

COLEÇÃO DE MODA PARADÓXO DA PRESSÃO DA “BELEZA IDEAL”: SER PERFEITA, MAS NÃO O SUFICIENTE ¹

Louise Amábile dos Santos ²

Bruna Lummertz Lima ³

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo o desenvolvimento de uma coleção de moda, tendo como inspiração os Transtornos Alimentares. Diante deste contexto, buscou-se levantar dados sobre as “amarras” da ditadura da beleza, ressaltando como a mídia e moda exercem grande influência para o fortalecimento da mesma, aumentando o índice de insatisfação e conseqüentemente, o risco das pessoas, em sua maioria mulheres, desenvolverem algum transtorno alimentar e de autoimagem. A coleção de moda *The Paradoxo of Beauty*, tem como objetivo ilustrar a resistência à imposição dos padrões, junto a liberdade de expressão, manifestando a beleza da singularidade. Para sustentação do projeto, foi realizado um estudo bibliográfico sobre a influência da mídia e/ou mercado da moda em relação ao sujeito, e os efeitos que tal prática causa no psicológico do indivíduo, posteriormente, manifestando-se pelo corpo, através dos transtornos. A coleção desenvolvida ilustra frases empoderadoras, ou rótulos, que o corpo social impõe. Desse modo, espera-se como resultado que a coleção desenvolvida, provoque o questionamento e a desconstrução de paradigmas ainda tidos como ideais, considerando que, beleza é uma construção social, usada apenas para alimentar um sistema.

Palavras-Chave: Anorexia. Bulimia. Transtorno alimentar. Mulheres. Coleção de Moda.

1 INTRODUÇÃO

Considerada a líder em análises e previsões de tendências e pesquisa em serviço de moda e estilo, a World Global Style Network (WGSN), fundada em 1998 na cidade de Londres, foi a primeira a combinar tecnologia e criatividade para atender as demandas da indústria criativa (WGSN, 2019).

Em 2018/2, a empresa divulgou várias macrotendências, entre elas a tendência chamada manifesto criativo. Essa tendência revela, como a sociedade vem buscando cada vez mais a verdade e transparência. Demonstra como a criatividade e a autoexpressão são essenciais para a ruptura de uma série de

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 XX de XXX de XXXX

2 Discente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: louisea.ds@hotmail.com

3 Orientador. Docente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: bruna.lummertz@ifsc.edu.br

pensamentos e comportamentos, que não motivam nenhum tipo de mudança, se limitam a um falso sentimento de segurança, que impede o avanço (CASTRO, 2018).

Sistemas, normas e padrões, antes aceitos, que conduziam comportamentos, serão ainda mais questionados, originando um desconforto comum. Esse mesmo desconforto gerará o medo de fracassar, estimulando e encorajando a ação (POR REDAÇÃO, 2017).

Para o profissional que trabalha com a criatividade, o rompimento da zona de conforto, ou seja, dessa falsa sensação de segurança que estagna o desenvolvimento, é essencial, uma vez que a pressão e o medo servem de inspiração para a eclosão de novas alternativas, não só como produtos ou serviços, bem como sistemas inovadores, apostando em mudanças. Esses mesmos profissionais serão fundamentais para aperfeiçoar o design, à vista disso, mentes inovadoras conduzirão o futuro (POR REDAÇÃO, 2017).

Por meio dessa macrotendência, chamada manifesto criativo, foi extraído o subtema, O Paradoxo da Pressão da “Beleza Ideal”: ser perfeita, mas não o suficiente, que servirá de base para o desenvolvimento da coleção de moda, *The Paradox of Beauty*. O subtema foi obtido, partindo da ideia do rompimento de normativas sociais construídas, e tidas até a atualidade como corretas ou normais.

Com um corpo social acostumado à subjetividade ao longo de toda sua história, habituado a não questionar paradigmas, torna-se fácil a manipulação e o poder da classe hegemônica sobre a massa. Ideias como a idealização de corpos, o padrão de beleza, e a magreza como sinônimo de saúde e sucesso, podem, e trazem consequências, muitas vezes irreversíveis, resultando em distúrbios alimentares e psicológicos, produzindo uma sociedade doente e consumista.

O objetivo da ditadura da beleza é estimular a insatisfação. Pois pessoas bem-humoradas tranquilas e satisfeitas com seu próprio corpo, não veem a necessidade de consumo exacerbado, consomem de maneira inteligente, não vivem a obsessão de trocar de celular, de roupas ou sapatos. Esses indivíduos projetam sua insatisfação no ter, conseqüentemente consomem mais, porém, sentem cada vez menos (CURY, 2005).

Nesse sentido, o desenvolvimento da coleção de moda proposta neste

projeto, busca provocar o questionamento sobre tais normativas, e um padrão de beleza construído, e sustentado por um sistema que só visa o consumo. Com a formação de padrões rígidos, no que diz respeito à aparência e comportamento, o público feminino torna-se o mais atingido. Em vista disso, a coleção procura evidenciar os diferentes tipos de corpos, transmitindo a ideia de que cada indivíduo possui beleza única, que deve ser entendida, nunca rejeitada.

1.1 Formulação do problema

Neste sentido, baseando-se nos modelos atuais de beleza estabelecidos pela sociedade, respaldado em modelos de corpos magros, longilíneos, de cabelos longos e lisos, preferencialmente de olhos claros, ou seja, análogo ao padrão caucasiano, o presente artigo tem como propósito responder a seguinte pergunta que o norteia. Como uma coleção de moda feminina, pode auxiliar na dissolução de padrões de beleza determinados pela mídia e fortificados pela sociedade? Posto que a moda foi e ainda é, uma das maiores colaboradoras pela fixação de estereótipos, por estar fortemente vinculada ao mercado.

Com as exigências do mercado, e uma sociedade moderna que se encontra cada vez mais rígida quanto a aparência e comportamentos, as mulheres são as mais atingidas por esses modelos. Essas imposições podem gerar uma série de transtornos, corporais ou psicológicos, como depressão, ou de ambos os campos, como o TDC, Transtorno Dismórfico Corporal.

Tendo ainda a perspectiva de que a moda é ainda uma das grandes colaboradoras e criadoras de parâmetros de beleza, pouco a pouco a mesma busca a transformação desse quadro, inserindo novos modelos de “beleza”, colaborando para autoexpressão e autoaceitação. Entretanto, mesmo com essa inserção de novos modelos de corpos e possibilidades, pode-se afirmar que, é uma ilusão acreditar numa possível dissolução de qualquer padrão, através de uma multiplicação de novos padrões, resultando em mais um truque de mercado (LAURO, 2013).

1.2 Justificativa da pesquisa proposta

Com o crescimento do mercado da beleza, o Brasil lidera o *ranking* de cirurgias estéticas mensais, atingindo o número de 90 mil procedimentos anualmente, somente entre jovens até 18 anos (TALAMONE, 2018). Tal número fundamenta facilmente os 77% de jovens, somente da região de São Paulo que apresentam ou apresentarão algum tipo de distúrbio alimentar (SES SP, 2014).

Segundo pesquisa realizada em 2018, pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), cerca de 1 a 5% da população brasileira sofre de algum tipo de distúrbio alimentar, sendo os mais frequentes, a anorexia e bulimia, podendo levar a óbito, sem o tratamento e acompanhamento adequado (UFJF, 2018).

Esses dados demonstram de forma clara como a insatisfação e a procura pelo ideal tornam-se mais frequente, transformando-se numa epidemia. Paralelo ao sentimento de insatisfação, transtornos alimentares ou psicológicos o acompanha, entendidos ainda, em alguns consultórios médicos, como algo superficial, mas que atinge muitos de forma silenciosa e mascarada. Esse movimento conhecido como a Ditadura da Beleza, cultua a prisão da busca pelo “belo”.

Segundo o sociólogo especialista em Saúde Pública, Francisco Romão Ferreira, professor da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), esse fenômeno conhecido como ditadura da beleza, penaliza, mas também banaliza o sujeito. O professor destaca que há uma preocupação excessiva com o corpo, não somente em termos de cirurgias plásticas, mas a quantidade de academias e salões de beleza vem crescendo gradativamente no território brasileiro. Essa preocupação estética exacerbada está sendo naturalizada e não para de crescer (FRANCO, 2018).

Nesse âmbito, a coleção de moda expressará os efeitos que esse tipo de movimento, tem sobre o corpo social. Conjuntamente, vale salientar a importância da moda para a ruptura desses modelos, mesmo sendo vista ainda, como reforçadora e idealizadora de padrões. Atualmente ela se torna um instrumento para a autoexpressão, transformando-se numa linguagem global, ganhando mais poder de influência por estar unida ao mercado, proporcionando a implantação de inovações, provocando o desconforto que estimulará a busca pelo “novo” e a desconstrução da ideia do ideal.

1.3 Objetivo geral

Desenvolver uma coleção de moda feminina, com a intenção de explorar a autoexpressão, a autoaceitação, por conseguinte, apresentando os diferentes tipos de beleza e corpos.

1.4 Objetivos específicos

- a) Pesquisar sobre a Ditadura da Beleza;
- b) Analisar como a moda pode, e auxilia para o rompimento de padrões;
- c) Pesquisar público-alvo, e seu estilo de vida;
- d) Definir as parâmetros de moda;
- e) Desenvolver um book de moda que evidencie a autoexpressão do público feminino, e sua beleza;
- f) Confeccionar dois looks e apresentá-los em desfile.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Neste tópico serão abordadas as contribuições científicas que embasarão esse artigo.

