

## CURVA À LA BRASILEIRA: O QUADRIL LARGO DE MULHERES BRASILEIRAS EM DESTAQUE NA COLEÇÃO DE MODA <sup>1</sup>

Camila Regina Alves<sup>2</sup>

Elen Makara<sup>3</sup>

### RESUMO

Muitos produtos da indústria do vestuário não se adequam aos mais variados corpos, formas e personalidades, por existir uma padronização das tabelas de medidas e consequentemente das modelagens. Devido a isso, muitas pessoas têm dificuldade em encontrar peças que valorizem seu corpo e que sejam confortáveis. Sendo assim, o objetivo deste artigo é desenvolver uma coleção de moda para mulheres com quadril largo, com a temática inspirada no Rio de Janeiro. A metodologia aplicada neste artigo deu-se por meio de levantamento bibliográfico, que por meio dele pode-se chegar ao desenvolvimento do book de coleção, e que findou-se na materialização e apresentação dos resultados. Como resultado deste artigo teve-se a criação de uma coleção de moda com 10 looks, sendo que 2 looks foram confeccionados e apresentados em desfile. Esses looks transmitem a essência da coleção, trazendo leveza, conforto e bem estar para as mulheres com quadril largo.

**Palavras-Chave:** Desenvolvimento de Coleção. Biotipos. Quadril Feminino.

### 1 INTRODUÇÃO

A partir de observações empíricas nota-se que muitos produtos do vestuário atendem somente uma parcela da população, muitas vezes não adequados aos mais variados corpos, formas e personalidades. Têm-se a padronização de peças em relação a modelagem, com uma tabela de medidas muito restrita e que não traduz a realidade da maioria da população brasileira, como mostra o estudo *SizeBR* (BASTOS, 2013).

Em virtude disso, muitas pessoas têm dificuldade em encontrar peças que valorizem seu corpo e que sejam confortáveis, já que não se adequam às roupas

---

<sup>1</sup> Artigo científico elaborado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, pelo Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. Apresentado no dia 19 de Novembro de 2019

<sup>2</sup> Discente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: alves.regina.camila@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador. Docente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: elen.makara@ifsc.edu.br

existentes no mercado. Destaca-se, as dificuldades desta autora e de mulheres próximas que possuem quadril largo. Com isso, busca-se neste artigo solucionar essas questões e trazer bem estar ao vestir para o público de mulheres brasileiras com quadril largo, mostrando ao mercado que existe um grande nicho de consumidores com esse perfil e biotipo.

O objetivo geral deste artigo é desenvolver uma coleção de moda inspirada na cidade do Rio de Janeiro, para mulheres com quadril largo. Os objetivos específicos deste artigo são: 1) Compreender o biotipo que se refere ao corpo feminino com quadril largo; 2) Desenvolver uma coleção de moda composta por 10 looks; 3) Confeccionar 2 looks e apresentar em um desfile.

Para tema geral para os artigos de Trabalho de Conclusão de Curso do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, foi determinado o tema geral Manifesto Criativo, uma macrotendência indicada pela WGSN (2018), empresa de previsão de tendências, como sendo a tendência do ano de 2019. Uma das bases dessa macrotendência é o desconforto, que, neste caso, conectou-se ao problema deste artigo, que é a dificuldade que mulheres com quadril largo têm de encontrar peças que valorizem seu corpo e que sejam confortáveis.

Ao pensarmos neste público-alvo como sendo um segmento em potencial, podemos enfatizar a necessidade de uma assistência maior para esses consumidores, como marcas focadas nas modelagens mais amplas e confortáveis para vestir o quadril largo. Com isso, as empresas teriam a fidelização dos clientes, já que os produtos seriam mais adequados aos consumidores.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Neste tópico apresentam-se a fundamentação teórica deste artigo, como o tema de coleção, os biotipos, o projeto SizeBR e a usabilidade e agradabilidade.

### **2.1 Tema de coleção**

Como tema geral para as coleções, foi proposta a macrotendência Manifesto Criativo, que foi apontada como a tendência de 2019 pela WGSN (2018), empresa de previsão de tendências. De acordo com a WGSN, um dos pontos mais importantes para essa macrotendência é o desconforto, principalmente em momentos de incertezas políticas e econômicas, em que torna-se necessário sair da zona de conforto para que surjam novas ações. Ressaltam ainda, que para as pessoas criativas, se torna essencial estimular a saída da zona de conforto, revigorando e impulsionando negócios e design.

Dentro desse nicho da macrotendência Manifesto Criativo, o desconforto em relação às modelagens atuais, que não trazem bem estar ao consumidor, pode-se conectar com o problema deste artigo, que é a dificuldade em encontrar peças que se adequem as mulheres com quadril largo. Já pensando que o público-alvo desta coleção são mulheres com quadril largo, pensou-se como subtema de coleção as curvas da Cidade Maravilhosa, Rio de Janeiro, e da Mulher Brasileira, surgindo assim o subtema “Curva à la Brasileira”. Com isso, destaca-se a utilização da criatividade e do design para solucionar essa questão do desconforto da modelagem, aliado aos elementos visuais do subtema que inspiram a criação de modelos para coleção.

## **2.3 Biotipos**

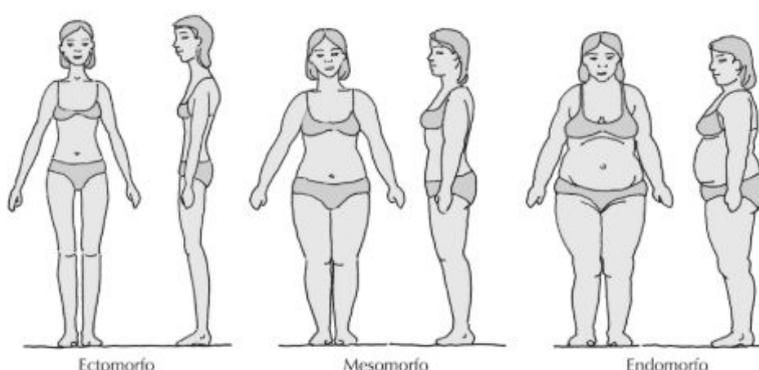
Os biotipos são classificações utilizadas para distinguir características em comum, nesse caso, as formas corporais. Segundo o Dicionário Aurélio (2010, p. 105) biotipo significa “conjunto de indivíduos cujos patrimônios genéticos muito se assemelham.” Em relação aos biotipos corporais, apresenta-se neste artigo 3 classificações que contribuem para o desenvolvimento deste trabalho.

### **2.3.1 Três Biotipos de Sheldon (1940)**

William Sheldon realizou uma pesquisa extensa e significativa, sendo que

suas constatações são utilizadas até hoje. Em 1940, ele realizou um estudo com 4 mil estudantes norte-americanos, levantando dados antropométricos e fotografando os participantes de frente, costas e perfil. Analisando esses dados, ele definiu três biotipos básicos, cada qual com seus traços dominantes: ectomorfo, mesomorfo e endomorfo (SHELDON, 1940 *apud* IIDA; GUIMARÃES, 2016). A figura 1 na sequência demonstra as composições corporais classificadas por Sheldon.

Figura 1 - Os três tipos básicos do corpo humano



Fonte: Iida e Guimarães (2016).

O quadro 1 a seguir apresenta as características desses três tipos físicos, onde as comparações podem ser vistas principalmente pela concentração de gordura e a musculatura de cada biotipo.

Quadro 1 - Biotipos por William Sheldon (1940)

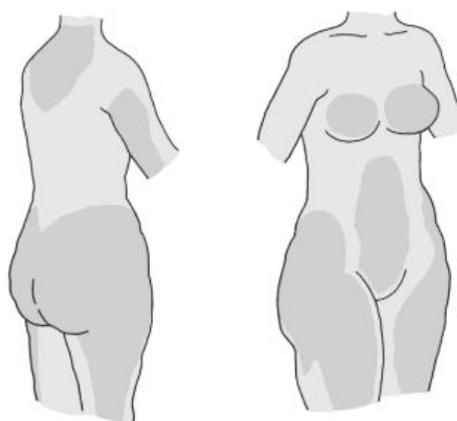
Biotipos	Tipo Físico	Características
Ectomorfo	Formas Alongadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Corpo e membros longos e finos, ombros largos e caídos</li> <li>- Mínimo de gordura e músculos</li> <li>- Pescoço fino e comprido, rosto magro, queixo recuado e testa alta</li> <li>- Abdômen estreito e fino</li> </ul>
Mesomorfo	Musculoso com Formas Angulosas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membros são musculosos e fortes, ombros e peitos largos</li> <li>- Pouca gordura subcutânea</li> <li>- Cabeça cúbica e maciça</li> <li>- Abdômen pequeno</li> </ul>
Endomorfo	Formas Arredondadas e Macias	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Corpo em forma de Pera (alargando-se de cima para baixo)</li> <li>- Grandes depósitos de gordura</li> <li>- Braços e pernas curtos e flácidos</li> <li>- Ombros e cabeça arredondados, ossos pequenos e pele macia</li> <li>- Corpo com baixa densidade</li> <li>- Abdômen grande e cheio, tórax pequeno</li> </ul>

Fonte: Autora com base na pesquisa realizada em Iida e Guimarães (2016).

Ao analisarmos o quadro 1 e a figura 1, podemos notar que grande parte da população não possui exclusivamente um biotipo físico, principalmente, porque essa classificação leva muito em conta o acúmulo de gordura. Nas mulheres, esse acúmulo se quantifica no quadril, como apresentado na figura 2.

As mulheres têm uma maior quantidade de gordura *subcutânea*, que é a responsável pelas suas formas arredondadas. Esta se localiza também nas coxas e nas glândulas mamárias. A maior parte dessa gordura concentra-se entre a bacia e as coxas. (IIDA; GUIMARÃES, 2016, p. 188)

Figura 2 - Áreas de acúmulo de gordura nas mulheres



Fonte: Iida e Guimarães (2016).

### 2.3.2 Cinco Biotipos de Aguiar (2003)

A autora Titta Aguiar (2003) traz de maneira simples e explicativa os tipos físicos em seu livro “Personal Stylist: guia para consultores de imagem”. Ela ressalta que várias pessoas podem usar o mesmo número de roupa, mas podem ter formatos diferentes de corpos, principalmente se forem levados em conta fatores como a etnia, miscigenação e a mudança do corpo com o avanço da idade. Também acrescenta que dificilmente encontram-se pessoas com formas perfeitas, mas define cinco biotipos principais: Ampulheta, Triângulo Invertido, Triângulo, Retângulo e Oval, como demonstram a figura 3.

