as costuras foram feitas nas máquinas reta, para unir as partes dos moldes e *overlock*, e fazer os acabamentos das costuras. Os plissados foram construídos para obter uma estética delicada com o objetivo de produzir volume, os



excessos de tecidos foram costurados inicialmente na máquina reta sobrepondo um ou mais pontos de apoio, em seguida feita a limpeza na máquina *overlock*, posteriormente feito os acabamentos na reta para reforçar as costuras, como representa a Figura 10.

**Figura 10**– Costura



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

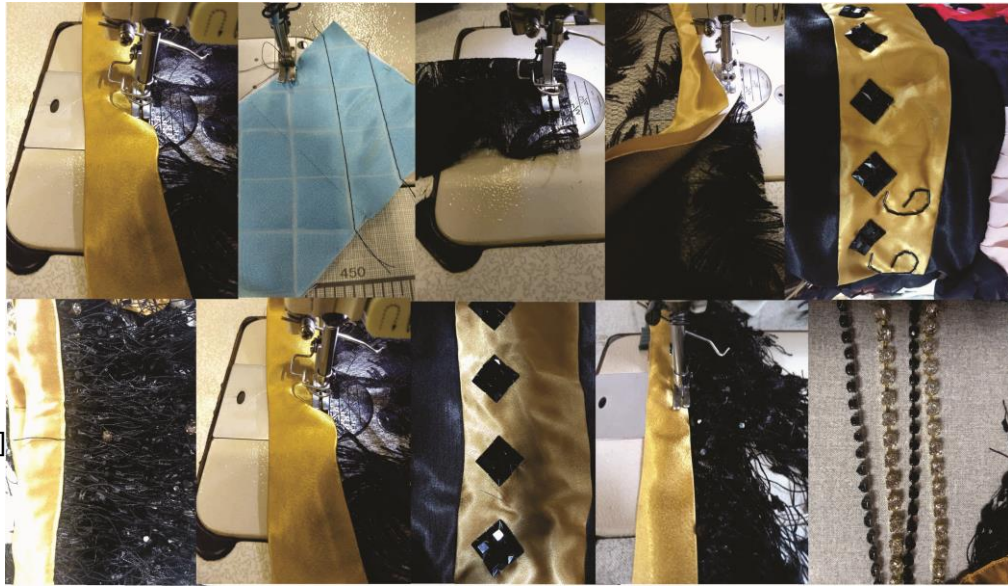
## 5.2 Acabamentos

Um modo de trabalhar a superfície do tecido é ornamentar, o que confere uma aparência tridimensional e decorativa ao tecido, esse procedimento pode ser feito através da aplicação de lantejoulas, miçangas, espelinhos, pedrarias ou conchas, com o resultado desse trabalho pode-se adicionar cor, texturas e padronagens à peça (UDALE, 2009).

Os acabamentos podem ser uma das últimas etapas na construção de uma peça de vestuário, sua qualidade valoriza a peça, sendo assim, foram utilizados pespontos para reforçar as costuras do *cropped* e do *corselet*, bainha de lenço para dar leveza no caimento dos babados das saias.

Os bordados tiveram início com o desenho sobre o tecido, no *corselet* e no cós da saia, em seguida colados as pedrarias sem costurá-las, após esse processo foram feitas as costuras com linha invisível. Para o *cropped* do look conceitual, aplicou-se várias bolinhas de cristais nas cores preto e dourado. Esse processo está representado na Figura 11.

**Figura 11 –Acabamentos**



Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

## 6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A coleção liberdade demonstra como a modelagem pode se tornar uma aliada ao corpo feminino trazendo conforto e bem-estar. Para a construção da coleção foram feitos testes na modelagem e na forma de sobrepor os tecidos, conforme os desenhos apresentados, as camadas de tecidos foram representadas nos desenhos de forma franzida, porém durante a construção do protótipo identificou-se que a forma de plissar ficaria melhor do que somente franzir os babados das saias, esse procedimento utilizado facilitou na produção da construção dos volumes das camadas.

O design têxtil representa o conceito inspirados na ilha Creta, a aplicação de pedrarias e *strass* nas peças remetem a riqueza, fica ainda mais evidente nos detalhes e acabamentos, os seios nus representam a liberdade do corpo e as camadas de tecido sobrepostos ajudam a disfarçar a forma dos seios, dando a opção de usar ou não sutiã, sendo assim promovem uma opção para resolver o problema em questão abordado nesse artigo. A figura 12 apresenta o resultado final da coleção, a confecção dos dois *looks*, o Conceitual e o Comercial.

**Figura 12** – Look Conceitual e Look Comercial



Fonte: Fotografia elaborada por Tais Iara Urquizar (2017).

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo apresentou na Introdução dados sobre o crescimento do mercado de moda íntima dentro do setor têxtil no Brasil e a visibilidade que esse polo tem no exterior com o aumento de exportações a cada ano. Apesar desse crescimento, um número expressivo de mulheres optaria por não usar sutiã. Assim esse número cresce em paralelo com a busca de peças que sejam mais confortáveis. A coleção apresentada nesse artigo não traz uma proposta de moda íntima, e sim uma coleção de moda feminina que atenda esse mercado em ascensão que busca o conforto, tendo como opção do uso ou não do sutiã.