2.1 Apresentação do tema

A partir da macrotendência manifesto criativo, ideais e ideias antes aceitas, poderão ser mais facilmente desfeitas ou transformadas, contribuindo para quebra de referências e valores enraizados, auxiliando para uma maior expressão e transparência e abertura de novos modelos de beleza, cedendo vós para o que era entendido como destoante.

Sob uma pressão constante para se enquadrar em padrões que foram criados e aceitos como corretos e belos, pessoas mutilam seu corpo e psicológico, tentando se enquadrar, se limitar, motivadas principalmente pela busca da aceitação social. A ditadura da beleza faz, em geral, as mulheres como vítima, através de comerciais e revistas, impondo o que seria “belo” ou o “aceito” (MENEZES, 2006).

Difundida pela mídia, a ideia do corpo perfeito leva em sua maioria, as mulheres, a uma insatisfação com seus corpos, odiando-os e submetendo os mesmos à dietas restritivas, na tentativa de adequar-se ao modelo cultural. Dessa forma, aumenta-se a equação: Felicidade e Beleza = Consumo (KUTSCKA, 1993).

Em uma pesquisa desenvolvida na Tanzânia, envolvendo 214 mulheres de 13 a 30 anos, apontou que há uma relação direta entre a exposição à mídia e os transtornos psicológicos, sendo aquelas com maior número e severidade de sintomas de distúrbios, eram as que detinham de maior acesso à internet, TV e cinema (EDDY; HENNESSEY; BRENNER, 2007).

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para fundamentar esse tópico foram utilizados diversos textos e artigos de pesquisa, relevantes ao assunto abordado.

3.1 A “Beleza” ao longo da história

O termo grego mais próximo para beleza é *Kalón*, significa aquilo que agrada que atrai o olhar ou admiração. Contudo a esse termo não tinha uma definição clara para os antigos gregos, como exemplo o filósofo Platão, entendia a beleza no conhecimento, ou seja, referia-se à valores pertencentes a personalidade (DOMINGUES, 2015).

Segundo Pereira (2018), ainda na Grécia antiga, o termo belo não era atribuído à pessoas, mas principalmente a objetos. Este fato elucidava o motivo da mulher até os dias atuais, ainda sofrer a pressão social para adequar-se a padrões de beleza, visto que ao longo da história, sempre foi tida como objeto, pertencente ao marido, filhos, ou pais, como pode ser observado na constituição portuguesa, até meados de 1970.

Este autor ainda questiona sobre quem estabelece o padrão de beleza, e se há realmente um a ser seguido, levando em conta a existência de um modelo, então, há uma parcela da sociedade que não o segue, ou seja, a parte da população que não é detentora de poder econômico. O autor afirma que o padrão, é sempre estabelecido e criado por uma pequena parcela da sociedade, pela classe

hegemônica, ou seja, aquela que detém de maior poder econômico. Como exemplo, toma o período da renascença, onde figuras entendidas como belas eram as mais volumosas, extremamente brancas e/ou sempre apareciam deitadas, em outros termos, as classes com melhor condição econômica da época (PEREIRA, 2018). Tal fato reforça a visão de Weigl (2014), no qual afirma que a forma física ou aparência eram colocadas a serviço de propósitos sociais, governamentais ou até mesmo religiosos.

De acordo com Weigl (*apud* SANT'ANNA, 2001) “Na Pré- História, o corpo era arma de sobrevivência, a fim de caçar e correr dos predadores, mas nas primeiras civilizações, os treinos e as atividades sempre estiveram voltados a necessidades coletivas, como guerrear”.

Já em outra fase da história, a religião moldou a visão sobre questões relacionadas ao corpo. Conforme citado por Ferla (UNIFESP), “como o corpo era considerado sagrado, a Igreja proibia dissecações e estudos de cadáveres”, que, somente nos séculos XV e XVI, pode-se indicar uma nova perspectiva, mais individualizada (*apud* WEIGL, 2014).

Durante a pré-história, descoberta pelo arqueólogo Josef Szombathy em 8 de agosto de 1908, a peça de 28 mil anos, denominada *A Vênus de Willendorf*, simbolizava o modelo de beleza feminino, podendo ter sido usada em rituais de fertilidade, possivelmente, por representar a fecundidade (WEIGL, 2014).

Figura 1: A Vênus de Willendorf



Fonte: Público (2018).

De acordo com Nascimento (2019), devido ao poder que a igreja exercia sobre o corpo social na época, a Idade Média, foi um período em que o pensamento

esteve inteiramente voltado ao divino, de modo, que preocupações voltadas ao corpo, simbolizavam uma afronta a este ideal. O nu, assim como, cuidados com o corpo, perderam espaço, sendo considerados costumes profanos, ou seja, não pertencentes ao âmbito sagrado. Por isso, as vestes eram alongadas, com mangas compridas, com até mesmo adereços na cabeça. Por conta da relação com a Igreja, figuras como a Virgem Maria eram consideradas como exemplo do belo, estreitamente ligado ao sagrado.

De acordo com Eco (2010), teólogos e pesquisadores da época que discutiram sobre o padrão de beleza na Idade Média, eram todos pertencente à Igreja. Como a Igreja detinha de padrões rígidos, refletir sobre a beleza, especificamente sobre a beleza feminina, era interpretado como algo imoral e pecaminoso. Como citado anteriormente a virgem Maria era a única figura feminina bela e inocente. A mulher considerada bela no período, era a figura do mal na terra, despertava desejo e culpa. Portanto, diante da figura feminina, havia um olhar dualista na época da Idade Média, o sagrado e o mundano.

Já no período do renascimento, século XVI, os valores humanistas e artísticos eram resgatados, trazendo junto a si o apreço pelos padrões da Antiguidade. Retratado por Botticelli (1485) a obra *O Nascimento de Vênus*, apresenta deusas, ninfas e semideuses despidos. As mulheres com longos cabelos, formas roliças e volumosas, traduzem a beleza da época (WEIGL, 2014).

Figura 2: O nascimento de Vênus



Fonte: Arte e Artistas (2016).

De acordo com Lima (2010), foi a partir do século XVII, o ideal de beleza feminino impôs formas mais delicadas. A cintura tornou-se mais fina através dos espartilhos, a boca menor, e a pele mais clara, essa entendida como símbolo de beleza e realeza. O estilo neoclássico trouxe formas fluídas e leves, abandonando o espartilho. Posteriormente o mesmo voltou com um novo material, barbatana de baleia, onde até crianças eram submetidas ao uso, tal ornamento causava grande desconforto e exercia uma grande pressão nos órgãos internos, levando a perfuração dos mesmos e morte.

Segundo Winterman (2013), a dieta tornou-se um grande negócio nos séculos seguintes, XVIII e XIX, onde a magreza ganhou espaço por conta de modelos famosas e a necessidade de se parecer com as mesmas. Estima-se que nesse período tenha surgido a dieta da tênia, uma das mais famosas e perigosas na época, que previa a ingestão de vermes, os quais cresciam e viviam nos estômagos, consumindo as calorias. Uma vez que o sujeito atingisse o peso desejado, os vermes, que poderiam ultrapassar 9 metros, eram mortos com auxílio de pílulas. Essa dieta causava uma série de complicações, entre elas demência, meningite ou até epilepsia.

De acordo com Lima (2010), o século XX, trouxe consigo a liberação dos costumes. Pode-se expor mais o corpo e conseqüentemente levando a uma maior preocupação com a aparência. Em 1920 os espartilhos foram substituídos pelo sutiã, graças a emancipação da mulher. Segundo Human (2017), foi especificamente nas décadas de 1940 e 1950, que astros de *Hollywood*, se tornaram um dos principais meios para estipular padrões de beleza, como *Marilyn Monroe*, que chamava atenção com seus quadris largos, seios fartos e conseqüentemente sua sensualidade.

Posteriormente, nos anos 1960, a modelo, atriz e cantora britânica *Twiggy*, se tornou uma das grandes influências da época. Podendo ser considerada uma das primeiras supermodelos no período, seu corpo magro, pequeno, cabelos loiros e curtos, imensos olhos e com ausência de curvas (HUMAN,2017).

Lembrada como a década do movimento *hippie*, que pregava o amor e a paz, a década de 1970, foi marcada por movimentos sociais, como artísticos, à liberdade de expressão e ao meio ambiente. Conseqüentemente, esses movimentos

influenciaram nos valores sociais da época, o cuidado com a saúde e a beleza se tornaram maiores e a naturalidade das formas era mais valorizada (DENCK, 2018).

Já no período de 1990, a modelo *Kate Moss*, surgiu como ícone da época, opondo-se ao padrão anterior (década de 1970), com curvas e aparência saudável, instaurando a ditadura da magreza, que perdura até os dias de hoje, tendo como modelo Gisele Bündchen (LIMA, 2010).

É possível notar que, o padrão de beleza vem se modificando mais rapidamente, com objetivo de atender o mercado. Quando se tenta atingir um determinado padrão de beleza, conseqüentemente tende-se a consumir mais produtos e/ou serviços, movimentando assim, a indústria da beleza e moda. Ou seja, a mídia e o mercado geram a insatisfação, que aumenta o consumismo, que movimenta o capitalismo. Se a sociedade mantivesse um pensamento crítico, possivelmente perceberia a enfermidade que permeia os padrões de ideologia dominantes (LIMA, 2010).

