

# DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE MODA PARA MULHERES MAGRAS E DE BAIXA ESTATURA COM INSPIRAÇÃO NO EMPODERAMENTO FEMININO.<sup>1</sup>

Jadilaine Frances dos Santos<sup>2</sup>

Fernanda Maria Trentini Carneiro<sup>3</sup>

## RESUMO

Este artigo tem como finalidade o desenvolvimento de uma coleção de moda inspirada no Empoderamento Feminino, com o público-alvo de mulheres de baixa estatura. Este estudo evidencia as dificuldades encontradas pelo público-alvo na adaptação da roupa que não se modela ao corpo. Com o desenvolvimento de uma modelagem que se adapta ao público-alvo, este terá maior facilidade em consumir o produto desejado. A coleção propõe mostrar que existe um público específico que, tem pouca opção, e necessita de atenção tanto na modelagem quanto, ao conforto proporcionado por meio do vestuário.

**Palavras-Chave:** Coleção de moda. Empoderamento, Feminino. Mulheres pequenas.

## 1 INTRODUÇÃO

O tema geral proposto para o desenvolvimento da pesquisa foi o manifesto criativo, uma macrotendência. De acordo com a WGSN<sup>4</sup> (2019, p.3) macrotendência é “uma visão para o futuro. Ela direciona o que será usado no próximo ciclo, seja ela na área da informática, política, social e também na moda”. É um movimento que influencia a sociedade e seu comportamento.

---

1 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

2 Discente: Jadilaine Frances dos Santos do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: jadi.frances@hotmail.com

3 Docente: Orientador Fernanda Maria Trentini Carneiro do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: fernanda.trentini@ifsc.edu.br

<sup>4</sup> A sigla WGSN tem um significado que é: W= da palavra vale a pena, G= da palavra global, S= da palavra estilo, N= da palavra rede.

Juntando estas três siglas forma: Va a rede de estilo global, ou Worth Global Style Network.

Disponível em: <<http://www.cusiglas.com/siglade/wgsn-worth-global-style-network.php>>

Acesso em: 04/09/2019

Conforme com o Dicionário Aurélio (2019, p.53), manifesto tem como significado: “manifestar sua opinião, expor suas ideias”. Já o termo Crativo tem como definição: “estar mostrando o que se pode criar, e o que ainda pode ser criado”. Entende-se pela junção: demonstrar sua criatividade, o ser diferente, poder ser ouvido e causar um efeito como criador. A criatividade é a autoexpressão, que será de grande importância, pois irá estimular nos designers e nos negócios, promovendo grandes mudanças.

A partir disso, o tema apresentado para a coleção de moda é sobre o empoderamento feminino. Assim visto como a luta da mulher pela sua independência, social, política e direitos iguais no seu âmbito de trabalho na sua família e sociedade (MENDES; VAZ; CARVALHO, 2001, p.2). Este assunto está cada vez mais presente entre mulheres e homens no século atual. Compreende-se que o movimento divulga a extensão dos direitos civis e políticos da mulher.

O Empoderamento Feminino é o ato de ter uma visão, de reivindicar na sociedade sua igualdade de direitos, entre os gêneros. É uma grande mobilização que influencia as mulheres na sociedade, a expor suas ideias e opiniões, a expressar o seu poder e assumir o controle de seu corpo de forma que lhe for conveniente. (LISBOA, 2008, p.02)

A motivação para esta pesquisa é pessoal da autora, por ter dificuldades no momento da compra do produto e por meio de coleta de dados, com entrevista do público-alvo. Será feita uma coleção de moda para mostrar a importância do vestuário adaptado ao corpo, com o objetivo de atender consumidor, sem a necessidade de ajustar ao corpo do usuário. Dessa forma, o grupo está fortemente ligado ao empoderamento feminino, que traz em evidência o que a mulher deseja para seu corpo em mostrar que pode ser o que quer e impactar por meio do vestuário.

Observa-se que o público de mulheres entre 18 a 25 anos de idade, com baixa estatura e modelagem pequena, possui problemas para encontrar roupas com modelagem adequada, por apresentar uma diferença corporal e por serem mulheres baixas e magras que, necessitam de ajustes nas roupas. Um exemplo são as calças em vários modelos, como a Calça Flare, que ficam maiores no comprimento e na largura. A partir dessa observação, como desenvolver uma coleção de moda para

mulheres baixas e magras entre 1,47cm a 1,60cm de altura, de forma a suprir as dificuldades encontradas nas roupas e a valorizar as formas do corpo, de forma contemplar um design diferenciado?

Por meio das entrevistas, ao pesquisar as necessidades dessas mulheres, seu estilo de vestir, seus anseios e desejos, pode-se realizar uma reflexão acerca desse biótipo e criar um vestuário de qualidade, com looks adaptados e sincronizados a moda, de forma a colaborar efetivamente para o bem-estar dessas consumidoras.

Os looks criados tem uma modelagem diferente de acordo com o público, que facilitam na hora da procura do vestuário, sendo um produto atraente esteticamente e versátil no momento do uso do produto desejado.

A partir disso, o objetivo geral do trabalho foi desenvolver uma coleção de moda para mulheres baixas, com modelagem pequena, de maneira a empoderá-la, inspirada no empoderamento feminino. Para atingir o objetivo específico foi necessário pesquisar sobre o público-alvo e suas dificuldades encontradas em relação ao vestuário, apresentar levantamento teórico, para contextualizar sobre o tema abordado, criar uma coleção de moda para solucionar as dificuldades encontradas pelo público de mulheres baixas e magras, produzir looks de forma que se ajuste ao corpo tendo com base nas modelagens diferentes, expor look em desfile, com as opções que foram produzidas.

Manifesto Criativo e Empoderamento Feminino mostram a presença da mulher na sociedade, que busca expor seus próprios ideais. Demonstra sua satisfação com seu ser, com seu corpo, com sua aparência. Assim, enaltece a sua autoestima e manifesta muito mais confiança.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Na fundamentação teórica fala sobre o empoderamento feminino na moda, e como ela se conecta com o manifesto criativo.

## 2.1 Empoderamento Feminino

Empoderamento tem como significado “poder”, ou seja, se destaca. Essa palavra ainda inexistia no dicionário de português do Brasil e sua definição é compreendida como a conquista da autonomia, da autodeterminação, é a libertação das mulheres, da opressão de gênero, com o objetivo de destruir a ordem patriarcal, e assim, assumir o controle sobre seu corpo e sua vida (SARDENBERG, 2009, p.4).

O empoderamento feminino é um conceito que surgiu no século XIX e que se consolidou como um movimento político, social e filosófico. Com o objetivo de promover a força da mulher, tem como principal característica a luta pela igualdade de gêneros e por consequência a maior participação das mulheres na sociedade..A partir disso ganha importância no Iluminismo,e Revolução Francesa . Foram nas décadas de 1960 e 1970 que se começou a dar voz às mulheres. Nesse momento as mulheres conquistaram seus direitos básicos, no trabalho e nas indústrias, mesmo sem muita igualdade, pois ainda trabalhavam mais, e com a remuneração menor que a dos homens. O iluminismo foi visto como movimento filosófico e cultural que visava ao alcance da liberdade, autonomia e emancipação por meio da razão, favoreceu, no século XVIII, o acesso da mulher à educação formal. A revolução francesa é, pois, considerada por muitos como o berço do feminismo moderno. Após a Revolução Francesa, Maria Gouze<sup>5</sup> escreveu uma “Declaração dos direitos da mulher e da cidadã,” em apoio a Rainha Maria Antonieta. Maria Gouze fez esse documento de forma de estar reivindicando os direitos da Rainha. Esse documento foi enviado à Assembleia Nacional da França para ser aprovado, tendo uma grande importância na reivindicação por todos os direitos que foram concedidos às mulheres, em igualdade aos homens. (MONTEIRO; GRUBBA, 2017, p.263).

---

<sup>5</sup> Maria Gouze foi uma feminista francesa, nascida em Montauban. . Liderou um movimento na Revolução Francesa (1789) publicou seu artigo como declaração dos direitos de mulheres e mulheres cidadãs, foi a primeira pessoa a elaborar um documento reivindicando os direitos humanos de cidadãos.