Figura 3 - Os cinco biotipos por Titta Aguiar (2003)



Fonte: Menegucci, Carvalho e Iô (2017).

Segundo Aguiar (2003), classificar o corpo auxilia o consumidor a escolher o que melhor lhe favorece, utilizando peças que equilibrem o formato de cada biotipo, trazendo simetria para o *look*. Neste caso, além da classificação corporal, a autora complementa com informações de moda e imagem visual, com o objetivo de harmonização em relação a cada tipo físico, como apresentado no quadro 2.

Quadro 2 - Biotipos por Titta Aguiar (2003)

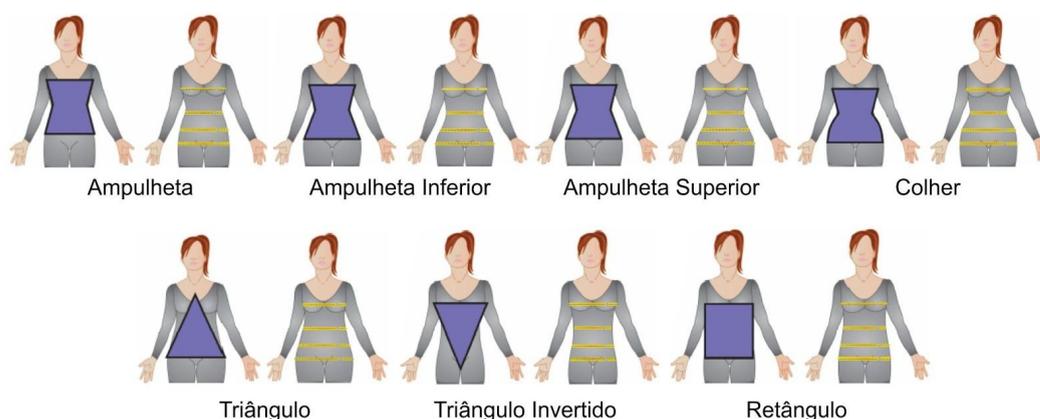
Biotipo	Silhueta (Características)	Objetivo (Harmonização)
Ampulheta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ombros e quadril da mesma largura</li> <li>- Cintura bem definida</li> <li>- Costas largas</li> <li>- Coxa volumosa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minimizar a coxa</li> <li>- Valorizar a cintura fina</li> <li>- Disfarçar o busto para não parecer muito volumoso</li> </ul>
Triângulo Invertido	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muito busto</li> <li>- Ombros largos</li> <li>- Quadril estreito</li> <li>- Pernas finas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Balancear o volume entre os ombros e o quadril</li> </ul>
Triângulo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quadril e coxas maiores que os ombros</li> <li>- Ombros estreitos</li> <li>- Quadril largo, coxas volumosas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Esconder o quadril largo e a coxa volumosa</li> <li>- Aumentar a largura dos ombros</li> <li>- Chamar a atenção para a parte de cima do corpo para chegar a um equilíbrio</li> </ul>
Retângulo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cintura não-definida</li> <li>- Harmonia das medidas do ombro e do quadril</li> <li>- Braços e pernas finas em relação ao corpo</li> <li>- Poucas curvas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criar a ilusão de uma falsa cintura</li> </ul>
Oval	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Corpo de formas arredondadas</li> <li>- Volume nos quadris, cintura e busto, com barriga proeminente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criar uma linha que alonga</li> <li>- Chamar atenção para o rosto e os ombros</li> </ul>

Fonte: Autora com base na pesquisa realizada em Aguiar (2003).

### 2.3.3 Sete Biotipos Lee *et al.* (2007)

No projeto *SizeBR* (2013) utilizou-se os critérios do estudo denominado “*Comparison of body shape between USA and Korean women*” de tradução nossa, “*Comparação da forma corporal entre as mulheres estadunidense e as coreanas*”. Neste estudo, os autores (LEE *et al.*, 2007 apud BASTOS; SABRÁ, 2014) utilizaram as medidas dos projetos *Size USA* e *Size Korea*, realizando uma comparação entre os dados. Para essa comparação, foram utilizadas quatro medidas corporais e a fim de se definir um biotipo, sendo elas: circunferência do busto, circunferência da cintura, circunferência do quadril e circunferência do quadril alto. Com essas medidas, criou-se uma equação matemática que determina sete tipos corporais demonstrados na Figura 4.

Figura 4 - Os sete biotipos corporais de Lee *et al.* (2007)



Fonte: Autora com base na pesquisa realizada em Bastos e Sabrá (2014).

No quadro 3, têm-se a explicação sobre os sete biotipos, de acordo com Bastos e Sabrá (2014), onde demonstram-se a aplicação das equações de acordo com as características corporais de cada biotipo.

Quadro 3 - Biotipos por Lee et al. (2007)

Biotipos	Descrição
Hourglass (Ampulheta)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pequena diferença entre as circunferências do tórax e do quadril</li> <li>- Razões tórax-cintura e quadril-cintura são praticamente iguais e significativas</li> <li>- Aparência de ser proporcional no tórax e no quadril</li> <li>- Cintura bem marcada</li> </ul>
Bottom Hourglass (Ampulheta Inferior)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definido a partir das circunferências do tórax, da cintura, do quadril e do quadril alto</li> <li>- Razões tórax-cintura e quadril-cintura significativas</li> <li>- Apresenta um quadril maior do que o tórax</li> <li>- Cintura marcada</li> </ul>
Top Hourglass (Ampulheta Superior)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definido quando apresentar a circunferências do tórax maior que a circunferências do quadril</li> <li>- Razões tórax-cintura e quadril-cintura significativas</li> <li>- Cintura marcada</li> </ul>
Spoon (Colher)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definido utilizando as circunferências do tórax, da cintura, do quadril e do quadril alto</li> <li>- Razão tórax-cintura menor que a apresentada no biótipo ampulheta</li> <li>- Diferença positiva entre as circunferências do quadril e do tórax</li> <li>- Valor alto na razão quadril alto-cintura</li> </ul>
Triangle (Triângulo)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definido quando a circunferência do quadril for maior que a circunferência do tórax</li> <li>- Razão quadril-cintura pequena</li> <li>- Tem o quadril bem maior que o tórax sem ter uma cintura marcada</li> <li>- É diferente do biótipo ampulheta inferior, pois não leva em consideração a razão tórax-cintura.</li> </ul>
Inverted Triangle (Triângulo Invertido)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definido quando a circunferências do tórax for maior que a circunferência do quadril</li> <li>- Razão tórax-cintura pequena</li> <li>- Não considera a razão quadril-cintura como é considerado no biótipo ampulheta superior.</li> <li>- Não tem uma cintura marcada</li> </ul>
Rectangle (Retângulo)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definido quando as circunferências do tórax e do quadril são aproximadamente iguais</li> <li>- Razões tórax-cintura e quadril-cintura com valores baixos</li> <li>- O tórax, a cintura e o quadril estão alinhados uns com os outros</li> <li>- Linha de cintura não muito marcada</li> </ul>

Fonte: Autora com base na pesquisa realizada em Bastos e Sabrá (2014).

Ao explorarmos as 3 classificações de biotipos apresentados acima, pode-se analisar que em relação aos biotipos definidos por Sheldon (1940), as mulheres com quadril largo podem apresentar o corpo ectomorfo, mesomorfo ou endomorfo, por se tratar de uma classificação que leva em conta principalmente o acúmulo corporal e não tanto as formas corporais. Em relação ao apresentado por Aguiar (2003), o biótipo que se adequa para mulheres com quadril largo é o triângulo. Com relação ao apresentado por Lee et. al. (2007), existem 2 biotipos que destacam o quadril largo, que são o colher e o triângulo. Por ter uma precisão na forma de classificação, escolheu-se trabalhar com os biotipos apresentados por Lee et. al. (2007), que para o corpo com quadril largo são o colher e o triângulo.

## 2.4 Projeto *SizeBR*

Os corpos femininos são notadamente muito diversos, seja na altura, no peso, na composição corporal e nas medidas. Através dos dados corporais, muitas empresas criam suas tabelas de medidas e utilizam modelos de prova para produzir seus produtos, contratando mulheres de várias idades e biotipos corporais para servirem de suporte para o seu desenvolvimento e, conseqüentemente, para suas tabelas de medidas. Com os dados de medidas corporais, criam seus padrões corporais, servindo como base para suas modelagens e tamanhos das peças, repassando a toda sua cadeia produtiva. Esse procedimento acontece cada vez que um novo público-alvo é atingido, ou seja, para destrinchar as formas corporais desse consumidor. Muitas empresas utilizam medidas prontas, formas corporais de outros países e provam em seus funcionários as peças desenvolvidas. (BASTOS; SABRÁ, 2014).

Em relação aos tamanhos, nota-se uma variação das medidas nas peças, sendo que até mesmo dentro da mesma marca, por vezes ocorrem variações. Essa prática muitas vezes ocorre no mercado para agradar o cliente, com produtos de diferentes tamanhos, que vestem um mesmo corpo, alterando as medidas das peças mas mantendo uma classificação na etiqueta. Desse modo, as empresas agradam seus consumidores que não aceitam ter modificado seu manequim e conseqüentemente procuram roupas maiores, mas com etiqueta de tamanho menor (BASTOS et al. 2014).

Identificadas essas dificuldades, a instituição SENAI CETIQ decidiu realizar o projeto *SizeBR*, para estudar as formas corporais das mulheres brasileiras a fim de desenvolver tabelas de medidas padronizadas para atender a indústria do vestuário. Este estudo foi realizado de forma regional, descrevendo as etnias que formaram a população de cada região e as características como de espaço, consumo, clima e vegetação. (BASTOS; SABRÁ, 2014).