O mercado da beleza é o que mais cresce no mundo, e desconhece a crise econômica mundial. Beleza é essencial na sociedade atual, e sentir-se bem é fundamental, mas o grande problema é quando essa preocupação deixa de ser saudável e se torna uma obsessão, onde as pessoas tornam-se escravas da mídia e do mercado da moda, comprometendo a própria saúde em busca do “ideal” (CARLINI; GALLAS; SILVA).

De acordo com Buonocore (2016), vivemos atualmente numa sociedade, onde a ideia do “belo” é estabelecida pela mídia, e se torna inatingível, impondo a magreza e o corpo sarado, pele e cabelos perfeitos, como modelos a serem seguidos. Esse conceito de beleza construído socialmente, não tem como foco cuidar da qualidade de vida das pessoas, mas aumentar o consumismo e a ansiedade. Esse ideal pode potencializar o desenvolvimento de distúrbios psicológicos, transtornos alimentares e consumistas.

Deste modo, não importa os apelos do mercado da beleza, e conseqüentemente da grande mídia, que se fixam na magreza e no rejuvenescimento como ideais, já que cada indivíduo tem uma beleza única e precisa ser entendida e sentida como natural. É necessário encontrar um equilíbrio na busca do bem-estar com o corpo, sem esquecer a saúde mental. Ser saudável

não significa ter um corpo magro e belo, mas sentir-se feliz e bem consigo mesmo (BUONOCORE, 2016).

3.2 Do belo à obsessão

O assunto beleza e perfeição atingiram o ponto de transformar-se em transtornos alimentares acompanhado de conflitos de autoimagem. Esses mesmos transtornos alimentares ou de autoimagem, possuem origens neuroquímicas e/ou genéticas, estreitamente relacionadas com a diminuição de concentração de serotonina, o hormônio responsável por regular o humor, sono, apetite, ritmo cardíaco, sensibilidade e funções intelectuais.

Quando este hormônio se encontra em baixa concentração no organismo, pode causar mau humor, ansiedade ou mesmo depressão, algumas dessas mesmas características, são facilmente encontradas em pacientes com as disfunções citadas acima. No entanto, estudos recentes apontam que, fatores ambientais e sociais podem estar intimamente relacionados, ou são potencializadores, para o surgimento desses problemas.

Os transtornos referentes a imagem, se caracterizam por uma distorção à autoimagem real, seja por uma preocupação excessiva, por defeitos corporais imaginados, ou quase imperceptíveis, mas grandes o suficiente para dar origem a um problema (ERIKSSON, 2019).

A preocupação excessiva com a imagem e a necessidade de se enquadrar a um padrão surge com a influência da mídia, revistas e/ou programas de TV. Pessoas que se reconhecem fora do padrão sentem-se insatisfeitas, demonstrando que a satisfação corporal não está ligada a um organismo saudável. A Autoimagem é como o corpo se apresenta (DUTRA; STANCKE, 2017).

Desta forma, o conflito da imagem corporal juntamente com a satisfação/insatisfação pode resultar em distúrbio nutricional (obesidade) e/ou em distúrbios psicológicos (bulimia e anorexia). Concomitante a literatura relata que a imagem corporal sofre alterações no decorrer da vida das pessoas. Sendo que, a sociedade em que vivemos é grande contribuinte para a formação do corpo ideal. (STANCKE, DUTRA, 2017, p. 2).

Pessoas que sofrem com esses distúrbios alimentares e psicológicos, tendem a negar a realidade que se encontram, e a doença torna-se um estilo de vida. O ser “magro” se torna sinônimo de beleza, *status*, sucesso pessoal e profissional.

A mensagem de que a beleza, felicidade e autovalor associam-se a um corpo magro

é constante, podendo gerar preocupações extremas com o peso e formato corporal. Nesse contexto, algumas pessoas procuram-se adequar a esse padrão de beleza, visando serem aceitas e valorizadas (DUTRA, 2005).

Anorexia deriva do termo grego “*an-*” deficiência ou ausência de, e “*orexis*”, apetite. Trata-se de um transtorno alimentar e de autoimagem, que atinge primeiramente o psicológico, no qual a pessoa passa a ingerir o mínimo possível de alimentos, demonstrando uma obsessão pela quantidade de calorias, gradualmente vai estabelecendo dietas cada vez mais restritas, podendo chegar ao jejum completo. Passa a emagrecer demasiadamente, normalmente ficando abaixo do peso considerado saudável para sua estatura, sendo que qualquer ganho de peso gera sentimento de pavor e angústia (TESSARI, 2010).

Essa doença atinge em sua maioria, jovens do sexo feminino, influenciadas por modelos e a própria sociedade, responsável por criar moldes de beleza e comportamentos. Muitas, não têm a ciência que estão doentes, pois essa é uma doença silenciosa que se camufla, outras demoram a ter ciência, e após diagnosticadas, tendem a negar a existência da mesma (TESSARI, 2010).

Segundo Dutra (2005), a bulimia, é um transtorno caracterizado por episódios bulímicos, ou seja, após a ingestão de alimentos, relatam um sentimento de perda de controle sobre o comportamento alimentar, em seguida, como forma de punição e prevenção de ganho de peso, provocam vômitos, fazem uso inadequado de laxantes, ou praticam exercícios excessivamente.

Desse modo:

A pessoa com Bulimia, encontra-se presa a um ciclo vicioso iniciado com regimes rigorosos e dieta restritiva. Tais estratégias estabelecem um estado de privação que aumenta a probabilidade de engajamento em nova compulsão alimentar que, por sua vez, aumentam os comportamentos compensatórios, como o vômito (DUTRA, 2005).

Esses episódios geram sentimento de culpa, fracasso e medo de engordar. Já os comportamentos compensatórios geram alívio imediato, além de, culpa e vergonha (DUTRA, 2005).

A anorexia e outros distúrbios alimentares, como a bulimia, normalmente decorrem de momentos conturbados, como separação, perda de um parente, mudança de cidade. Isso não significa que sejam as reais causas, mas sim, facilitadores para o surgimento de possíveis distúrbios (SBEM CNPJ, 2007).

Já o tratamento para esses transtornos costumam ser em longo prazo, pois se precisa tratar o psicológico, para aceitar a ingestão de alimentos, e o corpo. Trata-se de uma fase extremamente difícil para o paciente e pessoas próximas, é necessário o acompanhamento médico, para evitar possíveis recaídas. É fundamental o acompanhamento de profissionais como, nutricionistas, psiquiatras, clínico e psicólogo (CARLINI; GALLAS; SILVA).

Os autores Bittencourt e Almeida (2013 apud PARISOLI, 2004), alertam para o fato de que os transtornos descritos acima seriam as consequências radicais da necessidade de controle sobre a vida a partir do corpo. Na contemporaneidade, com exigências da sociedade para ter-se sucesso e felicidade, continua aprisionando a mulher em um padrão; a mesma, para ser aceita, preciso moldar seu corpo de acordo como modelo estabelecido socialmente.

Essas pessoas que apresentam distúrbios alimentares, não são somente doentes ou vítimas de um sistema, são também, modelos que expressam e nos fazem entender as sociedades atuais, em que aprendemos que não há ganhado sem sacrifício. Quando o assunto se trata de anorexia e bulimia, essa máxima é levada ao extremo. Somos incentivados a sermos bem-sucedidos e, o entanto, associamos inconscientemente a magreza ao sucesso e felicidade. As pessoas com anorexia almejam essa felicidade e acreditam que não chegarão lá essa dor (BITTENCOURT; ALMEIDA, 2013).

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a metodologia foi utilizado e adaptado o modelo de Back et al. (2008).

4.1 Metodologia da Pesquisa

O presente artigo pode ser classificado metodologicamente de acordo com os critérios a seguir:

Tendo como finalidade a geração de conhecimento, e para a aplicação prática no desenvolvimento de uma coleção de moda a partir do estudo de transtornos alimentares, e como a sociedade e moda colaboram para mesmo, a pesquisa pode ser definida como aplicada, se direcionando à resolução de problemas.

Quanto aos objetivos, tem como instrumento a pesquisa exploratória, pois fundamenta-se em levantamentos bibliográficos e questionários, para investigar e obter familiaridade com o tema abordado, além de estudos sobre o psicológico do sujeito como vítima e a romantização da magreza excessiva na sociedade. O questionário foi desenvolvido e respondido por uma pessoa referente ao público-alvo, de maneira virtual, em março de 2019. Teve como objetivo o levantamento de dados, tanto referentes à traços de personalidade, quanto de comportamento da entrevistada. Com o questionário, pode-se recolher dados de grande importância para o desenvolvimento do artigo, principalmente no que tange as traços de personalidade, enriquecendo a descrição do público alvo.