Disponível em:< <http://biografias.netsaber.com.br/biografia-2345/biografia-de-marie-gouze--a-olympede-gouges>> Acesso em: 25/10/2019

No Brasil, a primeira manifestação do feminismo também surge a partir da luta pelo direito da mulher ao voto. As sufragetes<sup>6</sup> brasileiras, lideradas por Bertha Lutz, bióloga, cientista de importância, que estudou no exterior e voltou para o Brasil na década de 1910, iniciaram a luta pelo voto (PINTO, 2011). Com a volta de Bertha Lutz, coloca em vista que as mulheres brasileiras também eram alvos de fortes opressões, em função de muitas mulheres serem analfabetas impedidas de estudar, sem oportunidade de trabalhar e de direitos sociais.

A partir do Empoderamento Feminino, a moda influencia o poder de expressar seus sentimentos e possibilita, por meio de uma coleção de moda, mostrar a função e a importância de um tema. A estilista francesa Coco Chanel, da década de 1920, possibilitou dialogar sobre Empoderamento Feminino por meio da moda, e colocar em evidência os momentos de manifestação dos direitos mais importantes naquela época, por meio do vestuário (MARTINS, 2019). Nos dias de hoje, a moda continua sendo uma fonte de inspiração para cada momento e sua tendência transmite o que as mulheres sentem e como querem ser tratadas, por apresentar uma oportunidade de dizer com o vestuário o que ela deseja para si.

O empoderamento feminino e o manifesto criativo mostram o poder que a mulher tem conquistado há muitos anos e, com todas essas conquistas, a mulher usa a moda como melhor forma de expressar sua opinião sobre o que quer para sua vida e seu corpo. O público-alvo de mulheres baixas e magras coloca o que é necessário para mostrar, o porquê a mulher está aqui e o que ela quer mostrar para todos do que é capaz.

Entende-se que a moda pode ser uma forma que a mulher teve de encontrar sua individualidade e expressar sua opinião na sociedade. Considera-se como o meio mais utilizado para isso. A globalização, aliada ao movimento contemporâneo de autoexpressão e valorização da imagem a moda, tem papel de alavancar o movimento das mulheres, pois a comunicação à nível mundial possibilitou às mulheres de diferentes continentes a terem a oportunidade de se comunicar e discutir as necessidades do gênero.

---

<sup>6</sup> Sufragettes (em português sufragistas). Primeira ativistas do feminismo no século XIX, eram assim conhecidas justamente por terem iniciado um movimento do Reino Unido a favor da concessão, á mulheres, do direito do voto.

Disponível: < <http://pandoralivre.com.br/2015/12/25/quem-foram-as-suffragettes/>> Acesso em: 30/11/2019

Uma coleção de moda trata-se de um conjunto de peças de vestuário, que são colocados em exposição ou em desfiles para o público e, assim, mostra os diversos modelos criados pelo criador (FERREIRA, 2019). Por meio do movimento do empoderamento feminino, foi desenvolvida uma coleção de moda de forma que a peça de roupas mostrasse a importância do movimento e as opiniões das mulheres sobre o que querem para seu futuro.

## **2.2 Modelagem**

A modelagem é a técnica que consiste na criação da peça de vestuário e estrutura da roupa. Oferece caimento, forma e volume às peças e, com um extenso conhecimento na área, há a possibilidade de interpretações de soluções. A técnica mais utilizada nos tempos modernos é a modelagem plana informatizada CAD (inglês: *computer aided design*), em português desenvolver assistido por computador que é o DAC, que consiste em um operador de sistema de modelagem/ software específico da área de moda criar um molde em um tamanho base, digitalizá-lo e, a partir deste, fazer as próximas etapas, que são graduação, encaixe, risco e corte com rapidez e exatidão. As etapas da modelagem são: 1. Definição da tabela de medidas; 2. Traçado do diagrama; 3. Interpretação do modelo específico; 4. Preparação da modelagem para o corte; 5. Ajustes e correções; 6. Graduação (TREPTOW, 2013).

Quando se inicia um trabalho de criação de uma coleção de moda devem ser usadas modelagens distintas para criar modelos diferenciados. Para o público escolhido houve a necessidade de modelagem especial, pois pessoas com baixa estatura sentem falta de produtos adequados ao biótipo. Com a pesquisa que será realizada com um de grupo de 10 mulheres, coletaram-se os principais problemas encontrados nos produtos de moda, e as medidas específicas para o projeto de coleção (TABELA 1).

Por meio das entrevistas feitas pelo público-alvo foram encontradas várias as dificuldades, no momento de encontrar as roupas para usar, um dos grandes dificuldades é a modelagem ser muito grande no comprimento e largas. A camiseta sempre fica muito comprida, mangas grandes e caídas no ombro, as calças muito compridas e largas, sem opção de modelos na hora da compra, e muitas das vezes tem que usar tamanho juvenil por não ter opção.

Tabela 1 - Medidas femininas tiradas do público-alvo

| Descrição                   | E1   | E2   | E3   | E4   | E5   | E6   | E8   | E9   | E10  | E11  |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| BUSTO                       | 84,0 | 85,5 | 91,5 | 85,0 | 90,5 | 89,0 | 86,5 | 84,5 | 89,5 | 90,0 |
| CINTURA                     | 69,0 | 65,5 | 74,0 | 70,0 | 64,5 | 66,5 | 70,5 | 73,5 | 72,0 | 75,0 |
| QUADRIL                     | 91,0 | 93,0 | 91,5 | 95,5 | 96,0 | 94,5 | 93,0 | 90,5 | 92,5 | 94,5 |
| COSTAS                      | 34,0 | 35,0 | 34,0 | 36,0 | 35,5 | 34,5 | 35,0 | 35,5 | 36,0 | 34,0 |
| ALTURA<br>CINTURA<br>FRENTE | 33,0 | 36,0 | 38,0 | 34,0 | 35,0 | 33,0 | 37,0 | 36,5 | 34,5 | 35,5 |
| ALTURA<br>CINTURA<br>COSTAS | 31,0 | 33,0 | 34,5 | 31,5 | 33,5 | 32,5 | 31,5 | 31,0 | 33,0 | 34,5 |
| ALTURA<br>BUSTO             | 22,0 | 22,0 | 24,5 | 25,0 | 24,5 | 22,5 | 23,5 | 23,0 | 22,0 | 24,5 |
| COMP.MANGA                  | 52,5 | 52,0 | 52,5 | 52,5 | 52,0 | 52,0 | 52,5 | 52,0 | 52,0 | 52,5 |
| ENTREPERNAS                 | 71,0 | 69,0 | 70,0 | 71,5 | 70,5 | 69,5 | 71,0 | 71,0 | 70,5 | 69,0 |
| ALTURA<br>GANCHO            | 27,0 | 28,0 | 27,0 | 27,0 | 28,5 | 27,5 | 27,0 | 28,5 | 27,0 | 28,0 |
| GANCHO<br>TOTAL             | 62,0 | 58,0 | 60,0 | 62,5 | 62,0 | 59,0 | 58,5 | 60,0 | 62,5 | 61,0 |
| COMP. PERNA                 | 92,0 | 89,0 | 92,0 | 92,0 | 92,5 | 89,5 | 91,0 | 91,5 | 92,0 | 92,0 |
| OMBRO                       | 11,  | 11,5 | 11,0 | 11,0 | 12,5 | 12,0 | 11,5 | 12,0 | 12,0 | 11,5 |

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Tabela construída com a pesquisa de campo, abrangendo as medidas do público-alvo de pessoas de baixa estatura, e apresenta alterações em algumas medidas específicas.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A palavra metodologia é um conjunto de regras que define a apresentação de um trabalho científico (ZANELLA, 2009). Sendo utilizada no meio acadêmico. A

pesquisa é definida como um procedimento lógico, que tem como objetivo disponibilizar soluções que são apresentadas.

### **3.1 Metodologia da Pesquisa**

A pesquisa realiza-se por etapas de várias fases, iniciando com a formulação do problema até a apresentação e discussão dos resultados. De acordo com Gil (2007)

Quanto sua natureza é uma pesquisa aplicada, por se basear em uma avaliação descritiva e analítica. Será constituída de coletas de informações que tem como foco resolver o problema da mulher empoderada, tendo como resultado a criação do produto diretamente a esse público (GIL, 2007).

Quanto ao objetivo tem como ferramenta a pesquisa exploratória, pois se baseiam em levantamentos bibliográficos, entrevistas e artigos. Com base nesse estudo, a pesquisa é direcionada a resolver os problemas relacionados a falta de opções na moda (GIL, 2010).