Outro fator importante é aumento do número de cirurgias plásticas no Brasil, pode-se deduzir que o atual padrão de beleza tem ligação direta com a forma dos

seios, esses padrões são pré-impostos e definidos pela indústria da moda. Ao impor esse padrão, embutiu-se ao modo de vida das mulheres o câncer de mama ou “síndrome de sutiã” (GRISMAIJER; SINGER, 1995).

KAGIYAMA (2011) traz em sua dissertação, uma pesquisa detalhada sobre a abordagem do conforto do sutiã, o resultado dessa pesquisa conclui que as mulheres procuram benefícios diferentes em relação ao sutiã. A partir desses fatos é possível perceber que o conforto está ligado diretamente a qualquer produto que vise proporcionar o bem-estar considerando as limitações do corpo. Partindo dessa premissa, pode-se concluir que para produzir novos produtos onde o conforto seja compatível com as necessidades das usuárias, é preciso o desenvolvimento de pesquisas que considerem as usuárias e a realidade da indústria de moda íntima no Brasil.

Como sugestão para futuras pesquisas recomenda-se: apresentar a coleção para potenciais usuárias, realizar pesquisa quantitativa sobre uso e desuso do sutiã, desenvolver uma marca focada em peças que podem ser utilizadas sem sutiã e sem causar constrangimento ou desconforto. Dessa forma percebe-se a carência que o mercado de moda íntima possui em relação ao conforto do corpo feminino e quanto precisa-se repensar em novas modelagens e tecidos confortáveis de roupas.

## REFERÊNCIAS

ACKER, Teresa Van. **Grécia**: a vida cotidiana na cidade estado. 7. ed. São Paulo: Atual, 1998.

BACK, Nelson. **Projeto integrado de produtos**: planejamento, concepção e modelagem. São Paulo: Manole, 2008.

BOUCHER, François. **História do vestuário no Ocidente**: das origens aos nossos dias. São Paulo: Ed. Ampliada por Yvonne Deslandres, 2012.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2011.

CDL. **Ilhota**: continua a capital catarinense da moda praia e moda íntima. 2010. Disponível em: <<http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2010/01/ilhota-continua-a-capital-catarinense-da-moda-praia-e-moda-intima-2780063.html>>. Acesso em: 09



jul. 2017.

CHEN, Chin-man; LABAT, Karen; BYE, Elizabeth. Physical characteristics related to bra fit. **Ergonomics**, [S.l.], v. 53, n. 4, p. 514-524, mar. 2010. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00140130903490684>>. Acesso em: 25 set. 2018.

EVANS, Sir Arthur. **O palácio de Minos**. [S.l.: s.n.], 1900. v. 1.  
FRINGS, Gini Stephens. **Moda: do conceito ao consumidor**. 9. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2012.

FIISCHER, Anette. **Fundamentos de design de moda: construção de vestuário**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GRISMAIJER, Soma; SINGER, Sydney Ross. **Dressed to kill**. [S.l.]: Avery Publishing Group, 1995.

HUNTER, Letha Y.; TORGAN, Carol. The bra controversy: are sports bras a necessity?, **The Physician and Sportsmedicine**, [S.l.], v. 10, n. 11, p. 75-76, 1982.

JAMES, E. O. **Os deuses antigos: história e difusão das religiões no médio oriente antigo e no mediterrâneo oriental**. Lisboa: Arcádia, 1966.

KAGIYAMA, Waka. **Design de vestuário íntimo: o sutiã sob abordagem de conforto**. 2011. 186 f. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/32633/000787569.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2018.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LAYER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1982.

MEDEIROS, Janaina. **Costurando para fora: a emancipação da mulher através da lingerie**. Rio de Janeiro: Memória Visual, 2010.

O GLOBO. **Sutiã é desnecessário, diz estudo**: cientista pesquisou mulheres por 15 anos e diz que o acessório pode até ser prejudicial para a saúde. 2013. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/sutia-desnecessario-diz-estudo-8098420>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

- PEDROSA, Israel. **O universo da cor**. 4. ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2009.
- ROSSETTI, Ana. **Roupas íntimas: o tecido da sedução**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- RUSSELL, Helen. **The year of living danishly: uncovering the secrets of the world's happiest country**. Londres: Icon Books, 2015.
- TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 5. ed. São Paulo, 2013.
- SORGER, Richard. **Fundamentos de design de moda**. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- SEIVERWRIGHT, Simon. **Pesquisa e design: fundamentos de design de moda**. 2. ed. Porto Alegre. Bookmann, 2015. v. 1.
- SEBRAE. **Lingerie: um mercado cheio de nichos e oportunidades**. 2014. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/lingerie-um-mercado-cheio-de-nichos-e-oportunidades/>>. Acesso em: 13 ago. 2017.
- UDALE, Jenny. **Tecidos e moda: fundamentos de design de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- WIKING, Meik. **O Livro do Hygge: o segredo dinamarquês para ser feliz**. 1. ed. Portugal: Zero a oito. 2017.