Por termos um país continental e uma forte miscigenação de raças, naturalmente surgiram com esse estudo diversas formas corporais, espalhadas

pelas cinco regiões do país. Este estudo teve o total de 4,133 participantes, sendo que na região norte foram medidas 232 mulheres, na região nordeste 363, na região centro-oeste 35, na região sul 132 e na região sudeste 3,416. Com esse projeto pôde-se apresentar informações e fazer comparações, como em relação à transformação corporal ao longo do tempo, sendo discriminada por faixa etária (BASTOS; SABRÁ, 2014). Com os dados coletados nessa pesquisa, os autores fizeram algumas conclusões, em especial sobre a região sul:

[...] esse estudo só se justifica se for feito de forma regional, assim foram apresentados resultados que mostraram a grande diferença da forma corporal da mulher da região sul em relação a forma das mulheres das outras regiões. No caso as mulheres da região sul apresentaram corpos curvilíneos e com cintura definida (BASTOS; SABRÁ, 2014, p. 18).

Por temos essa variedade imensa de medidas e variados biotipos analisados, esse estudo constatou que a forma do corpo das mulheres varia conforme a raça e a região. Com isso, torna-se praticamente impossível uma padronização medidas nacional, sendo assim, tornando-se necessário desenvolver uma tabela de medidas corporal, de acordo com os biotipos já mencionados, para que assim, consiga atender as especificidades de um determinado nicho populacional (BASTOS; SABRÁ, 2014).

Essa pesquisa demonstra que existe uma variedade de medidas e biotipos corporais na população brasileira, sendo difícil padronizar medidas e modelagens. Com isso, demonstra-se a necessidade de uma coleção de moda focada em um determinados biotipos, e no caso deste artigo, os biotipos colher e triângulos propostos por Lee et. al. (2007) que remetem as mulheres com quadril largo.

## **2.5 Usabilidade e Agradabilidade**

Para um melhor desenvolvimento de peças confortáveis, devemos utilizar os estudos na área da usabilidade como contribuição teórica para as questões de desconforto. Segundo Lida e Guimarães (2016, p. 258) “usabilidade (*usability*) significa eficiência, facilidade, comodidade e segurança no uso dos produtos [...]”. Com a usabilidade, pretende-se que um produto ou serviço tenha boa interação com

o consumidor, seja por meio do conforto ou sua eficiência. Entretanto, não depende apenas do produto para que essas percepções sejam completas, mas também das circunstâncias em que esse produto será empregado, dos objetivos de uso, tarefas e do ambiente em que esse produto será utilizado (IIDA; GUIMARÃES, 2016).

Agregando aos conteúdos de usabilidade, que conforme citado anteriormente buscam melhorar a funcionalidade, segurança e conforto dos produtos, podemos adicionar a agradabilidade (*pleasurability*) que busca o prazer em relação às características dos produtos, transformando a percepção de um nível físico/fisiológico para um nível psicológico/emocional. A agradabilidade pretende proporcionar valor visual e figurado ao consumidor, abrangendo os fatores estéticos, como a combinação de cores, materiais, texturas, acabamentos e movimentos; e fatores simbólicos, com a identificação do produto com as etnias, classes, grupos e valores sociais, status e religião. Pode trazer também lembranças de momentos importantes e felizes para o indivíduo, fazendo com que assim, o produto seja marcante, atraente e desejável aquele consumidor (IIDA; GUIMARÃES, 2016).

Segundo Iida e Guimarães (2016) a união da usabilidade com a agradabilidade só contribui para o desenvolvimento de produtos. Alterações no produto de modo físico, como as dimensões, formas, cores, resistência, pesos e materiais, fazem com que o produto seja melhor adaptado às características e necessidades do usuário ou de um grupo de usuários com suas peculiaridades. O quadro 4 demonstra as contribuições da usabilidade e agradabilidade, expondo suas particularidades e diferenças.

Quadro 4 - Usabilidade e Agradabilidade por Iida e Guimarães (2016)

Usabilidade	Agradabilidade
Focaliza a questão prática do uso	Focaliza as preferências e gostos pessoais
Baseia-se na biomecânica e cognição	Baseia-se nas reações emocionais
Enfatiza a facilidade de uso	Enfatiza o prazer no uso
Analisa os modos de falhas e erros	Analisa os modos de prazer
Não considera os aspectos emocionais	Considera emoção como qualidade do projeto

Fonte: Iida e Guimarães, 2016.

As características da usabilidade e da agradabilidade agregaram para o desenvolvimento deste artigo, e conseqüentemente, da coleção de moda. Houve uma junção das contribuições da usabilidade e agradabilidade na coleção, por prezar tanto pelo conforto quanto pelo valor estético, buscando a facilidade e o prazer no uso de um produto.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Neste tópico são apresentadas as bases metodológicas utilizadas no desenvolvimento deste artigo e da coleção de moda.

#### **3.1 Metodologia da pesquisa**

Como base para o desenvolvimento deste trabalho, através da Metodologia de Pesquisa, utilizou-se os conceitos de Gil (2017), expostos no livro “Como elaborar projetos de pesquisa”. Diante disso, classificou-se:

Em relação à natureza: é uma pesquisa aplicada, pois ao pesquisar referências teóricas sobre os biotipos, analisar o público-alvo e verificar suas dificuldades, criou-se uma coleção de moda para suprir suas necessidades. Ao final, foi testado e confeccionado dois modelos, trazendo para a prática esta pesquisa realizada.

Em relação à abordagem: classifica-se como qualitativa, por utilizar o método indutivo, partindo de observação particular, para assim, investigar as necessidades de mulheres com quadril largo, estudando suas particularidades e experiências individuais, a fim de compreender e buscar sua resolução.

Em relação ao objetivo: trata-se de uma pesquisa exploratória, por meio de levantamento bibliográfico específico e entrevista com indivíduos que possuem queixas em relação ao problema deste artigo, que é a dificuldade em encontrar peças que se adequem as mulheres com quadril largo, trazendo informações que

contribuíssem com o desenvolvimento da coleção e para modelagens adequadas.

Em relação aos procedimentos técnicos: os procedimentos técnicos desta pesquisa foram realizados em 3 etapas. Iniciou-se na etapa 1, que compreende ao levantamento bibliográfico, referente aos temas apresentados na fundamentação teórica. Ao realizar a pesquisa bibliográfica, teve-se base para o início da etapa 2, que compreende o desenvolvimento do book de coleção, que as fases estão melhor detalhadas no item 3.2 sobre a metodologia de projeto de produto. Após realizar a conclusão do book de coleção, inicia-se a etapa 3, que foi materialização e apresentação, na qual foram confeccionadas as modelagens, sejam elas planas ou tridimensionais, avaliadas e encaminhadas para a prototipagem. Após a aprovação do protótipo, as peças foram confeccionadas para apresentação em desfile. As etapas podem ser visualizadas no quadro 5.

Quadro 5 - Etapas da Metodologia de Pesquisa

Natureza	Aplicada		
Abordagem	Qualitativa		
Objetivo	Exploratório		
Procedimentos Metodológicos	Etapa 1 Fundamentação Teórica	Etapa 2 Desenvolvimento do Book de Coleção	Etapa 3 Materialização e Apresentação

Fonte: Autora com base na pesquisa realizada em Gil (2017).

### 3.2 Metodologia do projeto de produto

Para o desenvolvimento da coleção utilizou-se a metodologia de design de Treptow (2013). A autora ressalta que o objetivo dessa metodologia é “oferecer uma proposta de organização de etapas adaptadas a partir do processo de design, do desenvolvimento de produto, considerando estratégias de marketing e produção” (TREPTOW, 2013, p. 90). A metodologia de Treptow (2013) utilizada neste artigo se divide em 5 blocos, sendo eles: pesquisa em moda, planejamento, design, desenvolvimento e promoção. O quadro 6 demonstra as atividades realizadas com base na metodologia de Treptow (2013).

Quadro 6 - Etapas Realizadas da Metodologia de Projeto de Produto

Etapas Treptow (2013)	Atividades Realizadas
Pesquisa em Moda	Pesquisa de comportamento do Público-Alvo e elaboração de painel e texto
	Pesquisa de Tendências e elaboração de painel e texto
	Pesquisa de Tema de Coleção e elaboração de painel e texto
Planejamento	Cronograma de Coleção
	Mix de Produtos e Dimensão da Coleção
Design	Cartela de cores e harmonias e texto explicativo
	Cartela de tecidos e aviamentos e texto explicativo
	Esboços e desenho de moda
	Desenho técnico
	Desenho de bordado
Desenvolvimento	Modelagem e prototipagem
	Ficha técnica
	Produção
Promoção	Lançamento e divulgação via rede social (instagram)
	Desfile

Fonte: Autora com base na pesquisa realizada em Treptow (2013).

## 4 BOOK DE COLEÇÃO

Neste tópico são apresentadas as etapas que compreendem no book de coleção, que são fundamentais para o devido desenvolvimento de uma coleção de moda.

### 4.1 Subtema/Conceito de coleção

Segundo Treptow (2013, p. 83) “tema é a história, o argumento, a inspiração de uma coleção.” De acordo com essa definição, o tema escolhido são as curvas da Cidade Maravilhosa, Rio de Janeiro. O pão de açúcar, o calçadão de Copacabana, e um corpo curvilíneo de uma mulher são os elementos principais do painel de tema, apresentado na figura 5.

De acordo com Seivewright (2015, p. 46) “o tema ou conceito é a essência de uma boa coleção, pois é o que a torna única e pessoal.” Partindo desse princípio, a essência da coleção refere-se a valorização das curvas acentuadas da mulher

brasileira, buscando aceitação e valorização das suas formas, em especial o quadril. Esses pontos turísticos do Rio de Janeiro, como o pão de açúcar e as famosas calçadas, que são um símbolo do nosso país, foram associados ao corpo da mulher curvilínea como forma de mostrar sua importância e sua pluralidade perante aos corpos padronizados da população brasileira.

Figura 5 – Painel de Subtema/conceito de Coleção



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

#### **4.2 Lifestyle do público-alvo da coleção**

Para Treptow (2013, p. 46) “mercado-alvo é o grupo de consumidores e compradores potenciais para um determinado produto [...]”. Com isso, o público-alvo desta coleção é uma mulher dona do seu tempo, e de sua vida, que luta por seus objetivos, mas que muitas vezes não encontra um aliado para seus desafios: uma roupa que valorize seu corpo e que mostre a sua identidade. Essa mulher que tem uma vida movimentada, com trabalho, estudos, vida social e lazer, busca peças que acompanhe sua rotina e que valorize seu corpo, como demonstrado na figura 6.