Quanto a abordagem a utilização da pesquisa qualitativa dentro do trabalho será para amenizar o problema existente dentro da sociedade Para que a pesquisa se conclua, fez-se necessária a análise de indivíduos, considerando alturas e distinções corporais de pessoas parecidas, obtendo-se resultados para a criação de uma tabela de medidas para o público de baixa estatura, valendo-se da técnica estatística média. Em decorrência da escolha da pesquisa exploratória foi praticada a pesquisa de campo, que é feita por meio de observação direta e de entrevista como grupo estudado (GIL, 2010).

Quanto à pesquisa em relação aos procedimentos técnicos foram considerados para embasamento teórico, diversos livros e artigos científicos localizados em bases de dados na biblioteca do Campus, no acervo do IFSC e periódicos. Após o levantamento de todos os dados, foi feito um estudo sobre o desenvolvimento de uma coleção de roupa feminina, para mulheres de baixa estatura e magras, a fim de promover ideias criativas e inovadoras (GIL,2010).

Aqui estas umas das mais importantes perguntas e respostas feitas para o público-alvo. A entrevista teve como objetivo estar conhecendo as dificuldades do público-alvo, foi feito pessoalmente.



**a) O que valoriza e prioriza na escolha de um produto?**

1° RES: Qualidade e como a roupa se ajusta ou corpo.

2° RES: Qualidade do produto, diversidades de modelos e valor do produto.

3° RES: Qualidade do produto, com um tom só de cor para cada peça e valor.

**b) Quais as frustrações na escolha de um produto de vestuário?**

1° RES: A falta de variedades para números menores e qualidade nas peças.

2° RES: Quando não tem o modelo no tamanho que preciso

3° RES: Quando não serve a peça que gostei, pouca variedade de modelos.

**c) Dificuldades na hora de comprar blusinhas e vestidos e dificuldade para comprar calças?**

1° RES : Quando é calça Flare ela é muito comprida, e as modelagens com grandes diferenças dificultando o ajuste no corpo.

Não tem dificuldades na compra de blusinhas, mas na hora de escolher o modelo é sempre básica com uma cor só, evita usar tomara que caia, por motivos específicos (não aparecer cirurgia).

2° RES: Larga na cintura. Fica muito comprida, sempre precisa cortar a barra. Fica com sobra na parte de trás, Blusinha não tem dificuldades, mas gosto de usar com bastantes estampas e com detalhe. Não gosto de blusinhas degotadas por ter pouco seio. O vestido dificilmente fica ajustado no corpo, sempre sobra, tomara que caia não uso por ter pouco seio e não se sentir confortável.

3° RES: Por eu ser pequena a maioria das calças não se ajusta ao meu corpo, sempre ficam largas na cintura ou grandes demais no comprimento, o tamanho, nem todas as lojas vendem peças PP e a maioria das vezes necessita ajustar as roupas.

Com as respostas do público-alvo conclui-se que as dificuldades na hora de comprar as roupas são bastante em vários aspectos, como a variedade de produtos e a modelagem que não se ajusta ao corpo.

**3.2 Metodologias do Processo de Coleção**

Segundo Baxter (2011, p.253), o planejamento da elaboração do produto “é fundamental, iniciando pela análise e estudo do produto, geração de ideias, análise, qualidade e especificações, incluindo a confecção de protótipo, bem como análise de falhas e acertos”.

Baseado nos fundamentos de Baxter, para o desenvolvimento da Coleção, foi necessária, primeiramente, a definição e estudo do tema geral e conceito, elaboração do painel conceito de referência. Posteriormente, foi selecionado do público-alvo e a segmentação, com a elaboração de painel que traduzisse uma identidade que os representa. Por fim, foram desenvolvidos os painéis de parâmetro, cartela e harmonia de cores, aviamentos e tecidos e a criação dos croquis e seus desenhos técnicos. Após a seleção de dois croquis, um comercial e um conceitual, seus protótipos foram desenvolvidos e testados, finalizando-se com o desenvolvimento das peças finais.

O processo de um projeto divide-se em quatro fases principais: Análise do projeto; Alternativa do projeto, Avaliação das alternativas do projeto; Realização da solução do projeto (LÖBACH, 2001). As etapas desse processo são estruturadas como: Análise do projeto é o conhecimento do problema, a coleta de informações, estudo das informações coletadas, definição do problema, explicação do problema, definição dos objetivos. As alternativas do projeto é escolha de ferramentas para solucionar o problema, produção de ideias, geração de alternativas.

A avaliação das alternativas do projeto, escolhas das melhores alternativas, estar comparando as ideias, encontrar quais alternativas se encaixa melhor no público e seu conceito. Realização da solução do projeto é aperfeiçoar alternativas, identificar o elemento de estilo nas peças escolhidas, escolhido a alternativa final, produzir protótipo, depois de testado produzir a peça final.

Quanto à metodologia de projeto de produto, Munari (2008) comenta que o método não é absoluto, mas sim, algo que pode ser modificado para melhorar o processo. Nesse caso, a criatividade do projetista será fundamental ao método, pois poderá estimulá-lo a descobrir novas formas de execução. A metodologia é uma ferramenta de auxílio ao designer, a qual funciona como um guia e delimitador (MUNARI, 2008, p.35).

#### **4 BOOK DE COLEÇÃO**

No book de coleção é apresentado todos os looks e as famílias.

#### 4.1 Tema/Conceito da Coleção

Para Treptow (2013, p.83) “O Tema da coleção é a história, o argumento, a inspiração de uma coleção”. Para o painel conceito foram selecionadas imagens que, remetem a liberdade e a autodeterminação da mulher expressar sua opinião. Na figura 01, a imagem central é em forma do rosto da mulher, em que foram colocadas imagens que remetem o que essa mulher quer dizer sobre si e suas opiniões. Na primeira imagem do lado direito, retrata o reflexo da mulher no espelho, é uma forma da mulher olhar para si e ter a iniciativa de estar mostrando uma nova imagem de si para a sociedade. A frase é “O futuro será feminino”, traduz que é uma forma de dizer que a mulher será posicionada não somente como uma mãe de família, uma dona de casa, mas que terá uma importância na sociedade, no trabalho e muitas outras ocasiões.

Revelam que ela sabe quem ela é e o que ela quer para sua vida, não importa o que as pessoas dizem, ela vai atrás do que ela necessita para ter poder sobre sua vida e seu corpo. A figura 4 representa que a mulher não precisa de um Herói, pois ela é a heroína, uma forma de expressar a importância de cada mulher lutar pela sua autoexpressão e pela sua liberdade. Apresenta a forma de a mulher dizer que não importa o que as pessoas dizem ela tem sua decisão própria. E por fim, mostra uma forma lúdica de dizer que ela não é a mulher perfeita que todos querem. Ela é uma mulher que se importa e é feliz com seu corpo da forma que ele é, ela esta em busca de mostrar do que ela é capaz e conquistar seu direito de igualdade. Para Boaventura Santos (2006,p.316) “Temos o direito a ser iguais sempre que a diferença nos inferioriza, temos o direito de ser diferente sempre que a igualdade nos descaracteriza”.

Figura 1 - Painel Conceito



Fonte: Elaborado pela autora. (2019)

#### 4.2 Lifestyle do Público-alvo de Coleção

O público abordado é mulheres jovens, de 18 a 25 anos, solteira, que mora em média e grandes cidades. O Estilo de vida dessas mulheres, em busca pela sua independência, de personalidade for, frequentam lugares como: salão de beleza, banco, restaurante, shopping, praia, entre outros. São mulheres que se dividem entre o cuidado com elas mesmas, com o estudo e o trabalho. São mulheres vaidosas, que transmitem sua personalidade nas roupas, usam peças que sejam confortáveis. Esse painel representa (figura 02) o estilo de vida do público-alvo, ele tem a função de retratar o que esse público consome e mostra o que ele gosta de fazer, aonde vai às horas vagas e o que usa no dia-a-dia do seu vestuário (BAXTER, 2011).

É importante considerar para quem se está criando e representar este público através de imagens que remetam ao estilo de vida (SEIVEWRIGHT, 2015). A imagem mostra um pouco da vida dessa mulher. Ela gosta de ir a praia, mora sozinha, é vaidosa, gosta do seu corpo como ele é, estuda, admira a natureza, é

uma feminista que defende seus valores, uma mulher independente que sempre vai a luta pelos seus direitos. Assim, a figura 2 mostra elementos da maquiagem, gastronomia, trabalho e estudo, o conforto, individualidade presença.