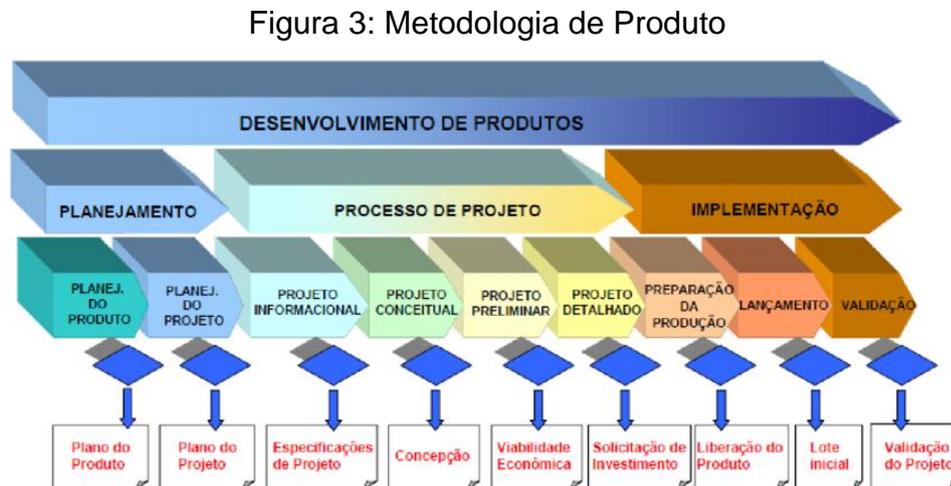
No que se refere aos procedimentos, é classificada de cunho bibliográfico, fazendo uso de artigos científicos e livros. Aborda temas sobre Ditadura da beleza, e a mulher como principal vítima, guiado por Augusto Cury no livro *Ditadura da Beleza* e outros artigos sobre o mesmo. Para discussão sobre Anorexia e Bulimia e suas causas, estatísticas e/ou psicológico do sujeito, fez-se uso de artigos científicos. Já com suporte da pesquisa documental, para enriquecer o presente projeto, foi utilizado filmes como, “*O mínimo para se viver*” ou “*A ilusão da beleza*”, e documentários tais como, “*Obsessões: corpos que gritam*”, exibido pelo *National Geographic*. Com elaboração de questionário, que aborda questões que buscam obter entendimento do que é considerado “belo” pela sociedade, fez-se uso de levantamentos.

Em relação à natureza, é considerada como pesquisa qualitativa, pois não pode ser traduzida em números, portanto será composta de pesquisa comportamental, visando o estudo do psicológico, e sobre a cultura do “belo” na sociedade. Esta pesquisa comportamental, feita por meio de questionários, tem como objetivo saber se os traços da personalidade entrevistada corresponde ao modelo idealizado anteriormente. Com base nisso será feito um estudo da pressão e obsessão que jovens têm sobre seu corpo e aparência, suas razões e consequências.

4.2 Metodologia do projeto de produto

Foi realizada pela autora uma adaptação o modelo de Metodologia de produto

Back et al. (2008), tendo como objetivo deste projeto a elaboração de uma coleção para o vestuário, e ele segue as seguintes fases apresentadas na figura 3:



Fonte: Back *et al* (2008).

a) Planos de projeto:

- Definir qual problema a ser solucionado, quais suas causas e sequelas, bem como quais recursos usar para a resolução do mesmo.

- Conceito da coleção: Que mensagem será passada com intermédio da coleção. Estudo sobre Ditadura da Beleza e o Paradoxo da Beleza.

b) Elaboração do projeto:

b.1) Projeto Informacional:

- Pesquisa do tema e subtema;
- Fundamentação teórica da problemática; de acordo com artigos e estudos feitos anteriormente.

- Definição do público-alvo: através de pesquisas e questionário.

- Definição de parâmetros de moda: escolha de formas, estampas e/ou adereços que serão utilizados para expressar a mensagem da coleção.

b.2) Projeto Conceitual:

- Geração de Alternativas: de acordo com o conceito e parâmetros de moda, selecionar ideias e croquis que estejam dentro da temática;

- Seleção de cores, harmonias, tecidos e aviamentos à serem usados na coleção;

- Seleção dos esboços

- Teste de cores sobre esboços selecionados;

b.3) Projeto Preliminar:

– Elaboração de *Book* com croquis, desenho técnico e painéis (conceito, lifestyle, parâmetros, cores e harmonias, materiais e aviamentos);

- Elaboração de modelagem e costura das peças testes;
- Modelagem e costura de peças finais.

c) Implementação:

- Modelagem e costura das peças finais;
- Defesa do artigo;
- Apresentação em desfile;
- Correção final de artigo.

5 BOOK DE COLEÇÃO

Nesta seção será apresentado o desenvolvimento e o Book de coleção final.

5.1 Reflexão acerca do tema

Levando em conta o sentido tradicional e/ou político, muitos acreditam que os regimes ditatoriais, ficaram no passado, ou que estão somente nos livros. Quando na verdade, mudaram-se só os ditadores. Só pelo fato de ter que se esforçar, ou lutar por um espaço, para mostrar que o ideal de beleza, depende dos olhos que o vê, demonstra como esse sistema, é eficaz em nos manipular.

É de fácil entendimento, que a ideia do “belo”, depende muito do contexto histórico e social, ou seja, como qualquer outro valor, é mutável. Em nossa sociedade atual não é diferente, uma pequena parcela de nossa sociedade, ou seja, aquela que detém de um poder econômico alto, determina o que é belo ou o que não é. O fato é que, esse padrão criado, não se restringe somente a essa parcela, mas atinge todos. O objetivo da ditadura da beleza é apenas estimular a insatisfação, fazendo a sociedade consumir e assim alimentar um sistema.

A figura da mulher, apesar de inúmeras conquistas, nesse contexto, ainda é a mais afetada pelo consumismo e insatisfação. São influenciadas desde pequenas, a

acreditar que para ser valorizada, admirada ou ter sucesso e felicidade, precisa ser magra, ter cabelos bem tratados, preferencialmente lisos. Desta maneira, mulheres não atingem essas expectativas, são frequentemente julgadas e pressionadas pela sociedade, tendo sua autoestima afetada, causando inseguranças, frustrações ou tendo vergonha do próprio corpo.

Na atualidade, de fato, podemos encontrar inúmeros modelos, seja de corpos, cabelos, cores e tamanho. Mas, como citado por Lauro (2013), acreditar que multiplicar as possibilidades a serem seguidas, significa libertar-se, é uma ilusão. A crítica não se restringe somente ao padrão atual, mas a necessidade da existência de um. Desse modo, é essencial para autoestima e saúde mental, desvencilhar desses padrões.

5.2 Subtema/ conceito de coleção

Segundo Montemezzo (2003), o tema pode ser definido como o fio condutor de integração e harmonização de um conjunto de produtos, servindo como conceito de uma coleção e objeto de inspiração. Seguindo esse mesmo viés, o tema escolhido foi *The paradox of beauty*, o mesmo significa o paradoxo da beleza.

Como objetivo, a coleção questiona a existência, e possível necessidade de rótulos e modelos a serem seguidos, partindo do pressuposto que esse “desejo” não seja necessariamente do público, mas de um sistema, ou seja, do mercado, que para seu próprio sustento, enxerga a beleza associada ao dinheiro. Dentro desse sistema há uma pequena parcela que acredita querer a mudança, mas que na realidade, aceita aquilo que lhe é “sugerido” (LAURO, 2013). O autor afirma ainda que, o mercado é que define as necessidades e as coloca em capas de revistas e na mídia. Posto isso, o painel de subtema representa e busca retratar a forma que a mulher, como principal vítima, é rotulada, restringida, coagida, reduzida a um objeto, por esse sistema, uma vez que, muitas se tornam vítimas de patologias e transtornos, eventualmente fatais.

A anorexia, um dos transtornos alimentares existentes, pode ser retratada, segundo Gosuen (2017), como uma angústia enganosa e assassina que invade o espelho deformando seu reflexo em algo devastador que sua imaginação produz.

Um medo excessivo de sua imagem. Um pavor que mata antes mesmo do espelho revelar sua figura.

Figura 4:Painel subtema/ conceito de coleção



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.3 Lifestyle: o público-alvo da coleção

Para Treptow (2013, p. 46), “aquele que efetua a aquisição, ou a compra de um produto, é tido como o usuário final do mesmo”. A autora admite também que, o designer de moda, pode e deve acompanhar, os hábitos e interesses do público-alvo, através de uma pesquisa de comportamento, podendo ser desempenhada por intermédio de um questionário.

Desta forma, o público-alvo desta coleção, trata-se de mulheres jovens, com idade aproximada de 24 anos, com estilo alternativo, que por meio de redes sociais e suas vestimentas, expressam seus valores e opiniões. Envolvidas com arte e autoexpressão, buscam e transmitem ter um espírito livre. Tem um amplo interesse por temas que norteiam o ambiental e social.