“Ter uma musa ou cliente específico em mente permite que você use essa pessoa como referência na hora de criar a coleção.” (SEIVEWRIGHT, 2015, p. 30). Baseando-se nisso, escolheu-se trabalhar com uma musa como referência para facilitar a pesquisa e compreensão do público-alvo. A pessoa de referência foi Marisete Alves da Silva, que se enquadra no biotipo triângulo, por possuir quadril largo. Em entrevista constante no Apêndice A, ela acrescenta dados de sua rotina pessoal e como consumidora de moda. Sua rotina compreende seu trabalho em horário comercial, onde é coordenadora administrativo em uma confecção. Nos momentos de lazer, no período noturno ou nos finais de semana, frequenta bares e restaurantes, cinema, praia, shopping, eventos sociais da cidade de Gaspar/SC e reuniões entre amigos e família.

Em relação ao seu vestuário, destaca que valoriza e prioriza a qualidade, o conforto e o preço na escolha de suas roupas. Relata que procura por modelagens não muito justas e que disfarçam algumas partes do corpo. Acrescenta também que uma de suas frustrações na escolha de um produto do vestuário são que as peças como vestidos e saias ficam muito justas no quadril.

Figura 6 – Painel de *Lifestyle*



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

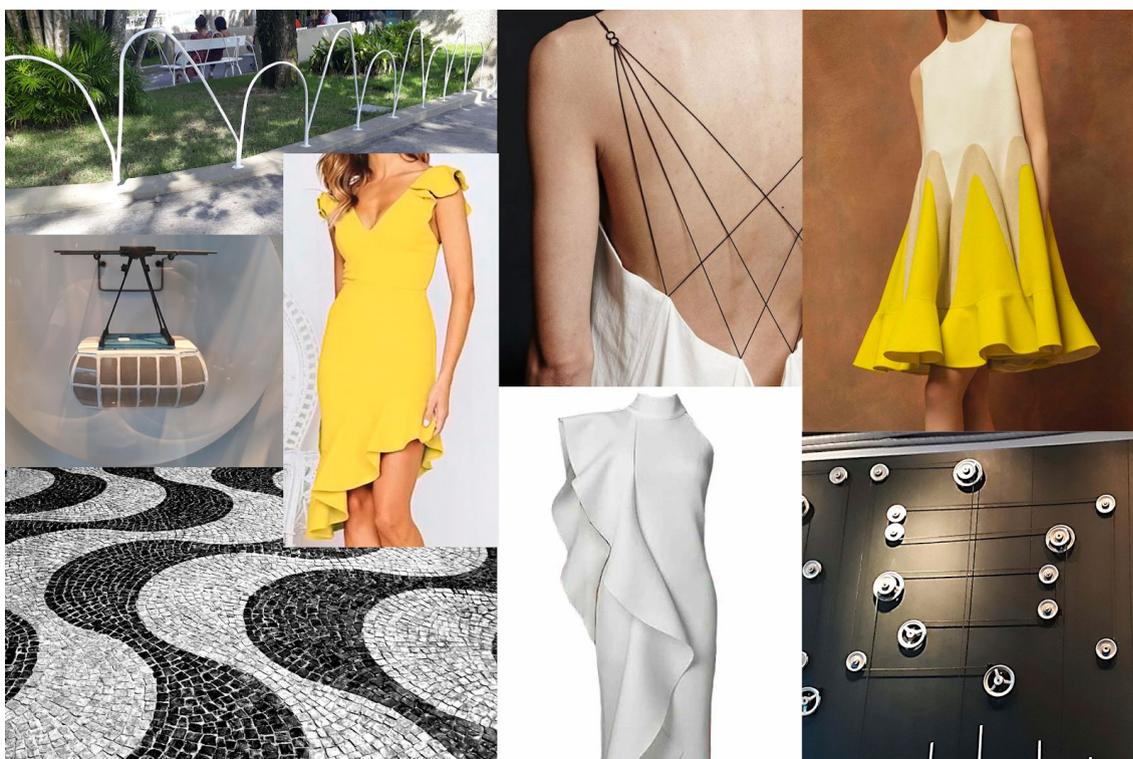
### 4.3 Parâmetros da coleção

O mundo a nossa volta influencia nossas escolhas, conseqüentemente no desenvolvimento de uma coleção.

Como designer, é importante explorar o ambiente e perceber que tudo o que acontece à sua volta tem potencial para se transformar em pesquisa. Portanto, a capacidade de viajar também deve ser uma etapa importante no processo de investigação (SEIVEWRIGHT, 2015, p. 58).

Partindo desse conceito, em viagem realizada ao Rio de Janeiro, em particular a visita ao Bondinho do Pão de Açúcar, realizou-se a coleta de elementos visuais que representam esse ponto turístico, mas com olhar diferenciado, buscando em objetos comuns e em peças de exposição uma fonte de inspiração. Sendo assim, engrenagens viraram botões, cabos de aço tornaram-se alças de vários modelos, e a bela paisagem serviu de inspiração para as curvas presentes em babados e recortes ondulados, como apresentado na figura 7.

Figura 7 – Painel de Parâmetros



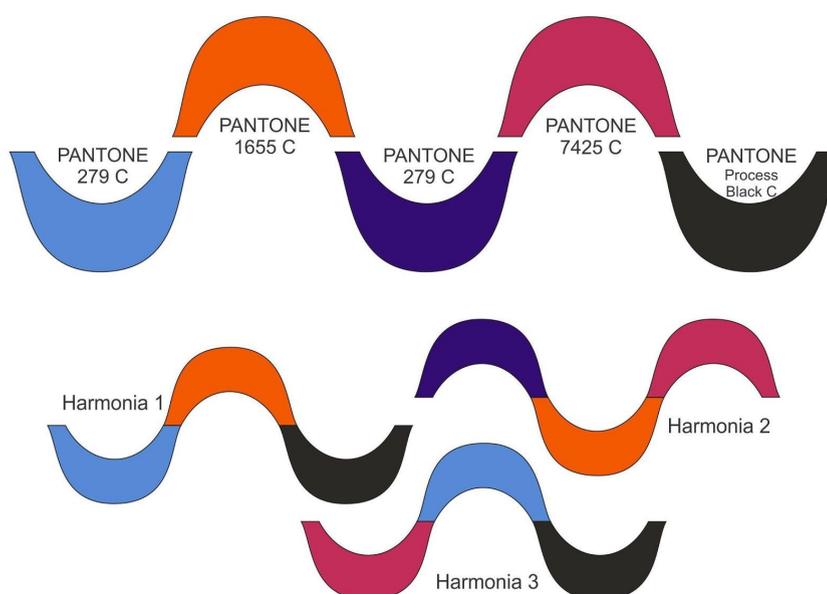
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

#### 4.4 Cartela de cores e Harmonias da coleção

As cores são um ponto importante no desenvolvimento de uma coleção, muitas vezes, se torna o primeiro elemento a ser notado no design de um produto, e afeta a percepção que se têm da peça ou da coleção. A cor das roupas traduz personalidade, caráter e gosto, mas também podem transmitir inúmeras mensagens significativas que traduzem a cultura e o status social de quem usa. (SEIVEWRIGHT, 2015). Por isso, os tons escolhidos nesta coleção buscam transmitir a aceitação e valorização do corpo feminino, trazendo alegria, entusiasmo e autoestima a quem as vestir.

Segundo Treptow, (2013, p. 108) “a cartela de cores de uma coleção deve ser composta por todas as cores que serão utilizadas, incluindo preto e branco. A cartela deve reportar ao tema escolhido para a coleção.” Com essa definição, a cartela de cores, apresentada na figura 8, foi baseada no Painel de Tema (Figura 5), que conta com tons de azul, roxo, rosa e laranja, além do predominante preto que caracteriza a sombra da bela paisagem.

Figura 8 – Cartela de Cores e Harmonias



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

#### 4.5 Tecidos e Aviamentos da coleção

Os tecidos são a base do desenvolvimento de uma coleção, sendo através deles que a ideia do designer se transforma em produto do vestuário (TREPTOW, 2013). Por isso, os tecidos escolhidos buscam demonstrar sutileza, bom caimento e estilo ao se vestir, pensando sempre no que o público-alvo gostaria de encontrar em um produto de moda. De acordo com Treptow (2013, p. 119) “a seleção de tecidos deve considerar a estação do ano e o tipo de produto a que se destina” (TREPTOW, 2013, p. 119). Diante disso, os tecidos escolhidos para essa coleção foram pensados para épocas mais quentes do ano, como a Primavera e Verão. Com isso, buscou-se tecidos finos e frescos, como o Crepe Bubble, e tecidos mais espessos que continuassem com leveza e bom caimento, como é o caso do Crepe Alfaiataria e a Chambray, demonstrados na figura 9.

Os aviamentos se tornam essenciais para a confecção de uma peça do vestuário, sendo que esses materiais são um complemento para o tecido-base. (TREPTOW, 2013). Em relação a isto, os aviamentos escolhidos buscam compor funções essenciais para o funcionamento da peça, como fechar, abotoar e franzir. Em alguns casos, tem o valor estético agregado, como nos botões e correntes e aplicações de lantejoulas, expostos na figura 10.

Figura 9 – Cartela de Tecidos



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 10 - Cartela de Aviamentos

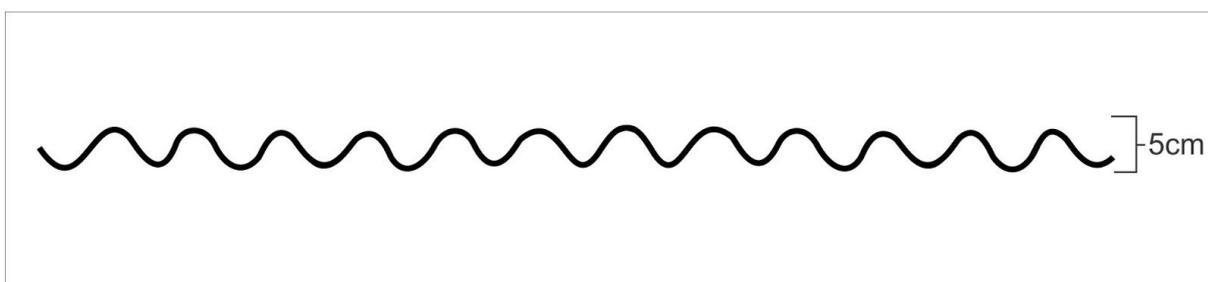


Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

#### 4.6 Design Têxtil da coleção

Como design têxtil desta coleção, a aplicação de fita de lantejola foi a técnica escolhida. De acordo Seivewright (2015, p. 22) “Os acabamentos de superfície podem ser aplicados a um tecido ou a uma peça de roupa para mudar sua aparência e toque, e talvez refletir a fonte inspiradora.” O design têxtil dessa coleção foi pensado para compor o design de peça, de forma sutil e delicada, utilizando um bordado retilíneo simples, mas que traduz a essência da coleção, como demonstrado na figura 11.