Figura 2 - Painel Lifestyle

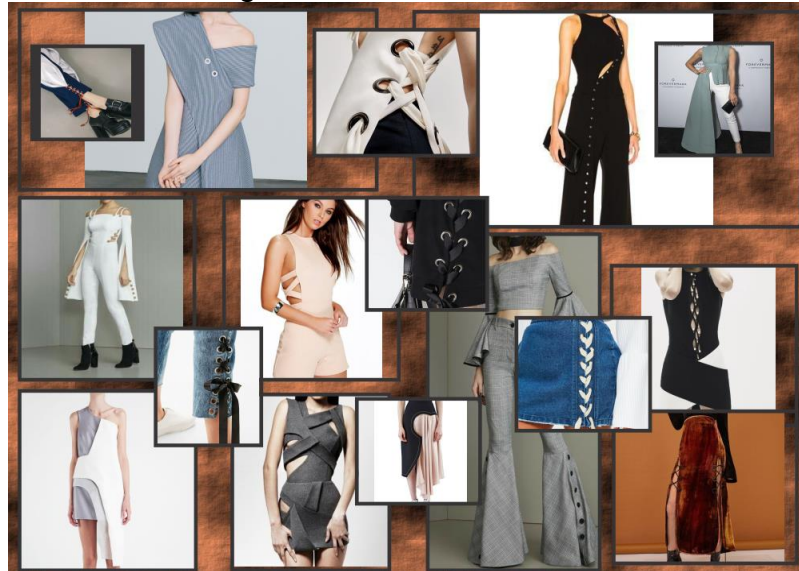


Fonte: Elaborado pela autora (2019)

### 4.3 Parâmetros da Coleção

Segundo Rech (2002, p.35) a coleção é um “conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinadas épocas do ano”. Essa coleção é conectada no tema, que deve ser apropriado com o estilo do consumidor e sua imagem. Nas imagens colocadas no painel, mostra modelagens estruturadas, como os ombros mais altos. As sobreposições nas peças é uma forma de serem diferentes, e ajustadas ao corpo, as amarrações terão como função moldar de forma que o consumidor deseja estar, soltando ou ajustando quando for necessário, e os comprimentos desproporcionais têm a intenção de estar alongando o corpo da mulher e enaltecer seu corpo. Esse painel é um conjunto de informações escolhidas pelo designer, de forma fácil para identificação visual, expondo as ideias e elementos para, a construção de novos looks (TREPTOW, 2011) .(figura 03)

Figura 3 - Painel Parâmetro

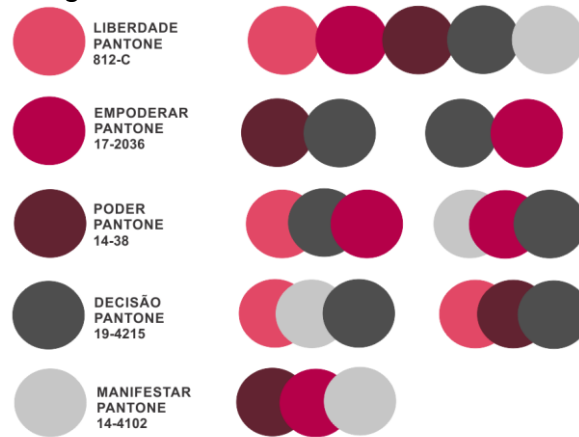


Fonte: Elaborado pela autora ( 2019)

#### 4.4 Cartela de Cores e Harmonias de Coleção

A escolha e a aplicação de cor é uma decisão é criada por emoção, mas pode ter efeito renovador sobre um Design (CHARLES, 2011). Cada uma das cores se conecta entre elas possuindo uma relação com tema Empoderamento Feminino. As cores usadas cada uma delas tem seu objetivo como a cor rosa mostra sua liberdade de expressão, a cor fúcsia transmite essa mulher que se empodera para causar seu impacto, a cor marsala é como seu poder vem sendo mais fortes do que as opiniões alheias, o chumbo e a decisão que a mulher precisa tomar para mostra seu valor, e por fim o cinza que vem manifestar sua opinião sobre si. A partir da harmonia de cores, acredita-se que a mulher se empodera e toma a decisão de manifestar seu poder e conseqüentemente, a conquistar sua liberdade. As cores são usadas para atingir a alma do usuário do produto. A cor com tons fortes e intensos provoca o interesse na compra do produto pelo usuário. Cores de tons neutras e claras têm a função de ser discreto e poder passar despercebido (LÖBACH, 2001). (figura 04)

Figura 4 - Cartela de cores e Harmonias



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

#### 4.5 Tecidos e Aviamentos da Coleção

Os aviamentos podem ser classificados quanto á função e quanto á sua visibilidade na roupa. Quanto a função, podem ser componentes ou decorativos; quanto a sua visibilidade pode ser aparente ou não (TREPTOW, 2013).

Os aviamentos usados nas peças são as linhas de costura, a entretela e a barbatana, para dar sustentação nas partes que precisa ser elevado ao corpo. O zíper invisível para fazer fechamentos, a corrente usada como alça do vestido, o bojo removível para dar sustentação, ilhós para fazer acabamentos nos peças, o botão e o cadarço para finalizar a peça e como decorativo. (figura 05)

Figura 5 - Cartela de aviamento



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

#### 4.5.1 Cartela de Tecidos

Tecido é a matéria-prima do designer de moda. É através dos tecidos que as ideias são transformadas em produtos de vestuário. Segundo Treptow (2013,p.50) “os tecidos não apenas expressa sonho de um designer, mas também estimula suas ideias”.

A produção de um produto não somente depende de estética, mas também depende do uso de materiais e de processos de fabricação (LÖBACH, 2001). Os tecidos usados nos looks são a Malha Anarruga, que é mais estruturada, com o lado direito trabalhado dando um efeito de leveza, e por ser uma malha ela tem mais caimento. A Malha Creponada é utilizada para fazer os recortes e o cós da calça. (figura 06)



Figura 6 - Cartela de Tecidos



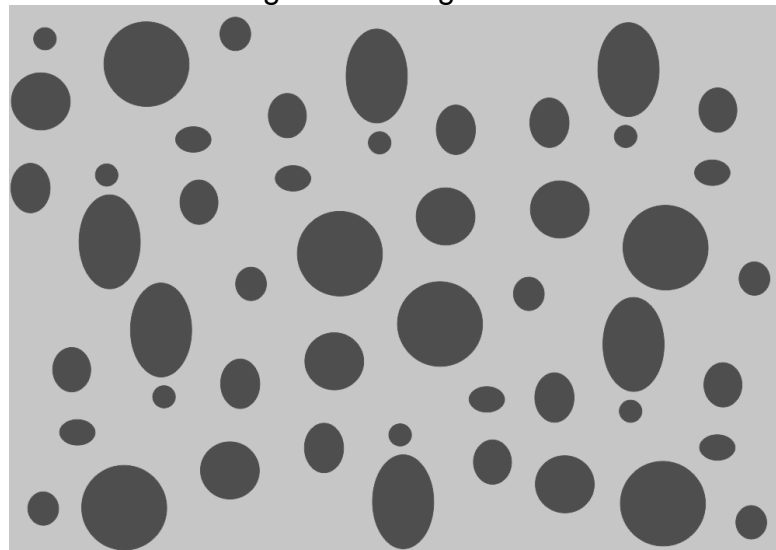
Fonte: Elaborado pela autora (2019)

#### 4.6 Design Têxtil de Coleção

Segundo Silva (2016,p.35) a mensagem estampada “é composta por conceitos visuais, tendo em vista um objetivo para contar, expressar, explicar, dirigir, inspirar, afetar etc.” Na busca de qualquer objetivo se faz escolhas por meio das quais se pretende reforçar e intensificar certa expressão. As imagens podem expressar desejos, experiências, questionamentos, vivências e remorsos, que estão presentes no subconsciente, muitas vezes, sentimentos ou vazios que utilizamos para complementar as imagens.

A estampa criada pela autora seria uma estrutura de póa, com bolinhas desproporcionais, tendo vários tamanhos e volumes diferentes. O conceito dessa estampa mostra que cada mulher é diferente, mas todas querem sua liberdade. (figura 7) A escolha de um design têxtil depende da percepção do design e da equipe de produção, e na busca de inspiração é importante que o design tenha bastantes fontes de inspiração e ser um bom observador na sociedade e seus costumes. (TREPTOW, 2013).