Possuem uma rotina agitada, dividida entre faculdade e trabalho. Atuam no campo fotográfico, o que possibilita a apreciação de vários tipos de beleza e suas singularidades. No tempo livre, gostam de sair com amigos ou conhecidos,

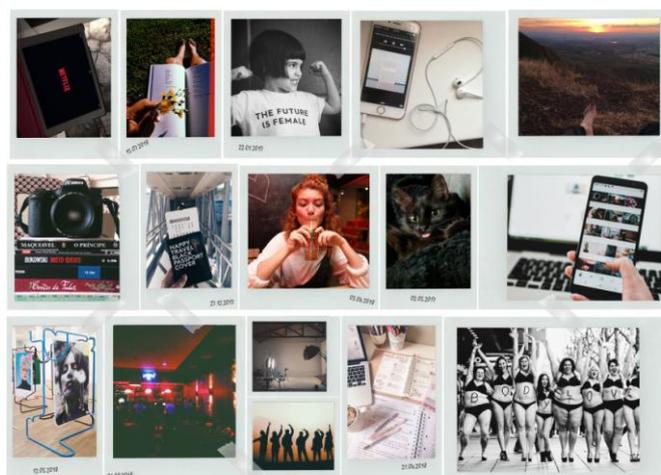
frequentam escolas, universidades, bares, festas ou restaurantes, mas também procuram disponibilizar um tempo para si mesmas, como para ler livros, jogar videogames, ver filmes e séries e se autoconhecer. Frequentam espaços culturais, exposições de arte e locais que possibilitam um contato com a natureza.

É um público que, por estar seriamente ligadas ao social e ambiental, buscam adquirir algum produto ou serviço, quando necessário, e preferencialmente de brechós, reduzindo desse modo, um consumismo. Quando indispensável, procuram produtos de empresas locais, não possuindo qualquer preferência por marcas, preocupam-se mais com conforto do produto, referindo-se ao vestuário.

No que se refere ao corpo, e como o mesmo é entendido por esse público. Por serem alvos de críticas, seja por sua estatura, perfil, altura ou peso, entendem e aceitam a existência de padrões de beleza inatingíveis, e que não cabe a elas, adequar-se aos mesmos, dessa forma, aprenderam a amar-se e acolher-se da maneira que são, e quanto mais se acolhem menos sentido as falas alheias fazem sentido a elas.

Então, como demonstrado no painel *lifestyle*, essas mulheres, compreendem que tudo que possui um padrão, se tratando do social, produz sofrimento. Acreditam que a beleza se constrói nas diferenças e na diversidade, cada qual com sua forma.

Figura 5: Painel Lifestyle



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.4 Parâmetros da Coleção

Como fundamento para a criação, o designer de moda serve-se de parâmetros que são referências de produtos que de certa maneira, se aproximam da forma do produto idealizado. De acordo com Martin (2012), as referências levantadas são mais do que fontes de inspiração, ajudam o designer com ideias em potencial. As mesmas servem de recursos para o conhecimento de tendências e consumo. Considerando a presente coleção, os parâmetros de moda foram determinados de acordo com o texto a seguir:

No painel de parâmetros, foi considerado o outono como estação. Os parâmetros de moda foram baseados em tecidos que ofereçam estrutura, mesclados a outros com mais mobilidade e transparência, ilustrando a resistência à ditadura da beleza, mesclado com a transparência e fluidez da liberdade, para demonstrar a beleza da singularidade dos corpos.

Estampas e bordados ganham o papel de ilustrar frases ativistas, figuras, ou medidas e comportamentos “perfeitos”. Faixas e cintos ganham a finalidade de representar fitas métricas com medidas, trazendo consigo palavras ou frases de resistência. Também foram pesquisadas peças com apliques, que representarão os rótulos que a sociedade emprega a cada um.

Figura 6: Painel de Parâmetros



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.5 Cartela de Cores

Para um designer de moda e a elaboração de um produto, é essencial compreender os princípios das cores e como se relacionam dentro das paletas de cores aplicadas em coleções têxteis. De mesmo modo, podem representar personalidade e mensagens significativas que refletem diferentes culturas e esferas sociais, sendo um dos primeiros aspectos percebidos em uma coleção (SEIVERWRIGHT, 2015; UDALE, 2009).

A cartela de cores deve relacionar-se diretamente com o tema escolhido de uma coleção de moda. Para esse projeto, foram selecionados tons escuros, que na presente coleção, acompanham o branco, e tem como finalidade representar a resistência, rigidez, e poder, remetendo aos valores e padrões ultrapassados e/ou, que ainda devem ser rompidos.

Já as cores mais claras, juntamente a tecidos transparentes e maleáveis, fortalecem a ideia de liberdade, e reforçam o sentimento de leveza de autoaceitação. As cores da cartela foram pensadas para o propósito ressaltar as estampas desenvolvidas, representando a voz de “vítimas”, e realizando a função de quadro, ou tela em branco, com a finalidade de dar abertura à expressão.

Figura 7: Tabela de Cores



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

5.6 Harmonias da Coleção

No que se refere à cartela de harmonias, são apresentadas nuances que combinam e apresentam um equilíbrio entre si, que ampliam a percepção de uma cor quando é disposta dentro de uma paleta (UDALE, 2009; BOUCHER, 2012).

Para criação de uma coleção de moda, o processo de escolha das cores para a harmonização, é de grande importância, trazendo ou ressaltando a essência da coleção. A seguir, estão dispostas as seis harmonias de cores usadas para a combinação dos looks, que foram combinadas de modo harmônico, auxiliando na alusão ao público-alvo da coleção, que faz uso de tons mais intensos, retratando a força e rigidez, junto com tons amenos, simbolizando leveza e transparência. Então, de forma geral, a tabela de harmonias faz alusão ao processo de desconstrução, que transita do estágio de quebra de paradigmas para posteriormente, adentrar em etapa de harmonia.

Figura 8: Tabela de Harmonias



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

5.7 Cartela de Tecidos

De acordo Rech (2002) ao definir os tecidos deve-se levar em consideração o caimento, textura e gramatura para atingir o objetivo na confecção da peça, obedecendo a essência e a coerência do que foi idealizado.

Assim sendo, para a confecção das peças da presente coleção, os tecidos

escolhidos variam entre, oxford, tule, jeans, sarja, cetim, crepe, popeline spandex e malha. Alguns tem como propósito, estruturar as peças, como oxford, crepe e jeans, entre outros, indicando a resistência, rigidez, fazendo alusão à convicções e princípios que devem ser rompidos. Outros tecidos como cetim e o tule, simbolizam leveza, fluidez e transparência, isto é, a receptividade para desconstrução de paradigmas sociais.

Figura 9: Tabela de Tecidos



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

5.8 Aviamentos

Os aviamentos são materiais que tem como finalidade servir de acabamentos em roupas e acessórios, mas podem ser utilizados para fins decorativos ou não funcionais. O seu uso varia conforme o segmento têxtil dentro da indústria (FRINGS, 2012).

Nesta coleção os aviamentos variam entre funcionais e não funcionais. Foram transformados em detalhes para determinadas peças, os alfinetes de segurança, etiquetas e rótulos. Já, zíperes e cursores, botões, rebites, entretela e fita rígida, são utilizados de forma funcional.

Figura 10: Tabela de Aviamentos



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

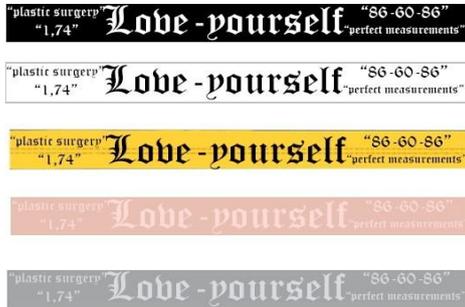
5.9 Design Têxtil da Coleção

No âmbito da moda, criar pode ser compreendido como, elaborar novos padrões de cores, texturas e formas através de tecidos e aviamentos. A habilidade do designer encontra-se em usar esses materiais, para criar combinações únicas e originais (TREPTOW, 2013).

Para essa coleção de moda, foram desenvolvidos, seis designs têxteis, dividindo-se entre manuais, feitos através de *sprays* ou tintas próprias para tecido, e estampas digitais⁴. Do mesmo modo, foram pensados para ilustrar frases ativistas, de empoderamento ou autoaceitação do corpo, como “*Love yourself*” (figura 8), que expõe o pensamento de amar e aceitar a si próprio, reforçando a opinião de que, a felicidade não é estar em um padrão, e/ou medidas e comportamentos sociais tidos como perfeitos e aceitos como modelos. Apliques (figura 13) e etiquetas (figura 12) ganham rótulos com descrições de padrões de beleza, que se estendem ao longo das peças. Já complementos, como cintos e suspensórios, retratam frases como *Love Yourself* (figura 8), ou fitas métricas (figura 9), esse último, tem objetivo traduzir a obsessão pelas medidas “perfeitas”.

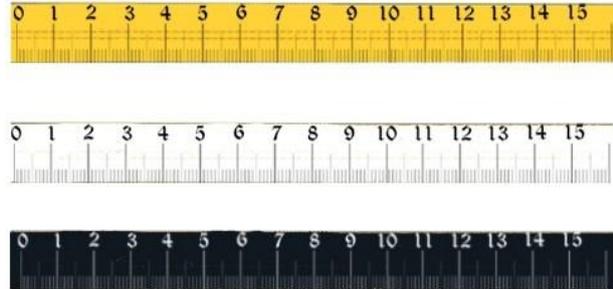
⁴ Funciona como uma impressora que imprime a ilustração diretamente no tecido, possibilitado uma riqueza em cores e detalhes.