Figura 11 - Aplicação de Fita de Lantejola



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

#### 4.7 Mix de produtos

Para Treptow (2013, p. 95) “o mix de produtos refere-se à variedade de produtos oferecidos por uma empresa.” Para a autora, o mix contribuí para variar a criação de peças e artigos dentro de uma coleção de moda.

De acordo com essas referências, o mix escolhido para essa coleção foi definido em 10 looks, sendo 5 looks conceituais e 5 looks comerciais, apresentados com mais exatidão no Apêndice B.

#### 4.8 Coleção

Para Seivewright (2015), coleção é um grupo de peças de roupas criadas com algum aspecto em comum, como cores ou formas. Partindo desses conceitos, essa coleção de moda foi criada para suprir a necessidade de mulheres com quadril largo, que têm dificuldade em encontrar peças confortáveis e com valor estético. Inspirada nas formas curvilíneas da cidade do Rio de Janeiro, principalmente no Pão de Açúcar e no Calçadão de Copacabana, essa coleção traz recortes e detalhes ondulados, buscando assim representar o tema e o corpo curvilíneo das mulheres com quadril largo. A figura 12 apresenta os 10 looks desenvolvidos para coleção e destaca o look escolhido para a materialização e explicação neste artigo. O apêndice D demonstra as famílias da coleção e o apêndice E os looks ampliados.

Figura 12 – Mapa da Coleção

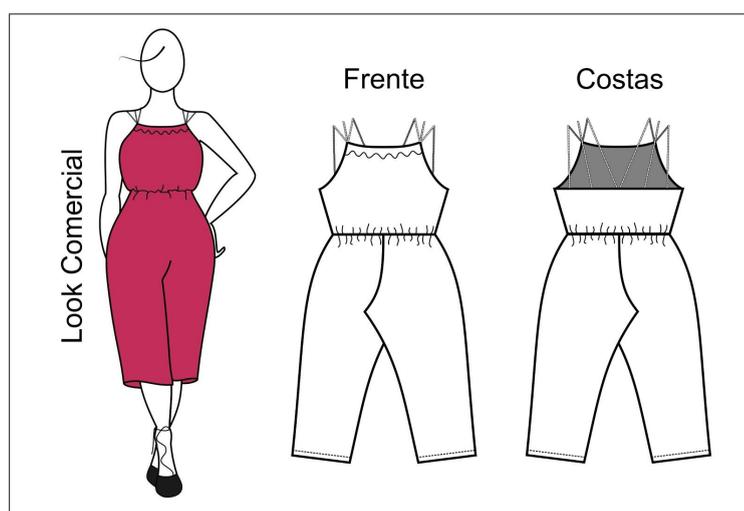


Fonte: Elaborado pela autora (2019).

## 5 MATERIALIZAÇÃO

Para a materialização dessa coleção apresentada neste artigo, foi escolhido um look comercial os dez desenvolvidos. O look comercial é composto por um macacão pantacourt de cor rosa, com aplicação de fita de lantejola de no decote e alças pretas em correntes, conforme figura 13.

Figura 13 - Croqui e Desenho Técnico do Look Materializado



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

### 5.1 Look Comercial

Neste tópico são apresentadas a produção do look comercial, que compreende a modelagem, costura e acabamentos. Por questões de cronograma, apesar 2 looks terem sido confeccionados e apresentados em desfile, neste artigo consta a explicação apenas do look comercial.

#### 5.1.1 Modelagem

A modelagem do look comercial foi realizada através do método de modelagem plana, utilizando as medidas pessoais da modelo Marisete, retiradas

com base no livro Modelagem Industrial Brasileira de Duarte e Saggese (2014). Porém, as metragens dessa modelo pouco se assemelham a tabela de medidas existente neste livro, oscilando entre os tamanhos do 46 ao 48. Com isso, teve-se que adequar as cálculos das construções das bases do corpo, utilizando os dados da modelo e formando uma base personalizada.

Realizada a construção das bases da parte superior e inferior do corpo, partiu-se para a interpretação do modelo, onde a base da perna foi alargada e encurtada para tornar-se uma pantacourt. Já na parte superior, foi desenhado o decote frente e costas e folgas para chegar na medida do quadril, a fim de facilitar o vestir pela parte inferior e franzir a cintura da peça com elástico.

Com as modelagens prontas partiu-se para o protótipo do look comercial, que foi confeccionado em tecido morim. Ao provar na modelo, notou-se que era necessário aumentar as medidas de gancho, quadril e decote frente, inserir uma pence no busto e diminuir as costas. Com essas alterações realizadas, o modelo tornou-se apto para as demais etapas.

### 5.1.2 Costura

A costura do look comercial ocorreu com facilidade, começando pelo fechamento das pences e limpezas dos contornos dos cortes em máquina overlock. Após, fez-se a união das partes em máquina reta, como pode-se ver em maiores detalhes a sequência operacional no Apêndice E.

### 5.1.3 Acabamentos

Os acabamentos do look comercial se deram por meio da aplicação de aviamentos. Primeiramente, foi realizada a marcação e colocação de ilhós na parte superior da peça, através do aparelho balancim. Após, posicionou-se a fita de lantejola com ajuda de alfinetes, para assim, pregá-la por meio de agulha de mão e linha, como apresentado na figura 15. Ao finalizar essas etapas, aplicou-se 6 correntes, 3 correntes para cada alça, que fazem a função de alças da peça.

Figura 14 - Acabamentos do Look Comercial



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

## 6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Ao finalizar a materialização do look podemos analisar o contexto em que essa peça foi desenvolvida. O look comercial escolhido para ser confeccionado é um macacão amplo no quadril e está de acordo com os biotipos triângulo e colher definidos por Lee et al. (2007), que englobam o público-alvo desta coleção. Por usar as medidas das modelos, foram respeitadas as formas corporais e os biotipos citados, produzindo modelagens adequadas para o quadril largo. Continuando com o bem estar do consumidor, as peças escolhidas trazem leveza, harmonia e conforto ao vestir, por serem pensadas em relação a usabilidade e agradabilidade, com base em Lida e Guimarães (2016). Esses looks não marcam ao corpo e são fáceis de vestir, além de trazerem um valor estético agregado, pelos detalhes em aviamentos empregados, e por ter uma peça pensada para o seu biotipo, as consumidoras podem ter aumentada a sua auto-estima ao ter uma roupa que enalteça seu corpo, traga liberdade e que mostre a sua personalidade.

Figura 15 - Look Comercial em Editorial



Fonte: Tais Rojas Urquizar (2019).

## 7 CONCLUSÃO

Este artigo teve como propósito o desenvolvimento de uma coleção de moda, a partir de uma problemática a ser resolvida, que neste caso foi a não adequação das roupas existentes no mercado às mulheres com quadril largo. Ao realizar as pesquisas que findaram na fundamentação teórica, pôde-se perceber a necessidade de uma maior compreensão e assistência do público-alvo em questão, que são as mulheres com quadril largo. Para isso, teve-se a criação de uma coleção para os biotipos triângulo e colher, inspiradas nas curvas da cidade do Rio de Janeiro. Ao analisar os modelos confeccionados, conclui-se que o objetivo proposto neste artigo foi atingido, por ter sido desenvolvidos modelagens confortáveis e peças propícias aos biotipos trabalhados, bem como, por apresentar detalhes que lembram a cidade do Rio de Janeiro.

A metodologia empregada neste artigo foi importante para o completo desenvolvimento das etapas de fundamentação teórica, desenvolvimento de book de coleção, materialização e apresentação da coleção. Com ela, pôde-se chegar a solução do problema deste artigo, que é a dificuldade em encontrar peças que se adequem as mulheres com quadril largo, e conseqüentemente, a criação do book e looks confeccionados.

Ademais, sugere-se que em próximos trabalhos sejam realizadas mais entrevistas ou questionários com o público-alvo, para entender ainda mais esse nicho em específico. Sugiro também a realização de artigos e/ou desenvolvimentos de coleções para os demais biotipos citados neste artigo.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Titta. **Personal Stylist**: guia para consultores de imagem. Ilustrações de Irene Maia e Renato Raga. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.

BASTOS, Sergio F.; SABRÁ, Flávio G. A forma do corpo da mulher brasileira. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE AND EXHIBITION ON 3D BODY SCANNING TECHNOLOGIES, 5., 2014, Lugano. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2014. p. 3-19.

BASTOS, Sergio F. *et al.* SizeBR: o estudo antropométrico brasileiro. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE AND EXHIBITION ON 3D BODY SCANNING TECHNOLOGIES, 4., 2013, Long Beach. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2013. p. 2.

DUARTE, Sonia; SAGGESE, Sylvia. **Modelagem Industrial Brasileira**. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora Guarda Roupas, 2014.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio**: o dicionário da língua portuguesa. 8. ed. Curitiba: Positivo, 2010.

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

IIDA, Itiro; GUIMARÃES, Lia Buarque de Macedo. **Ergonomia**: projeto e produção. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2016.