Figura 7- Design Têxtil



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

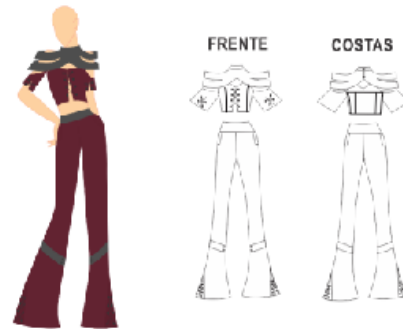
#### 4.7 Book de Coleção

O Book de coleção é de grande importância, para quem for avaliar a coleção, pois terá uma visão de um todo e o entendimento do conceito da coleção (CHARLES, 2011). O book de coleção tem como tema Pequena Empoderada.

No Book de coleção foram colocados alguns elementos que se repetiram durante a coleção, como as faixas, os ombros altos e estruturados, os comprimentos irregulares, os acabamentos em ilhós para amarração. Os modelos criados para a coleção tem conexão com o conceito do tema Empoderamento feminino, a estética usada nas modelagens criadas é um meio para manifestar sua criatividade e autodeterminação.

As faixas que se sobrepõem são como as dificuldades encontradas na sociedade em geral, os ombros mais altos e estruturado é um jeito de dizer que toda mulher tem poder sobre sua vida e seu corpo, os comprimentos irregulares, os acabamentos em amarrações demonstram escolhas e oportunidades de provar do que são capazes (figura 08). Os elementos de estilo da coleção são os acabamentos em ilhós para fazer amarração e ombros estruturados, esses elementos de estilos é uma forma de mostrar a relação dos looks entre si, são colocados repetidamente em cada look da coleção, com variações de modelos (TREPTOW, 2013).

Figura 8 - Look 1 conceito e Look 2 comercial



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 09 - Book de Coleção



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

#### 4.7.1 Mix de Coleção

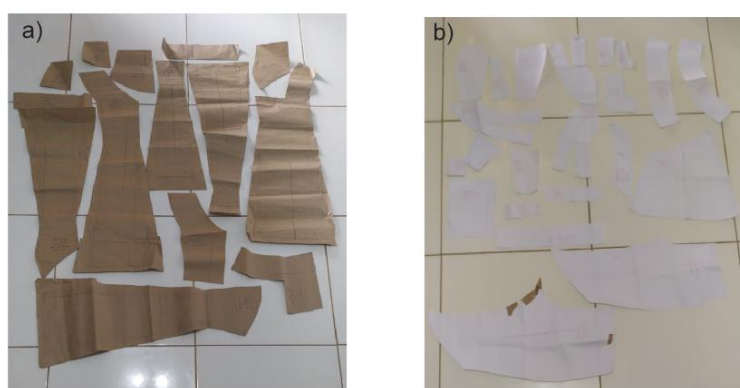
Segundo TREPTOW (2013) o mix de produto é “a variedades de produtos oferecidos por uma empresa”, que contem a sua abrangência, a sua extensão e sua profundidade.

### 5 MATERIALIZAÇÃO

A seguir são detalhadas as etapas de materialização para os dois looks desta coleção escolhidos para a execução.

As modelagens, tanto do look comercial quanto do look conceitual, foram iniciadas a partir de um diagrama base com as medidas das modelos, para a representação morfológica de seu corpo no plano bidimensional, e tridimensional nas golas que são sustentadas por entretelas e barbatanas. A Figura 09 apresenta o resultado final da modelagem para o look comercial (a) e para o look conceitual (b), por meio dos moldes prontos.

Figura 10 - Modelagem: a) moldes do look comercial; b) moldes do look conceitual.



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Look A é o comercial sendo um vestido com modelagem assimétrica, com 6 moldes no tecido e forro, com os ombro diferentes, um dos lados com alça de corrente e o outro com ombro e alças estruturadas pra fora do corpo, tendo muitos recortes seu comprimento também e variado, cada recorte tem um comprimento, e na união do recortes com fenda e amarração.

Look B é o conceitual, composto por um Cropped e Calça Flare. O cropped tem 7 moldes na parte do busto ate a cintura com abertura no centro frente usado amarração para fechar, possui gola removível estruturada, e mangas com aberturas e amarrações. A calça tem o cóc, 2 bolso na frente, e a partir do joelho tem recortes e abertura na lateral e amarração.

O processo de costura do look comercial começa nas alças estruturadas que é necessário entretelar e deixar pronta para a união dos recortes do vestido no tecido. Logo após o forro, a união do forro com tecido de forma embutida. No momento da união do forro com o tecido são colocadas as alças de corrente e as alças estruturadas. A finalização nas bainhas é feito com ilhós e cadação nas fendas. (figura 10)

Figura 11 - Protótipo look 2 Comercial



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 12 - Protótipo look 2 Conceitual



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

## 6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Os looks criados foram feitos para mostrar à diferença dessa mulher na sociedade, e por meio do vestuário criado a mulher manifesta sua opinião. No look conceito a gola estrutura é uma forma de mostrar sua diferença e seu poder, no look comercial ela evidencia as diferença entre as mulheres por meio do altura do vestido sendo ele de vários comprimentos. Todos esses elementos tem uma conexão com o manifesto criativo que manifesta sua opinião e o empoderamento feminino luta pela sua liberdade de autonomia.

Figura 13 - LOOK CONCEITO



Fonte: Elaborada pela autora (2019)

Figura 14 - LOOK COMERCIAL



Fonte: Elaborada pela autora (2019)

## 7 CONCLUSÃO

No artigo desenvolvido é para uma criação de moda, teve a proposta de estar colocando em evidencia a importância de a mulher ter sua independência na moda. A partir do tema Empoderamento Feminino foi criada uma coleção de moda com 10 looks. Dois looks foram escolhidos para a materialização, um look conceitual e um comercial, inspirado no tema do empoderamento feminino.

Com o estudo feito através, de pesquisas por artigos, trabalhos periódicos, livros, e entrevista ao público-alvo, foram apresentados a problemática que colocou em evidência o corpo humano como protagonista de projetos de produtos do vestuário.

Os resultados obtidos no trabalho foram de muitos conhecimentos agregados. A coleção Pequena Empoderada foi projetada para atender um grupo de pessoas que estão a procura de facilidade de vestir o corpo, de forma confortável e esteticamente atraente.

A dificuldade encontrada foi no momento da construção dos looks especificamente na gola e nos ombros estruturados que foi usado as barbatanas e entretelas, que precisava de acabamentos na costura que valorize a modelagem e o visual da peça e o efeito do conceito da coleção.

Objetivo geral do trabalho é desenvolver uma coleção de moda para mulheres baixas, com modelagem pequena, de maneira a empoderá-la, inspirada no empoderamento feminino.

Como resposta desse objetivo ele foi bem alcançado, uma das dificuldades era sobre a modelagem ser muito largas e compridas, foi feito uma modelagem mais ajustada e de tamanho reduzido para o público, as peças feitas foram colocadas maneiras de poder estar ajustando como desejado ou estar abrindo, sem precisar costurar ou cortar a peça, também foi feita as mudanças nas modelagens esteticamente como os comprimentos desproporcionais de forma de enaltecer o corpo da mulher.

Os protótipos foram feitos por modelagem plana e tridimensional, por serem peças bem elaboradas e modelagem diferenciada de forma a valorizar o corpo da mulher. Sua silhueta ajustada ao corpo adornada de matérias que valorizaram



esteticamente o produto, assim sendo uma forma de reivindicar a importância desse público.

Para futuras pesquisas recomenda-se: abordagens em torno do mesmo assunto como estudos de peças com outra proposta de modelagem mais versátil e adaptável com o uso de materiais sustentável.

## REFERÊNCIAS

APPEN A. V.; PERRERA A. A. B. **O empoderamento da mulher através da expansão da fotografia de moda.** Curitiba PR: Ana Aran, 2016.

BOAVENTURA, Souza. **A construção cultural da igualdade e da diferença: a gramática do tempo.** São Paulo: Cortez, 2008.

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

CHARLES, J. H. **Fundamentos de Design de moda: Desenho de moda.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da língua portuguesa.** 6. ed. Curitiba PR: Positivo, 2019.