Figura 11: Estampa Love Yourself



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 12: Estampa Métrica



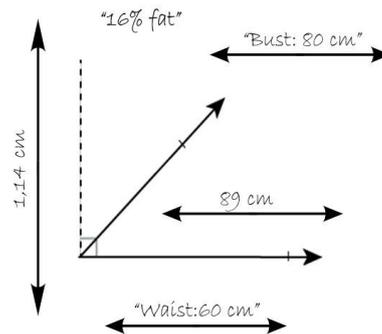
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 13: Estampa Lettering



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 14: Estampa Medidas Perfeitas



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 15: Estampa Fake



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 16 Estampa Manual

~~SHE IS PERFECT,
YOU ARE FAT~~
BE ACCEPTED
AND LOVED

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

5.10 Mix de Produto

De acordo com Ávila (2014), é uma variedade de produtos ou serviços que uma empresa disponibiliza, a fim de atingir diferentes tipos de clientes, ou dominar uma maior parte do seu segmento.

Deste modo, o mix de produto da coleção, baseou-se no estilo *streetwear*, tendo como foco, o público jovem feminino. Teve como objetivo, conseguir um equilíbrio entre as peças, e conseguir uma maior variedade de peças e acessórios. Os modelos desenvolvidos e suas respectivas famílias se encontram anexadas no apêndice.

Tabela 1: Mix de Produtos

Famílias	Top	Bottom	Outwear	One Piece	Complementos
Look 1	Cropped	Calça	Blusão Transparente		
Look 2	Blusa	Calça			Cinto
Look 3	Camisa	Calça			Cinto
Look 4				shirtdresses	Cinto
Look 1				Macacão	Cinto
Look 2	Cropped	Saia	Blusa		
Look 3	Blusa	Calça Sarja			Cinto
Look 1	Blusa	Saia			Suspensório
Look 2	Camisa	Calça	Blazer		
Look 3	Top	Calça			Sobretudo
Total	28 Peças				

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

5.11 Coleção

Coleção é um grupo de produtos que do ponto de vista estético e comercial, encontram-se em harmonia, onde as peças condizem com a marca e público-alvo, e possuam relação entre si. Uma coleção é a apresentação do tema conceito demonstrado nas peças através de estampas, recortes e acabamentos (UDALE, 2013).

A presente coleção de moda é composta por dez modelos, sendo cinco destes conceituais e os outros cinco comerciais.

Figura 17: Mapa de Coleção



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

6 MATERIALIZAÇÃO

Após a escolha dos dois looks para serem confeccionados, foi dado o início a parte de materialização, ou seja, transformar o que era apenas uma ideia, em peças físicas. Essa etapa do trabalho pode-se ser dividida em modelagem, costura e acabamento.

Para a finalização do projeto, foram selecionados dois looks conceituais, em que a descrição dos processos é descrita a seguir.

Figura 18: Looks escolhidos

Look Conceitual 1.

Look Conceitual 2.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

6.1 Desenvolvimento *Look 1*

O primeiro look desenvolvido foi o conceitual, que consiste em um conjunto social feminino, composto por uma calça social, um blazer longo, ou *maxi blazer*, ambos confeccionados em spandex com forro de cetim, na cor preta. Como acessório que acompanha esse look, se tem um cinto de couro preto, que leva um applique de etiqueta, com a estampa intitulada *Fake* (figura 12). O blazer leva um detalhe nas costas, uma aplicação de tecido com estampa manual (figura 13), fixado com alfinetes de seguranças dourados. Para esse conjunto, acompanha um *bralette*⁵ preto.

6.2 Modelagem *Look 1*

Para realizar essa etapa, foi utilizada a modelagem plana ao longo de todo o processo com as medidas do corpo da modelo selecionada para desfile.

No que se refere à modelagem do blazer, foi adicionado folga de movimento de 2,5 cm no busto e cintura, acrescentado 4 cm no quadril e cavas, e por fim, nas mangas, foi adicionado 2 cm em ambas laterais. A gola por ser em tecido duplo, é cortada 4 vezes. Quanto à calça, houve alteração nos bolsos, que foram retirados, e adicionado 1 cm para folga de movimento, tanto nas laterais traseiras e dianteiras da mesma.

Para a modelagem do *bralette*, foi aproveitada como base a modelagem tradicional tamanho 38 de Marlene Mukai (2018), em que foi retirado 0,5 cm de ambas laterais, para melhor adequar-se a largura das costas da modelo.

⁵ Esse termo é usado para definir um tipo de lingerie que remete levemente aos modelos usados antigamente, que costumavam ter uma base simples, sem estrutura, como ferros e bojo.

Figura 19: Modelagem look 1



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

6.3 Costura *Look 1*

Com os moldes alterados conforme o necessário, posteriormente a confecção dos protótipos testes, é neste processo se inicia montagem das peças finais.

A costura do blazer foi realizada totalmente na máquina reta, e exigiu muito cuidado e atenção, seja pelos tecidos escolhidos, como o cetim para o forro, que demanda um pouco mais de experiência para seu manuseio e costura, já que é um tecido muito maleável e delicado, ou para entretelar a gola e uni-lá ao restante do *look*. Com relação à calça, também confeccionada na reta, por ser do mesmo tecido utilizado para a confecção do blazer, também precisou de cuidados. Quanto ao *bralette*, sua costura foi feita, quase que inteiramente na máquina *overlock*, na qual foi imprescindível sua regulagem.

6.4 Acabamentos *Look 1*

Para o acabamento desse look, alfinetes de segurança se transformaram em detalhes aplicados nas costas do blazer, para fixação das aplicações de tecido, com estampa manual (figura 13). As mesmas foram realizadas com canetas para tecido e

sprays. Na parte frontal do blazer, também foi aplicado um único botão.

Em relação aos acabamentos do bralette, houve a aplicação de colchetes nas costas, para a união de ambas as laterais e regulagem. Quanto a calça foi aplicado um botão no cócs, para a união do mesmo.

Com relação ao cinto de couro preto que acompanha o look 1, foram aplicadas duas argolas como fivelas, e um rótulo em sua lateral, que leva aplicação da estampa *Fake* (figura 12), feita através da transferência de imagens impressas a partir de um solvente ou *thinner*, para qualquer tipo de superfície.

Figura 20: Acabamentos look 1



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

6.5 Desenvolvimento *Look 2*

O segundo look confeccionado, consiste em um blazer alongado, de cor cinza, confeccionado em crepe amanda e forro em cetim preto. Esse modelo leva como acompanhamento um bralette preto. Aplicou-se ao longo de todo o blazer, a estampa manual, medidas perfeitas (figura 11). Acompanha o modelo um cinto branco de algodão, com aplicação da estampa *Love Yourself*, aplicada com stencil e spray branco.

6.6 Modelagem *Look 2*

Para o processo de modelagem do look 2, foi utilizada a modelagem plana, no qual foi necessário adicionar, como no look 1, folga de movimento de 2,5 cm no busto e cintura, 4 cm no quadril e cavas, e para as mangas, houve acréscimo de 2

cm em ambas laterais. Como este look é mais alongado que o anterior, foi adicionado 6 cm, na parte da frente do molde e nas laterais 15 cm. Para a gola tradicional, assim como para a vista, foram acrescentados 6 cm, para possibilitar o transpasse de ambas as partes frontais. O molde das costas do modelo, recebeu um acréscimo de 18 cm, para formar a mesma curvatura, como demonstrado no desenho do croqui conceitual 2.

Para a modelagem desta gola, como no caso anterior, é cortada 4 vezes por ser em tecido duplo.

No que se refere à modelagem do *bralette*, também foi aproveitada como base a modelagem tradicional tamanho 38 de Marlene Mukai (2018), mas diferente do look anterior, o ajuste foi de 0,70 cm de ambas laterais, para melhor adequar-se a estatura da segunda modelo escolhida para desfile.

6.7 Costura Look 2

Conforme realizadas as alterações necessárias dos moldes do segundo look, foi-se dado início a costura.

Esta etapa exigiu muito cuidado e atenção, por conta dos tecidos escolhidos para confecção, sendo o crepe amanda cinza, como tecido principal, e o cetim preto, utilizado como forro. Para a costura de ambos os tecidos é necessário um pouco de experiência, tanto para manuseio, costura, marcações provenientes do processo de costura ou temperatura do ferro utilizado, como no processo de entretelar a gola ao tecido principal. A costura da peça foi totalmente realizada na máquina reta.

A costura do *bralette* deste look demandou os mesmos cuidados, com relação ao primeiro modelo.

6.8 Acabamentos Look 2

O processo de acabamento deste look exigiu precisão e muito cuidado, pois houve a aplicação da estampa manual (figura 11), que poderia causar manchas ou extravio do tecido principal. Este mesmo design têxtil foi inteiramente feito de forma manual, por meio de canetas próprias para tecidos.

Em relação aos acabamentos do *bralette*, houve a aplicação de colchetes como mencionado no processo de acabamento do look anterior.

Quanto ao cinto branco, feito de algodão que acompanha este modelo, houve a colocação de argolas de metal, fixadas através de costura manual, que cumprem a função de fivelas, e a aplicação da estampa *Love Yourself* (figura 8), feita através de *spray montana* e stencil.

7 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Com relação ao primeiro look conceitual desenvolvido e confeccionado, para a conclusão deste curso, pode-se considerar que os objetivos foram atingidos, como o esperado, tanto na questão da modelagem, materiais e/ou acabamentos. Houve a necessidade de fazer alterações referentes ao acessório que acompanha o look. O cinto originalmente seria de lona de algodão, que posteriormente foi substituído por couro sintético, acompanhado de aplicações de rótulos em sua lateral. Essa substituição foi necessária, devido à falta de material, junto ao fator visual do modelo.