MENEGUCCI, Franciele; CARVALHO, Bernadete; IÔ, Vanessa M. **O estudo dos biotipos através da modelagem plana**. *In*: COLÓQUIO DE MODA, 13º, 2017, Bauru. **Anais**. Bauru: Unesp, 2017. p. 6.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e Design**. Porto Alegre: Bookman, 2015. (Fundamentos de design de moda)

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda**: Planejamento de Coleção. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

## APÊNDICE A – Entrevista Público-Alvo

Quadro 7 - Entrevista Marisete Alves da Silva

Nome	Marisete Alves da Silva
Idade	49 anos
Sexo	Feminino
Estado Civil	Casada
Tamanho/Características Físicas	Estatura mediana, peso normal com quadris largos, pele clara, cabelos claros, olhos claros
Rendimento/Classe Social	Classe Média
Escolaridade/Formação	Pós graduada
Local onde reside	Figueira, Gaspar
Clima predominante da região onde reside	Clima tropical, definido pelas estações
Profissão	Coordenadora Administrativo
Locais que frequenta	Bares e restaurantes, cinema, praia, shopping, eventos sociais da cidade e reuniões entre amigos e família
Atividades lazer	Viagens, passeios (barco, praia, montanha)
Temas de interesse, música, cinema, TV...	Música: eclética Cinema e TV: dramas e aventuras Leitura: romances e histórias reais
Lojas que consome produtos (roupas, maquiagens, acessórios, celular, equipamentos eletrônicos, automóveis etc.)	Lojas de roupa: FabrilCenter, Hering, Tutti Fruti, Wilson Modas, Sofis Maquiagem: Mary Kay e O Boticário Acessórios: Bolsas WJ, peças em ouro Calçados Arezzo, Picadilly, Beira Rio, Vizzano, Dakota Eletrônicos: Notebook Dell, Celular Motorola, TV Smart Samsung Automóvel: Honda Civic
Marcas de preferência de vestuário?	Hering, Renner, Polo Wear, Beagle, Empórium
O que valoriza e prioriza na escolha de um produto?	Qualidade, conforto e preço
Quais as principais motivações de compra de vestuário?	Compra por necessidade, em decorrência de algum evento ou mudança de estação.

Quais as frustrações na escolha de um produto de vestuário?	Quando o produto tem problema após lavagem (encolhimento, tingimento). Qualidade do produto Vestidos e saias ficam muito justas no quadril
Já participou de alguma pesquisa para indústria de confecção de vestuário?	Nunca.
Quais modelagens são mais procuradas?	Modelagens não muito justas, que disfarcem algumas partes do corpo.
Quais as cores que mais costuma comprar?	Branco, azul, bege, listras diversas, rosa claro e verde
Quais peças não podem faltar no guarda-roupa?	Calça Jeans, blusa básica e pretinho básico (vestido), camiseta.
O que não gosta de utilizar?	Não utiliza estampas fortes, roupas vulgares e muitos detalhes (pedrarias e acessórios), nem blusas pretas.
Detalhes diferentes que lhe agradam	Babados, decotes leves, recortes, lavagens diferentes, rasgados, macacões (não utiliza tanto por não encontrar opções leves e com cores sóbrias), lenços.

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

## APÊNDICE B - Mix de Produtos

Quadro 8 - Mix de Produtos

	Família 1 - Jeans				Família 2 - Tencel			Família 3 - Crepe		
Looks	Look 1	Look 2	Look 3	Look 4	Look 1	Look 2	Look 3	Look 1	Look 2	Look 3
Top	Blusa	Regata			Regata	Body				Blusa
Bottom	Saia	Calça Flare			Shorts	Pantacourt				Shorts
Outwear										
One Piece			Vestido	Macacão			Macacão	Vestido	Macacão	Pantacourt
Complemento				Faixa						

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

## APÊNDICE C – Famílias

Figura 16 - Família 1

Nome aluno: Camila  
Coleção: Curva à la Brasileira

Estação: Primavera/Verão



**Chambray**  
100% ALGODÃO  
Largura: 1,5m/Gramatura: 140 gr/m<sup>2</sup>

CORES



---

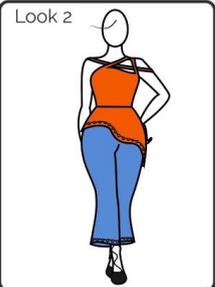
MIX DE PRODUTOS

Looks	Look 1	Look 2	Look 3	Look 4
Top	Blusa	Regata		
Bottom	Saia	Calça Flare		
Outwear			Vestido	
One Piece				Macacão
Complementos				Faixa
Total:				

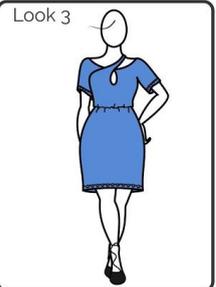
Look 1



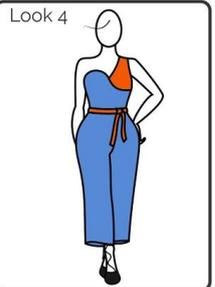
Look 2



Look 3



Look 4



FAMÍLIA 1

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 17 - Família 2

Nome aluno: Camila  
 Coleção: Curva à La Brasileira  
**FAMÍLIA 2**

Estação: Primavera/Verão



**Crepe Alfaiataria**  
 92% POLIESTER 8% ELASTANO  
 Largura: 1,5m/Gramatura: 200gr/m<sup>2</sup>

**CORES**

**MIX DE PRODUTOS**

Looks	Look 1	Look 2	Look 3
Top	Regata	Body	
Bottom	Shorts	Pantacourt	
Outwear			
One Piece			Macacão
Complementos			
Total:			

Look 1



Look 2



Look 3



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 18 - Família 3

Nome aluno: Camila  
 Coleção: Curva à La Brasileira  
**FAMÍLIA 3**

Estação: Primavera/Verão



**Crepe Bubble**  
 98% POLIESTER 2% ELASTANO  
 Largura: 1,45m/Gramatura: 115gr/m<sup>2</sup>

**CORES**

**MIX DE PRODUTOS**

Looks	Look 1	Look 2	Look 3
Top			Blusa
Bottom			Shorts
Outwear			
One Piece	Vestido	Macacão	Pantacourt
Complementos			
Total:			