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

PINTO, C. R. J. Feminismo, História e Poder. **Rev. Sociol. Polít.**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v18n36/03.pdf>. Acesso em: 08 set. 2019

LÖBACH, B. **Design industrial: Base para a configuração dos produtos industriais.** São Paulo: Edgard Blucher, 2001.

LISBOA K. T. **O Empoderamento como estratégia de inclusão das mulheres nas políticas sociais.** Florianópolis: Teresa, 2008.

MARTINS, M. A. **A busca pelo empoderamento feminino ao longo da história e coco Chanel como ícone das mudanças na vida da mulher do século XX.** Bauru SP: Maria Angélica, 2019.

MONTEIRO K. F.; GRUBBA L.S. **A Luta das mulheres pelo espaço público na primeira onda do feminismo: de sufragettes às sufragistas.** João Pessoa: Kimberly - Leilane, 2017.

MENDES, R.S.; VAZ O.J.B.; CARVALHO F.A. **O movimento feminista e a luta pelo empoderamento da mulher**. Paraíba: Raiana, 2015.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. Tradução: José Manuel de Vasconcelos. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

RECH, S. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: Udesc, 2002.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e design**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

SILVA, R.C. T, **Design de Superfície Têxtil: Além da imagem estampada**. São Paulo: Taina 2016.

SARDENBERG. C.M.B. **Conceituando “Empoderamento” na perspectiva Feminina**. Salvador BH: Cecília, 2019.

TREPTOW, D.E. **Inventando moda: Planejamento de coleção**. 5. ed. São Paulo: Doris Treptow, 2013.

WGSN. **Manifesto criativo**. [S.l.], 2019. Disponível em: <http://www.cusiglas.com/siglade/wgsn-worth-global-style-network.php>. Acesso em: 10 ago. 2019.

ZANELLA, L. C. H. **Metodologia de estudo e de pesquisa**. Florianópolis: UFSC; Brasília: CAPES UAB, 2009.

### APÊNDICE A – Mix de Produto

O mix de produto terá peças comerciais e conceituais, sendo elas, vestidos, saia, top, cropeed, calça Flare e macaquinho. Nas famílias cada uma terá uma linha de pensamentos dos looks entre si. A primeira Família as faixas ficam em evidencias. A segunda é a estampa usada em todos os três looks. E a terceira são os ombros mais estruturados.

Planilha do Mix de Produto

| COLEÇÃO:                   |                    |         |                |                            |             |            |         |                     |         |                       |  |
|----------------------------|--------------------|---------|----------------|----------------------------|-------------|------------|---------|---------------------|---------|-----------------------|--|
|                            |                    |         |                |                            |             |            |         |                     |         |                       |  |
| Família 1 – Nome do tecido |                    |         |                | Família 2 – Nome do tecido |             |            |         | Família 3 - estampa |         |                       |  |
| Looks                      | Look 1             | Look 2  | Look 3         | Look 4                     | Look 1      | Look 2     | Look 3  | Look 1              | Look 2  | Look 3                |  |
| Top                        | VESTIDO COM FAIXAS |         | CROPED         | TOP OMBRO A OMBRO          | REGATA      |            |         | TOP                 |         |                       |  |
| Bottom                     |                    |         | CALÇA FLARE    | CALÇA PANTACUR             | CALÇA FLARE |            |         | SAIA                |         |                       |  |
| Outwear                    |                    |         |                |                            |             |            |         |                     |         |                       |  |
| One Piece                  |                    | VESTIDO |                |                            |             | MACAQUINHO | VESTIDO |                     | VESTIDO | VESTIDO CURTO E LONGO |  |
| Complementos               |                    |         | GOLA REMOVIVEL | CINTO                      | CINTO       |            |         | CINTO               |         |                       |  |
| Total:                     | 18                 |         |                |                            |             |            |         |                     |         |                       |  |

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 15 - Família 01 do Mix de Produto

Nome: JADILAINE

Coleção: PEQUENAS EMPODERADAS

Estação: VERÃO

**FAMÍLIA 1**



CORES



MIX DE PRODUTOS

| Looks        | Look 1             | Look 2  | Look 3         | Look 4            |
|--------------|--------------------|---------|----------------|-------------------|
| Top          |                    |         | CROPED         | TOP OMBRO A OMBRO |
| Bottom       |                    |         | CALÇA FLARE    | CALÇA PANTACUR    |
| Outwear      |                    |         |                |                   |
| One Piece    | VESTIDO COM FAIXAS | VESTIDO |                |                   |
| Complementos |                    |         | GOLA REMOVIVEL | CINTO             |
| Total: 08    |                    |         |                |                   |






Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 16 - Família 02 do Mix de Produto

Nome: JADILAINE  
Coleção: PEQUENAS EMPODERADAS  
Estação: VERÃO

**FAMÍLIA 2**

CORES

**MIX DE PRODUTOS**

| Looks        | Look 1      | Look 2     | Look 3  |
|--------------|-------------|------------|---------|
| Top          | REGATA      |            |         |
| Bottom       | CALÇA FLARE |            |         |
| Outwear      |             | MACAQUINHO | VESTIDO |
| One Piece    |             |            |         |
| Complementos | CINTO       |            |         |
| Total:9\$    |             |            |         |

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 17 -Família 03 do Mix de Produto

Nome: JADILAINE  
Coleção: PEQUENAS EMPODERADAS  
Estação: VERÃO

**FAMÍLIA 3**

CORES

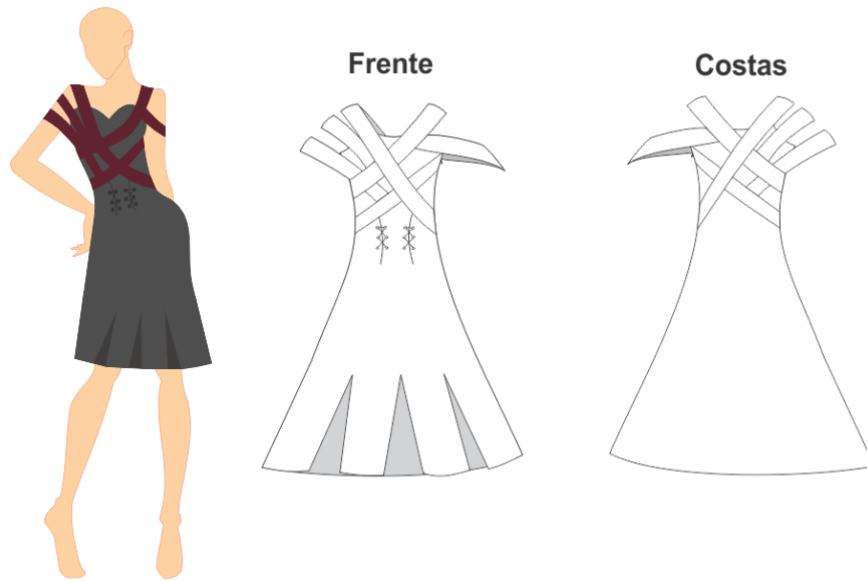
**MIX DE PRODUTOS**

| Looks        | Look 1 | Look 2  | Look 3                |
|--------------|--------|---------|-----------------------|
| Top          | TOP    |         |                       |
| Bottom       | SAIA   |         |                       |
| Outwear      |        |         |                       |
| One Piece    |        | VESTIDO | VESTIDO CURTO E LONGO |
| Complementos | CINTO  |         |                       |
| Total:0\$    |        |         |                       |

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

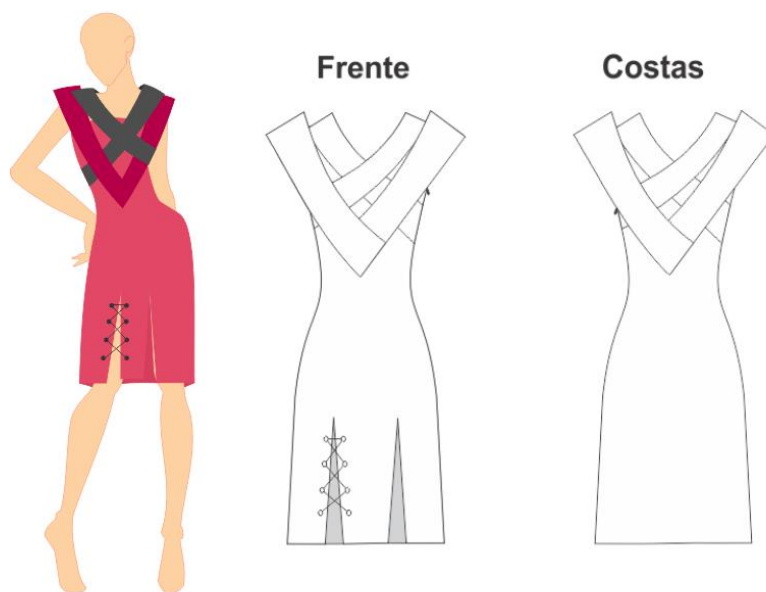
## APÊNDICE B - Looks e Desenhos Técnicos