Figura 21: Materialização do look 1



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O segundo look conceitual confeccionado, apresentou alguns obstáculos, principalmente com relação ao seu processo de costura, por ser um tecido delicado, e pela falta de habilidade em manusear o material, exigiu cuidados com possíveis marcas que poderiam aparecer decorrentes da própria máquina de costura. Quanto à estampa manual aplicada no modelo, houve problemas devido à má cobertura da caneta, sobre a superfície do tecido, no qual, foi necessário aplicar diversas camadas.

Os modelos confeccionados foram, posteriormente, apresentados em um desfile de moda, desenvolvido e organizado pela turma de formadas, juntamente aos professores, com o tema central Manifesto Criativo.

8 CONCLUSÃO

Diante do discurso do culto ao corpo, proveniente do mercado da beleza junto à mídia, muitos indivíduos, em sua maioria mulheres, vivenciam uma crescente insatisfação com a imagem e corpo. Essas insatisfações corporais desenfreadas provem de vontades, que o mercado impõe ao corpo social, que são aceitas consciente e/ou inconscientemente, e modelam as identidades e vontades de indivíduos, juntamente com seus corpos.

Os corpos femininos, em sua maioria das vezes, torna-se alvo de discussões e é sempre cultuado, que, de acordo com Pereira apud Foucault (1997, p.127), podem ser compreendidos como “corpos dóceis”, ou seja, sempre foram controlados e modelados. Esses “corpos dóceis” se tornam possíveis de modelar, a partir das imposições do mercado, que manipula a corpo social, para satisfazer suas próprias vontades, e assim gerar lucros, alimentando um sistema, pois associa a beleza ao lucro.

Desta forma, a imagem corporal esta sendo cada vez mais associada ao reconhecimento profissional, felicidade e realização. Atualmente pessoas têm mutilado seus corpos, para obter esse ideal da aparência “perfeita”, que julgam ser o caminho para o sucesso. Esses indivíduos, esquecem-se de sua saúde psicológica e inconscientemente transformam a ideia da beleza, um valor sócio e historicamente mutável, em regra.

Os valores e padrões estabelecidos, não têm como finalidade cuidar da saúde das pessoas, mas gerar lucros, posto que, historicamente e atualmente, essas mesmas normativas, são criadas e geridas pela classe hegemônica da sociedade, ou seja, aquela que detém sempre de um poder socioeconômico maior. Esses padrões são criados por poucos, mas atingem um todo, e geram grandes consequências. Transtornos de autoimagem e alimentares, além de depressão e ansiedade que podem acompanhar esses distúrbios, são provenientes desses modelos impostos ao corpo social, e espalhados cada vez mais pela mídia.

A moda muitas vezes associada somente a vestimenta e afins, tem papel fundamental para o fortalecimento ou ruptura desses referenciais, posto que, ela engloba diversos aspectos culturais, como comportamentos, ideais e gostos. O mundo da moda então, não se reduz somente à vestimentas, mas faz referência a um tempo social.

Posto isso, a coleção de moda *The Paradoxo of Beauty*, teve como objetivo desenvolver uma coleção de moda feminina, com a intenção de explorar a autoexpressão, a autoaceitação, por conseguinte, apresentando os diferentes tipos de beleza e corpos.

Diante do objetivo proposto, foram realizadas pesquisas acerca do subtema, como levantamentos históricos, sociais e contemporâneos, principalmente em relação aos transtornos alimentares e as consequências dos mesmos no corpo social. Para a geração de alternativas, foram analisadas modelagens, cores, tecidos, aviamentos, além de estampas, que atenderiam melhor a proposta da coleção.

Com o objetivo de explorar a autoexpressão e aceitação da mulher, e ceder voz as mesmas, entende-se que a coleção alcançou seus objetivos, posto que, as modelagens em conjunto com os tecidos, fazem alusão ao processo de desconstrução, ou ilustram a resistência aos valores sociais. As estampas foram utilizadas para ilustrar frases ativistas, de empoderamento ou autoaceitação, assim como os acessórios dispostos em toda a coleção. Referente ao padrão corporal foi-se selecionado, para a apresentação final, ou seja, o desfile, duas modelos que não estão dentro dos parâmetros esperados para uma apresentação de moda, portanto, foram apresentados dois diferentes tipos de corpos e suas singularidades. Portanto o objetivo proposto inicialmente foi alcançado e sugere-se que, as questões

abordadas nesse artigo, não acabem aqui, pois atualmente, o corpo tornou-se centro de discussões. Adorado na modernidade, mostrado para ser admirado, contemplado, ou apenas notado, no entanto, é preciso estar sempre na forma adequada e padronizada.

REFERÊNCIAS

ÁVILA, Rafael. **4 Dicas para melhorar seu mix de produtos**. [S.l.], [2014]. Disponível em: <https://blog.luz.vc/como-fazer/4-dicas-para-melhorar-seu-mix-de-produtos/> Acesso em: 20 de outubro de 2019.

BARROS, Marcia Andrea da Silva. **A Relação dos padrões de beleza com a construção da subjetividade da mulher**. Revista Presença, [S.l.], v. 3, n. 9, p. 36-59, dec. 2017. ISSN 2447-1534. Disponível em: <https://revistapresenca.celsolisboa.edu.br/index.php/numerohum/article/view/131>. Acesso em: 08 de outubro de 2019.

BITTENCOURT, Liliane de J; ALMEIDA, Rafaela A. Transtornos alimentares: patologia ou estilo de vida? **Psicologia & Informação**, Belo Horizonte, v. 25 no.1, p. 220-229, jan/jul. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822013000100024. Acesso em: 20 de outubro de 2019.

BUONOCORE, Jackson C. **Ditadura da beleza: a busca inatingível do corpo perfeito**. [S.l.], [2016]. Disponível em: <https://www.psicologiasdobrasil.com.br/ditadura-da-beleza-busca-inatingivel-do-corpo-perfeito/>. Acesso em: 20 de outubro de 2019.

CARLINI, Thuanny C. P; GALLAS, Juliana C; SILVA, Marcia B.da. **A busca excessiva pela beleza**. UNIVALI, Balneário Camboriú- SC, p.1-12. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Marcia%20da%20Silva,%20Thuanny%20Carlini.pdf>. Acesso em: 04 ago. 2018.

DOMINGUES, Joelza E. **A beleza da Grécia antiga ao século XIX**. [S.l.], [2015]. Disponível em: <https://ensinarhistoriajoelza.com.br/a-beleza-na-grecia-antiga-e-hoje/>. Acesso em: 29 de setembro de 2019.

DUTRA, Andréa. **Tratamento psicológico da anorexia e bulimia**. [S.l.], [2005]. Disponível em: <https://inpaonline.com.br/blog/tratamento-psicologico-para-transtornos-alimentares/>. Acesso em: 5 de dezembro de 2018.

ECO, Humberto. História da beleza. **ARS (São Paulo)**, São Paulo, v. 10 no. 19, p. 135-138, abr/abr. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-53202012000100010. Acesso em: 12 julho de 2019.

ENDOCRINO. **Anorexia Nervosa: um Transtorno Psicológico**. [S.l.], [2007]. Disponível em: <https://www.endocrino.org.br/anorexia-nervosa-um-transtorno-psicologico/>. Acesso em: 5 de dezembro de 2018.

ERIKSSON, Rafaela Eliria A. **Transtorno dismórfico corporal: Quais as causas e como identificar?** [S.l.], [2019]. Disponível em: <https://medicoresponde.com.br/transtorno-dismorfico-corporal-quais-as-causas-e>

como-identificar/. Acesso em: 5 de outubro de 2019.

FRANCO, Daniella. A ditadura da beleza no Brasil é um fenômeno que penaliza. **Domtotal**, 28 jul. 2018. Saúde. Disponível em:<<https://domtotal.com/noticia/1279339/2018/07/a-ditadura-da-beleza-no-brasil-e-um-fenomeno-que-penaliza/>> Acesso em: 28 de setembro de 2019.

HUMAN, We are. **Conheça a historiados padrões de beleza e sua evolução.** [S.I.], [2017]. Disponível em: <http://blog.wearehuman.com.br/conheca-a-historia-dos-padroes-de-beleza-e-sua-evolucao/>. Acesso em: 4 de outubro de 2019.

LAURO, Rafael. **Ditadura da Beleza.** [S.I.], [2013]. Disponível em: <https://razaoinadequada.com/2013/03/28/a-ditadura-da-beleza/>. Acesso em: 14 de julho de 2019.

LIMA, Aline. **Beleza feminina: a imposição de padrões ao longo do tempo.** [S.I.], [2010]. Disponível em: <https://www.pergaminhoamarelo.com/2010/02/beleza-feminina-imposicao-de-padroes-ao.html>. Acesso em: 5 de dezembro de 2018.

NASCIMENTO, Toni. **Mudanças de padrões de beleza: como aconteceu através da história.** [S.I.], [2019]. Disponível em: <https://segredosdomundo.r7.com/mudancas-de-padroes-de-beleza-como-aconteceu-atraves-da-historia/>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.

PADRÃO DE BELEZA [S.I.: s.n.] 2018 1 video (4m53s). Publicado pelo canal Tempero Drag. Disponível em:<<https://www.youtube.com/watch?v=fnq9olefeSQ>> Acesso em: 20 de agosto 2019.