Look 1



Look 2



Look 3



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

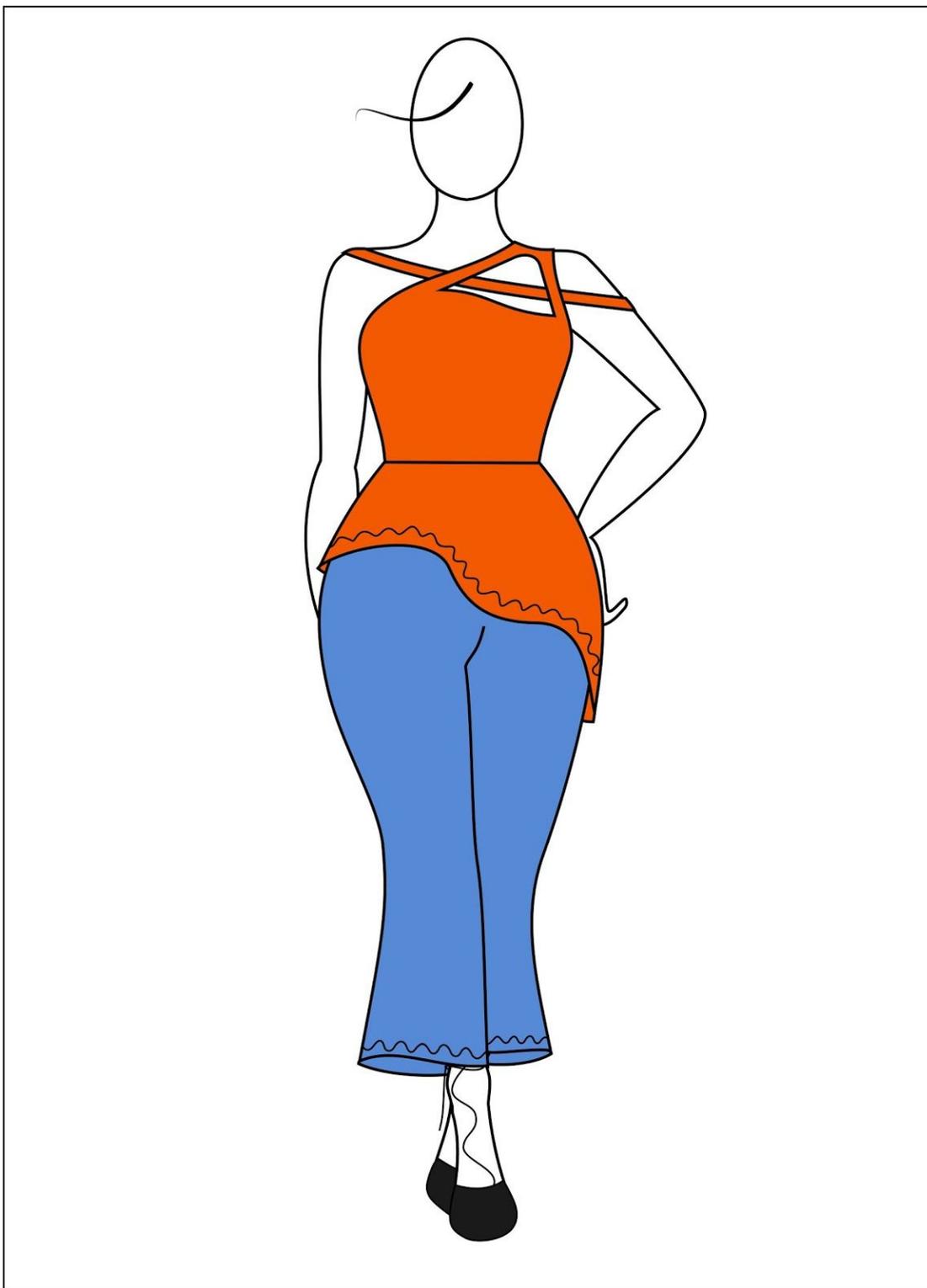
**APÊNDICE D – Coleção**

Figura 19 - Look 1 Conceitual



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 20 - Look 2 Conceitual



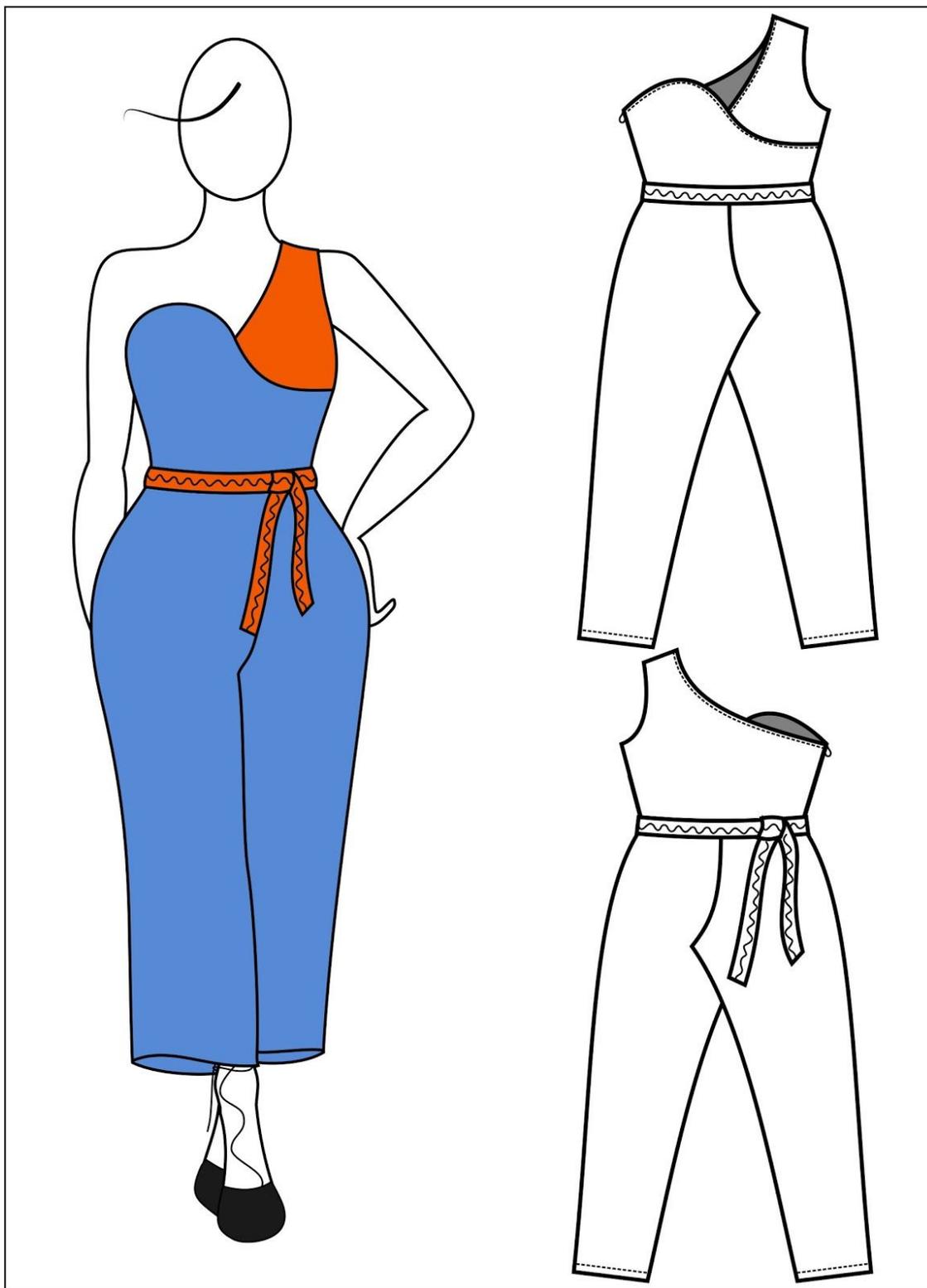
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 21 - Look 3 Comercial



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 22 - Look 4 Comercial



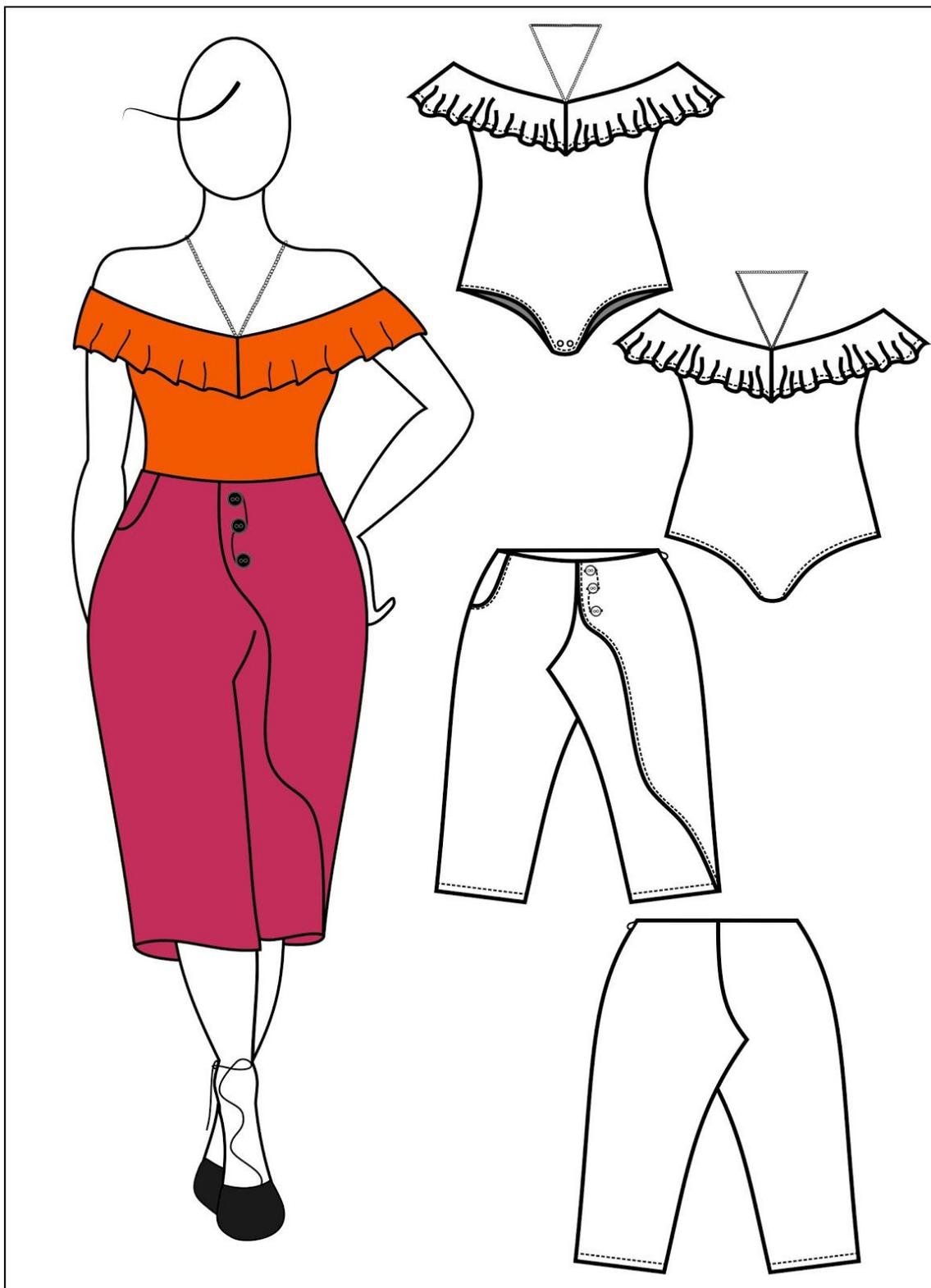
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 23 - Look 5 Conceitual



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 24 - Look 6 Comercial



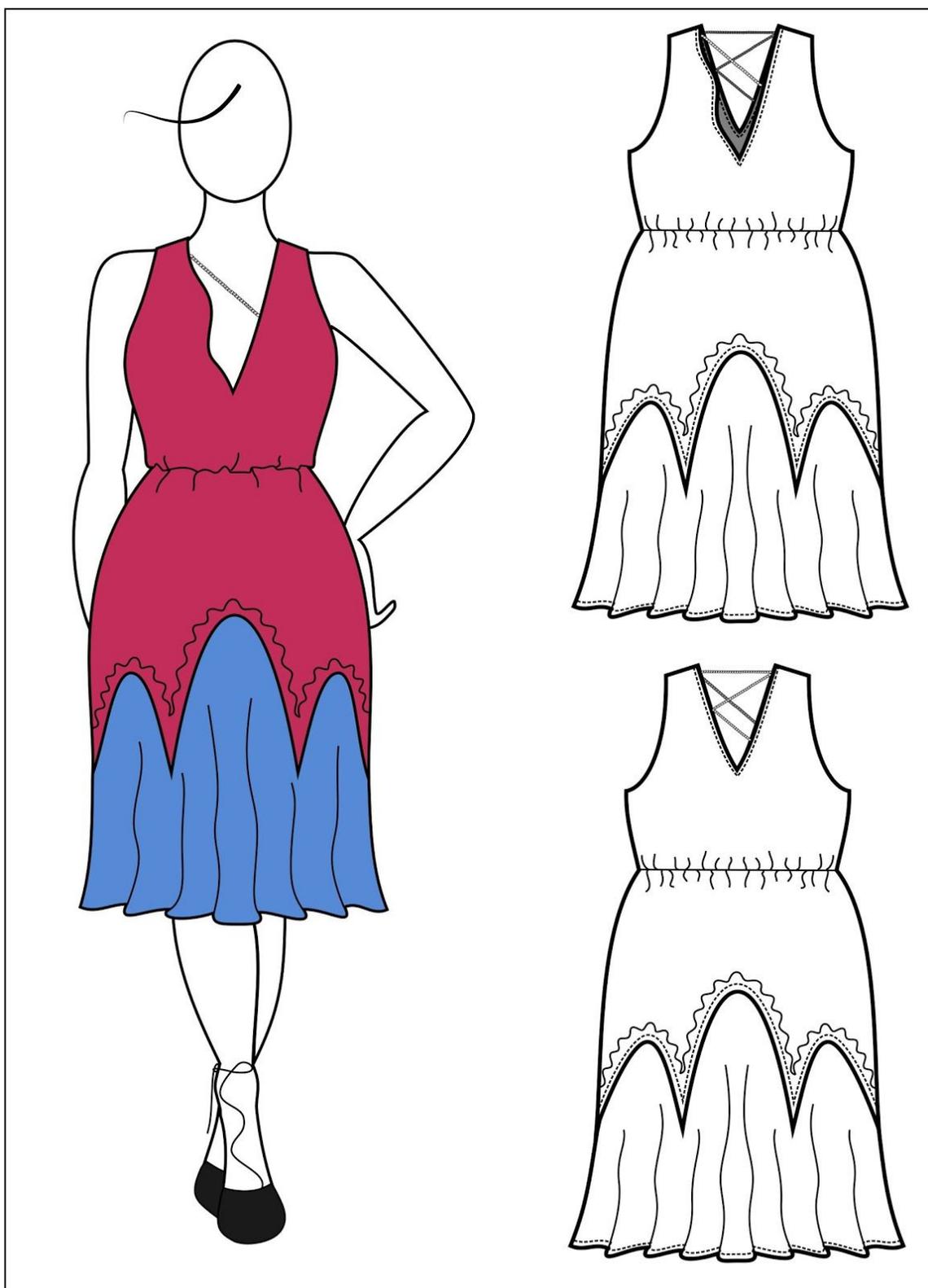
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 25 - Look 7 Conceitual