Figura 18 - Look 1



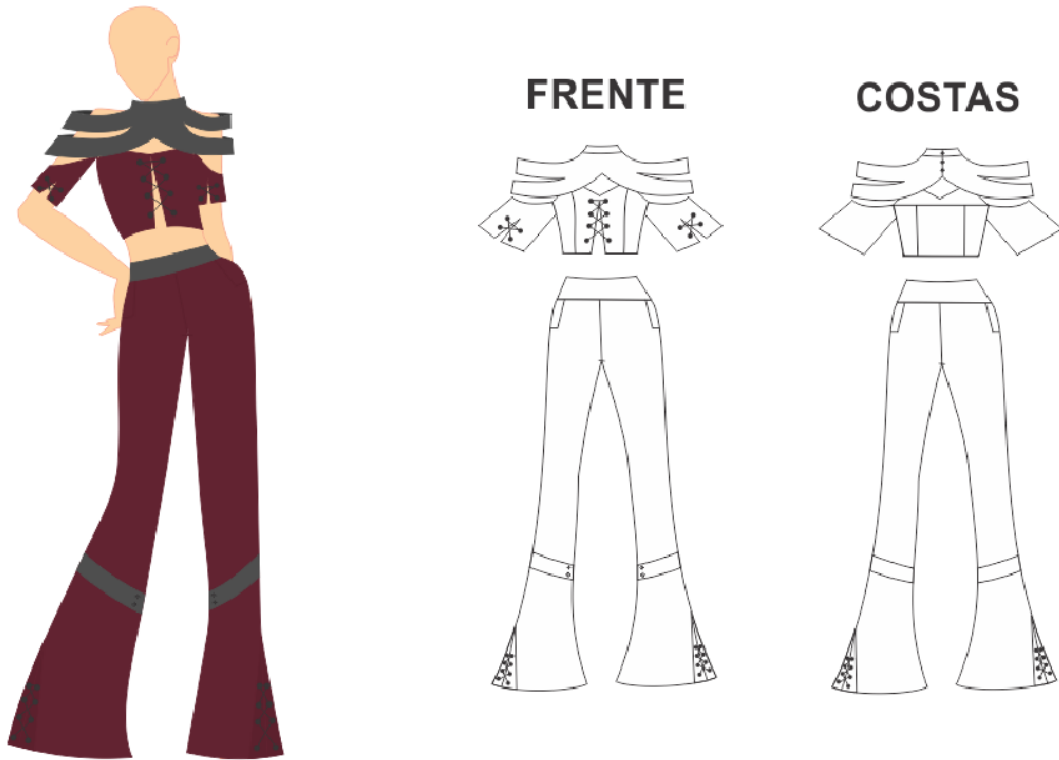
Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 19- Look 2



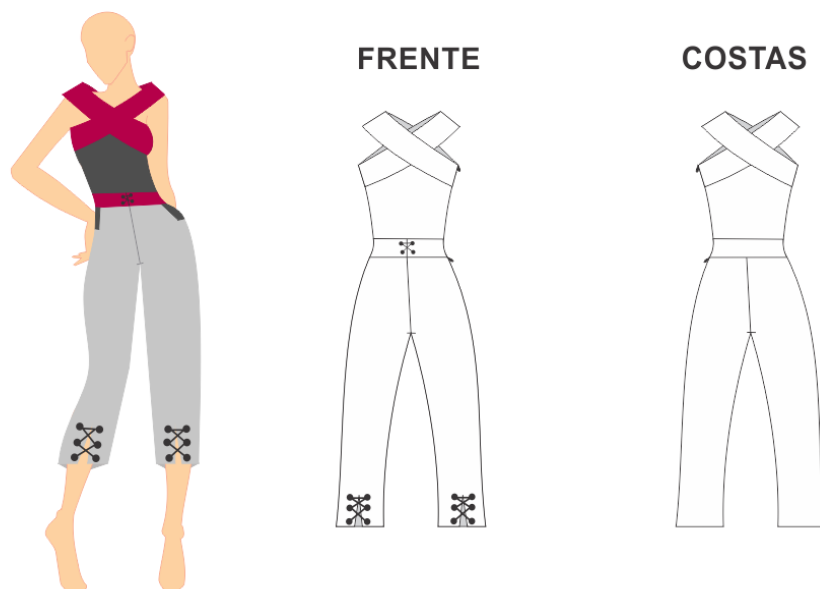
Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 20 -Look 3



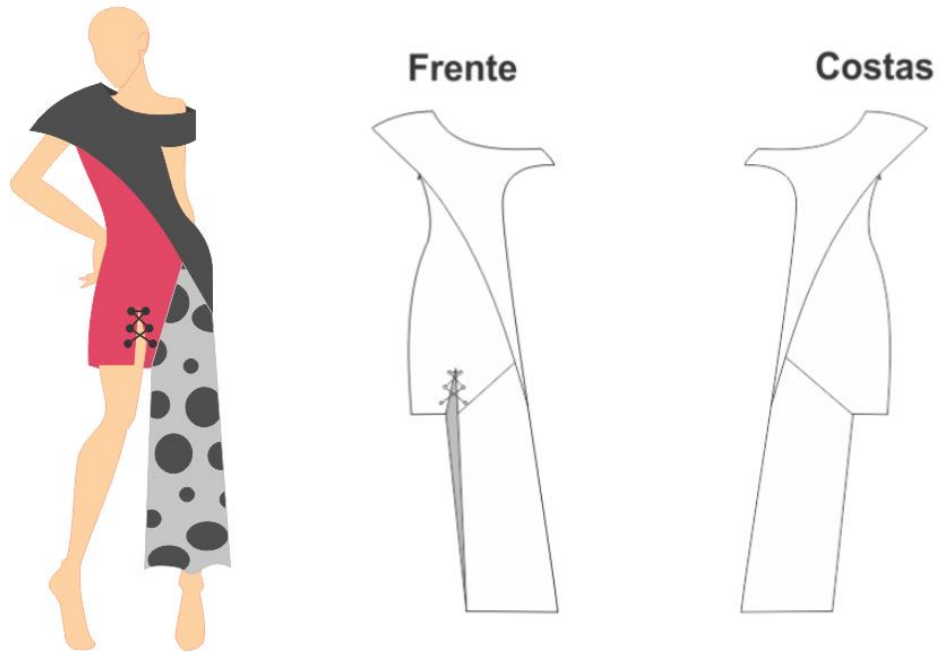
Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 21 -Look 4



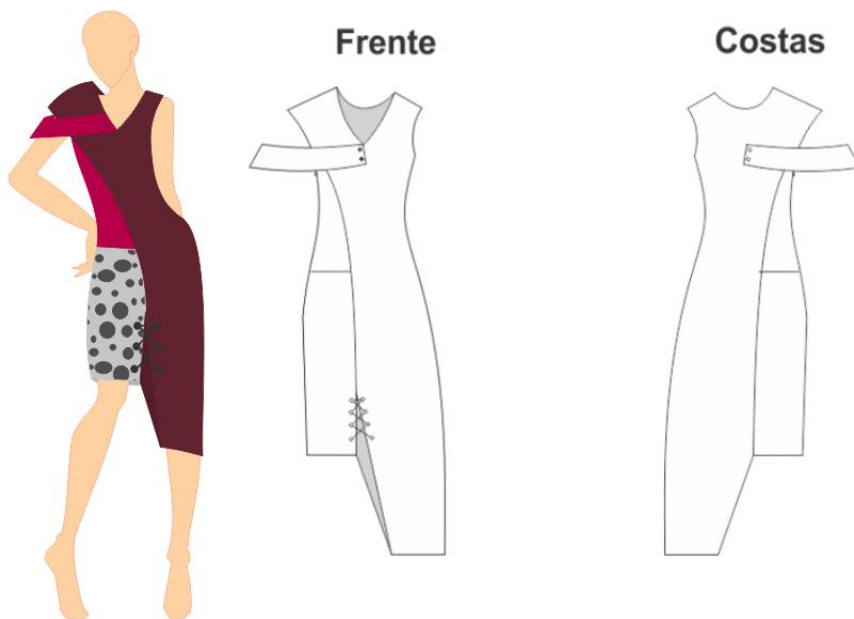
Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 22 - Look 5



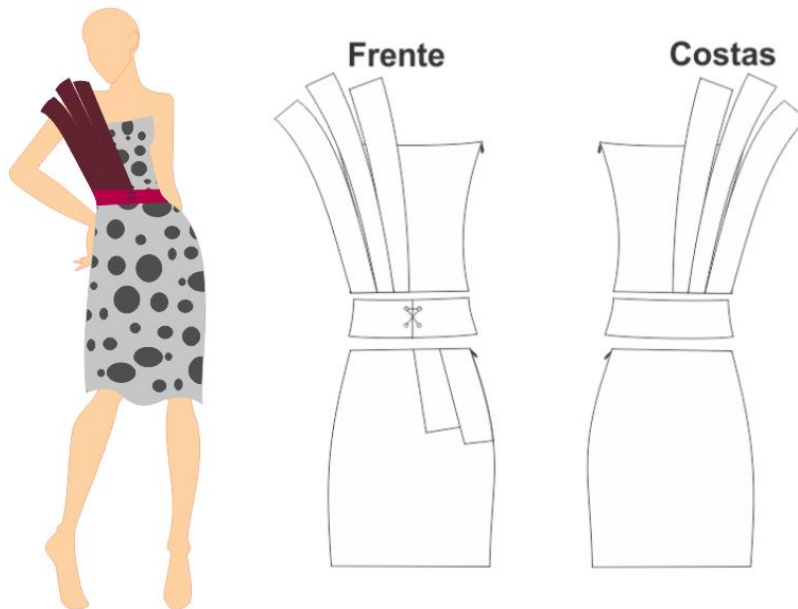
Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 23 -Look 7



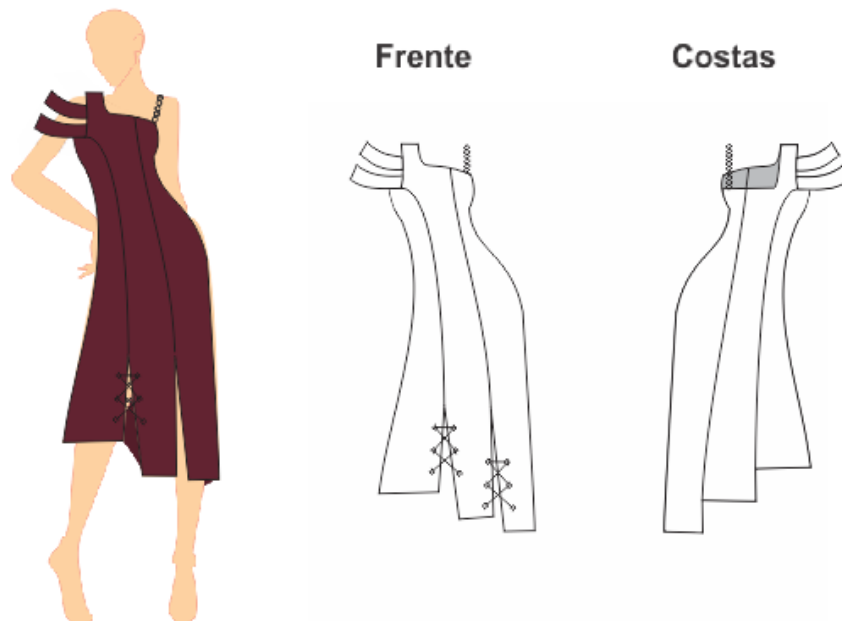
Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 24 - Look 6



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

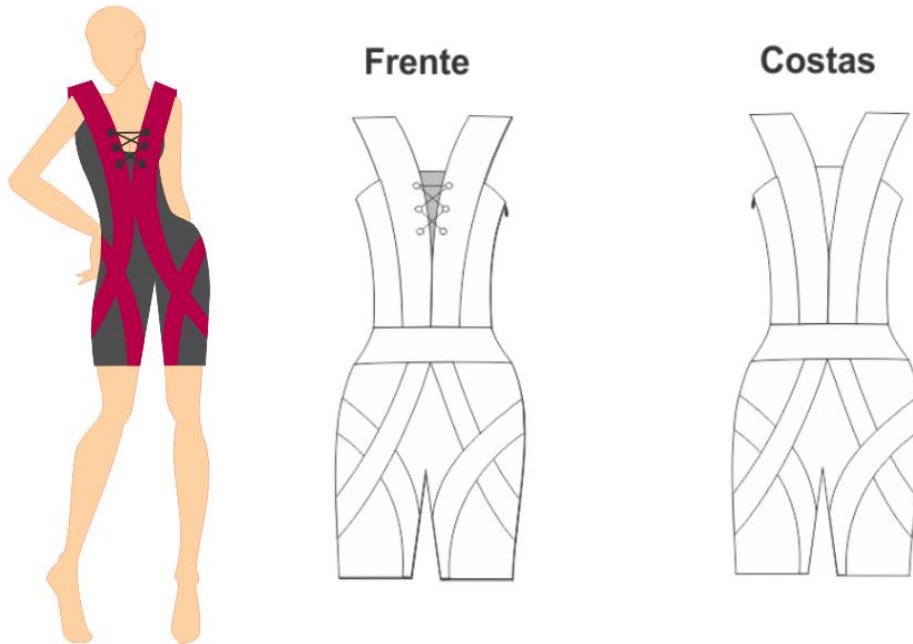
Figura 25 - Look 8



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

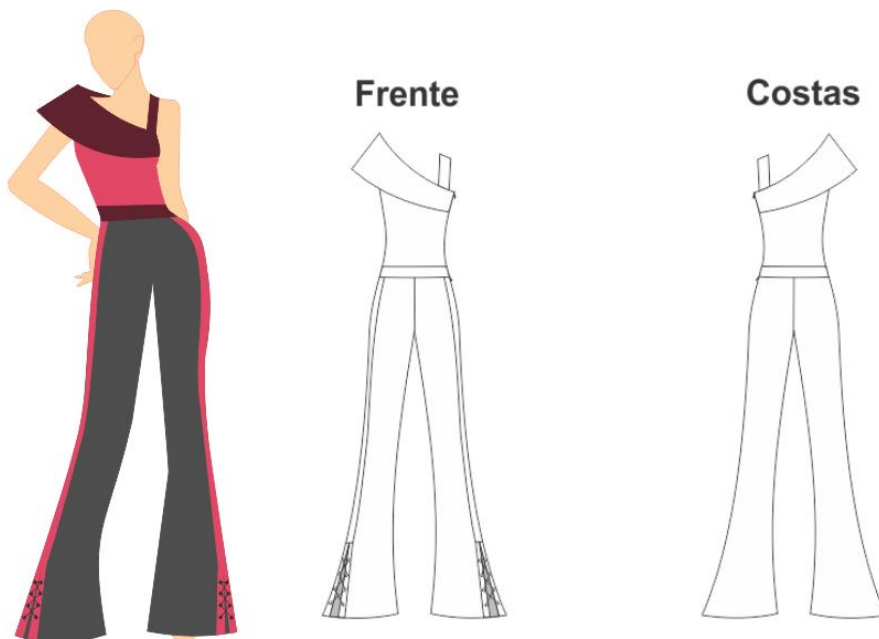


Figura 26 - Look 9



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Figura 27 - Look 10



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

## **AGRADECIMENTOS**

Venho primeiramente agradecer a Deus, que me deu forças para chegar até este presente momento. A meus pais Dirce Frances e Jaconias dos Santos que sempre estiveram ao meu lado, por não deixarem desistir, a meu esposo, Leandro Ferreira que teve a paciência ao longo desse tempo, a Coordenadora do Curso Professora Geanine Martins, que também sempre me incentivou a não desanimar dessa grande batalha, e também a todos os professores que estive junto ao longo desses 3 anos. Jamais poderia esquecer a minha querida Orientadora Fernanda Trentini, que ao longo desse tempo pegou firme comigo em todas as etapas. As vezes precisou ser dura comigo, sendo necessário para agora estar aqui finalizando este trabalho. E também agradeço a todos os colegas de sala que também foram de uma grande importância para chegar ao final deste curso.