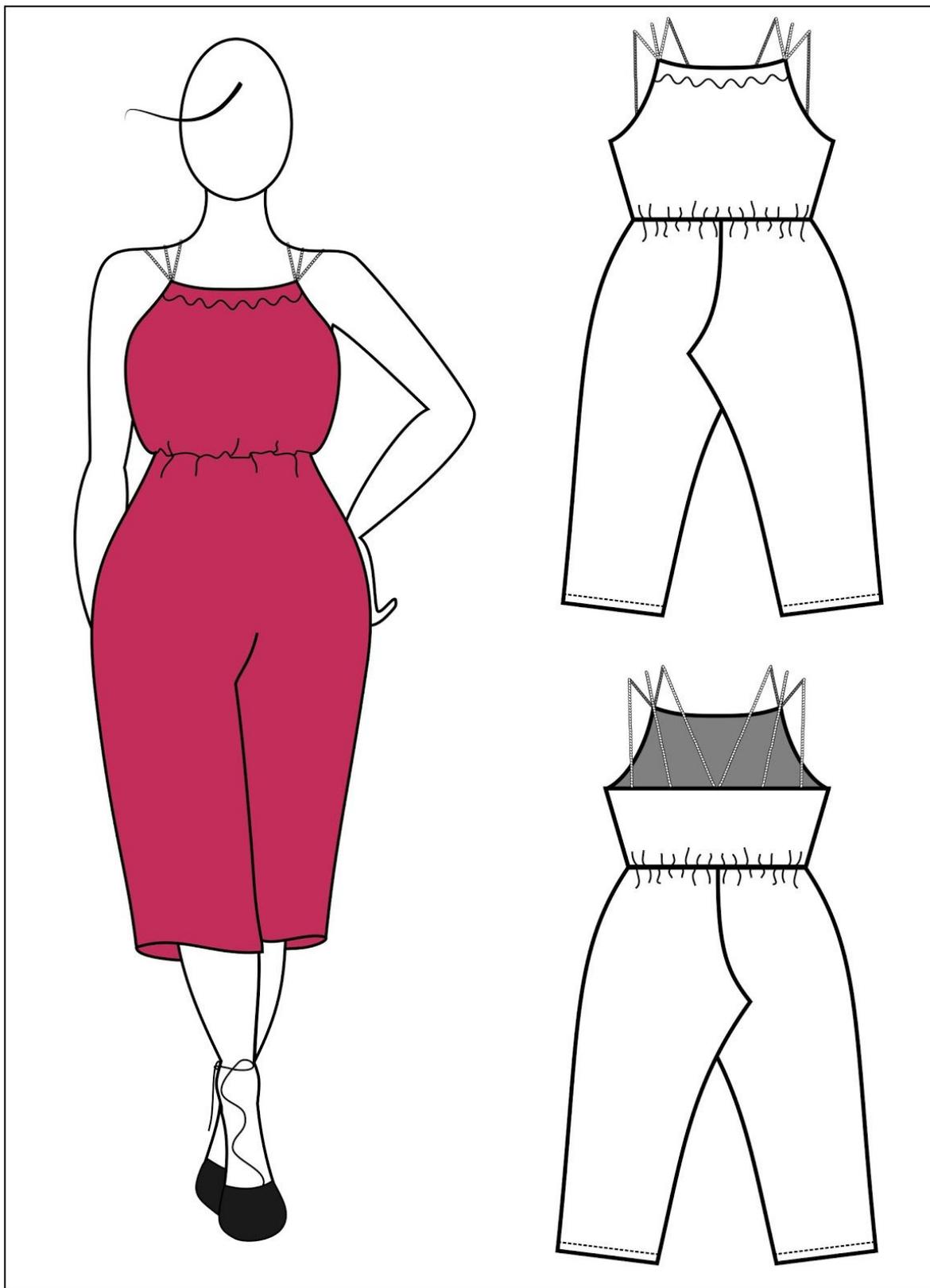
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 26 - Look 8 Conceitual



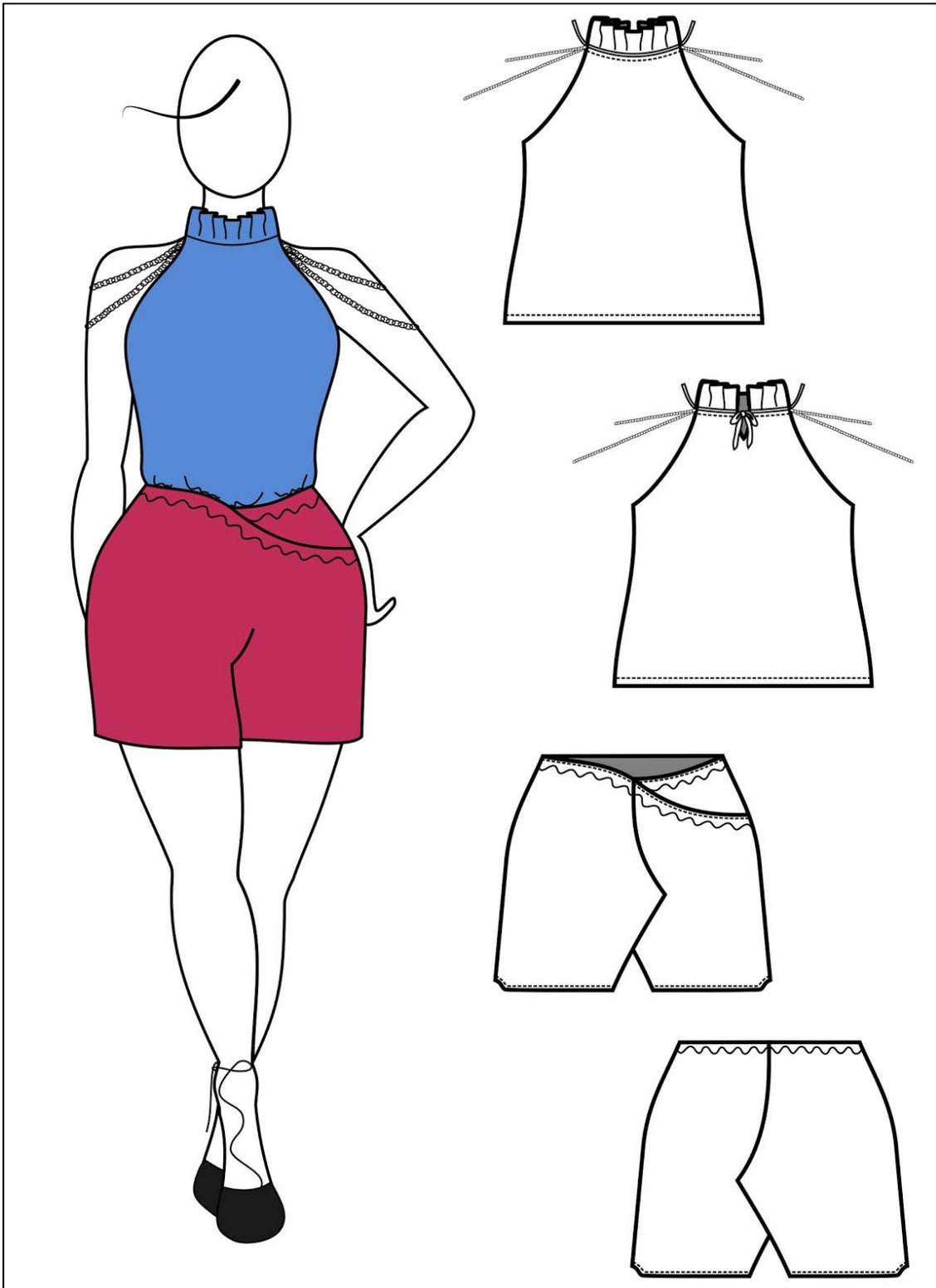
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 27 - Look 9 - Comercial



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 28 - Look 10 - Comercial



Fonte: Elaborado pela autora (2019).



**APÊNDICE F - Fotos Editorial**

Figura 30 - Corpo Inteiro Macacão Curvas



Fonte: Tais Rojas Urquizar (2019).

Figura 31 - Detalhe Costas Macacão Curvas



Fonte: Tais Rojas Urquizar (2019).

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus e a Espiritualidade por me guiarem nessa trajetória, me iluminando e dando forças para vencer os momentos obscuros.

Aos meus pais Paulo e Salete, por me criarem com amor, dedicação e honestidade, sendo meu alicerce e me tornando quem sou hoje, me incentivando a seguir meu caminho para alcançar novos horizontes. Por me apoiarem nas partes mais complexas dessa trajetória, entendendo que tudo tem o seu devido tempo.

Ao meu noivo Carlos Eduardo, por todo o apoio, paciência, amor e repreensões, por ser uma inspiração como profissional e ser humano. Por me acolher nos momentos difíceis e me encorajar a conquistar meus objetivos, sempre acreditando no meu talento e dando suporte para realizar meus sonhos.

Ao meu querido Ted, que com seu jeito carinhoso tornou os dias mais leves, sempre com afagos, fofuras e lambeijos.

À todo corpo docente por todos os ensinamentos nesses meus quatros anos de IFSC, que sem dúvida somaram para o meu crescimento acadêmico e profissional. Agradeço em especial as professoras Káritza Macedo e Geannine Martins, pelos conselhos, amizade e por acreditarem no meu potencial, me incentivando a concluir essa graduação.

À minha professora e orientadora Elen Makara, por aceitar o desafio de me acompanhar nessa trajetória e por dedicar seus momentos para me orientar, sempre com muito esmero e competência, me auxiliando na conclusão deste artigo.

Aos amigos e familiares por toda a compreensão nas ausências, motivação nos dias penosos, pelos aconselhamentos e afeto durante todo esse processo. Em especial minhas tias Marisete e Estela, e meus avós Francisco e Rodolfina, por desejarem comigo a conquista de uma graduação. Minha amiga Amanda Karoline, a quem considero uma irmã, sendo minha confidente, companheira nos bons e maus momentos e me trazendo ótimos conselhos. E as amigas que a faculdade me deu, Scheila Fernanda e Manoella Jerez, que sempre estiveram comigo, dividindo as frustrações e realizações ao longo desse percurso.