STANCKE, Karla B.; DUTRA Cynthia M.R. **Percepção da autoimagem e autoestima: revisão sistemática.** Paraná, p. 1-9, 2016. Disponível em: <http://tcconline.utp.br/media/tcc/2017/05/PERCEPCAO-DA-AUTOIMAGEM-E-AUTOESTIMA.pdf>. Acesso em: 04 ago. 2018.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA. **Especialista alerta sobre risco de distúrbios alimentares.** Juiz de Fora, 9 jan. 2018. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2018/01/09/especialista-alerta-sobre-riscos-de-disturbios-alimentares/> .Acesso em: 05 de maio de 2019.

WEIGL, Wilson. **Entenda as mudanças de padrão de beleza ao longo da história.** [S.I.], [2014]. Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/estudo/entenda-as-mudancas-de-padroes-de-beleza-ao-longo-da-historia/>. Acesso em: 5 de dezembro de 2018.

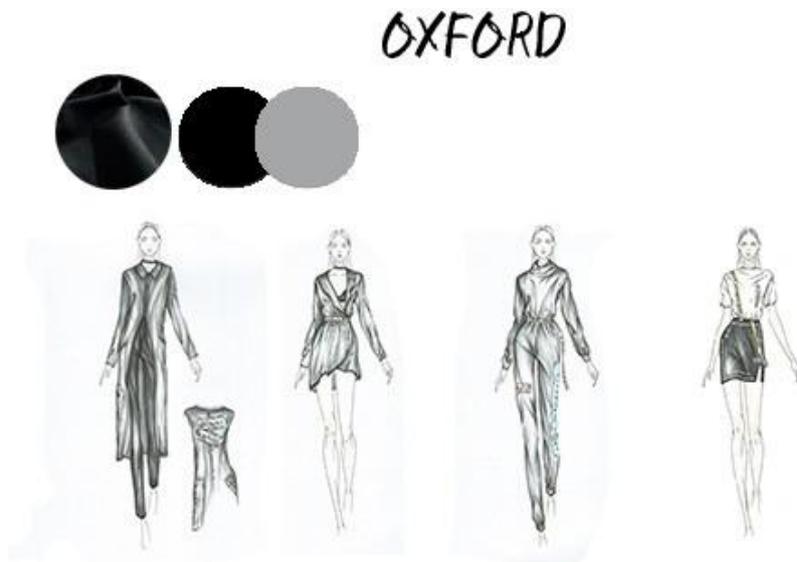
WINTERMAN, Denise. Conheça algumas das dietas 'milagrosas' mais estranhas da história. **BBC Brasil**, São Paulo, 13 jan. 2013. Notícias. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/01/130104_dieta_historia_lgb.shtml. Acesso em: 5 de dezembro de 2018.

APÊNDICE A– Questionário

1. Nome:
2. Idade:
3. Sexo:
4. Estado Civil:
5. Tamanho/Características físicas:
6. Classe Social:
7. Formação:
8. Local que Reside:
9. Clima predominante onde reside:
10. Profissão:
11. Locais que frequenta:
12. O que gosta de fazer no tempo disponível? Quais seus hobbies?
13. Temas de interesse, música, filmes, séries, TV...
14. Lojas que consome produtos (roupas, maquiagens, acessórios, celular, equipamentos eletrônicos, automóveis etc).
15. Marcas de preferência de vestuário?
16. O que valoriza e prioriza na escolha de um produto?
17. Quais as principais motivações de compra de vestuário?
18. Quais as frustrações na escolha de um produto de vestuário?
19. Já participou de alguma pesquisa para indústria de confecção de vestuário?
20. Defende algum movimento social? Se expressa por quais meios ou formas?
21. Qual sua opinião sobre padrões de beleza?
22. Já sofreu críticas sobre seu corpo? Medidas, perfil, altura, cabelo...
23. Se sentiu ou se sente insatisfeita com seu corpo? Ou tem ideias fixas sobre?
24. Já pensou na possibilidade, ou fez algo para modificar o corpo?

APÊNDICE B – Famílias da Coleção

Figura 22: Família Oxford



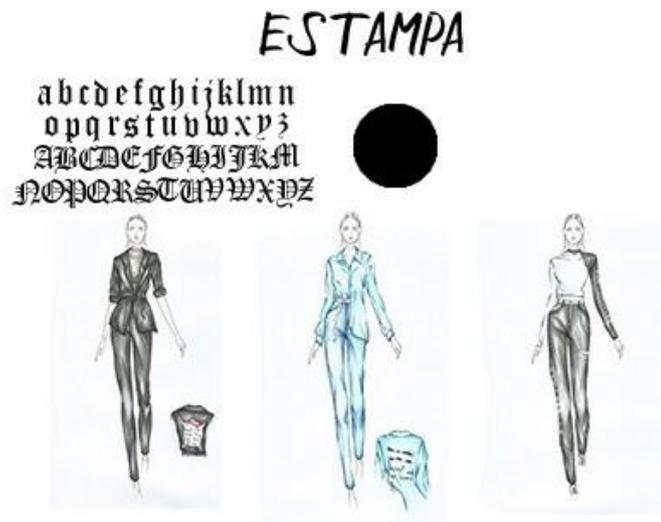
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 23: Família Tule



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

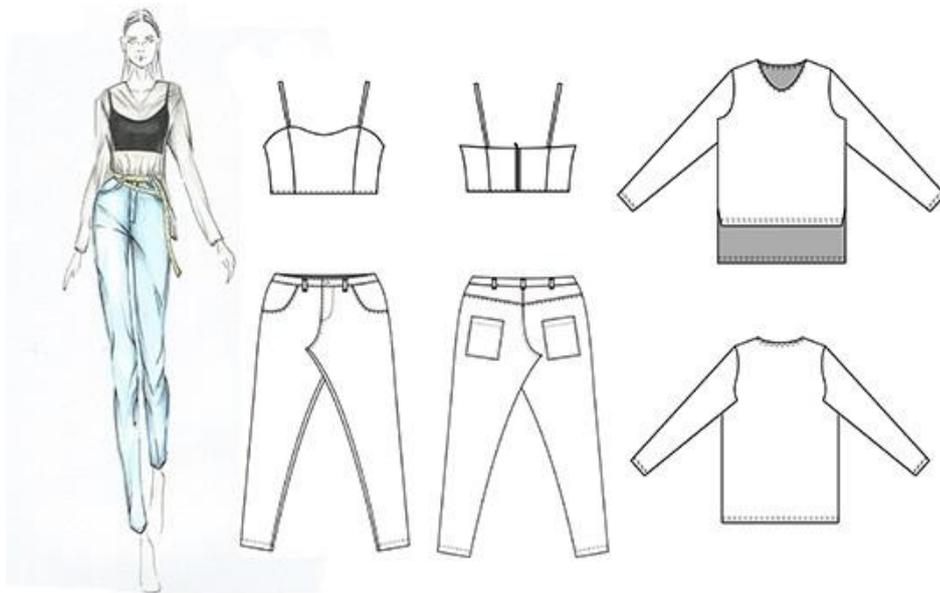
Figura 24: Família Lettering



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

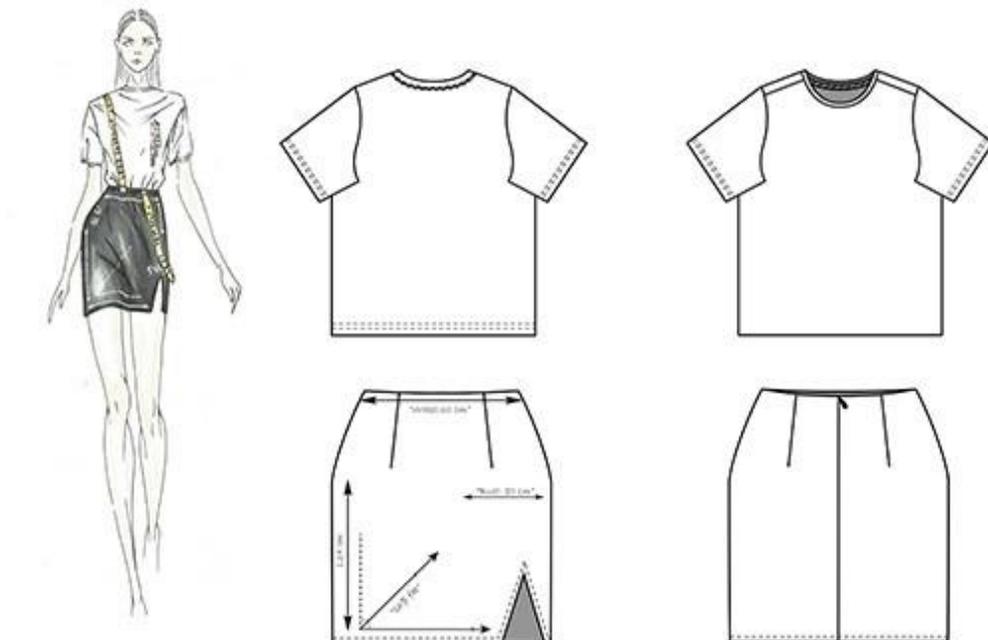
APÊNDICE C– Croquis

Figura 25: Croqui e Desenho Técnico 1.



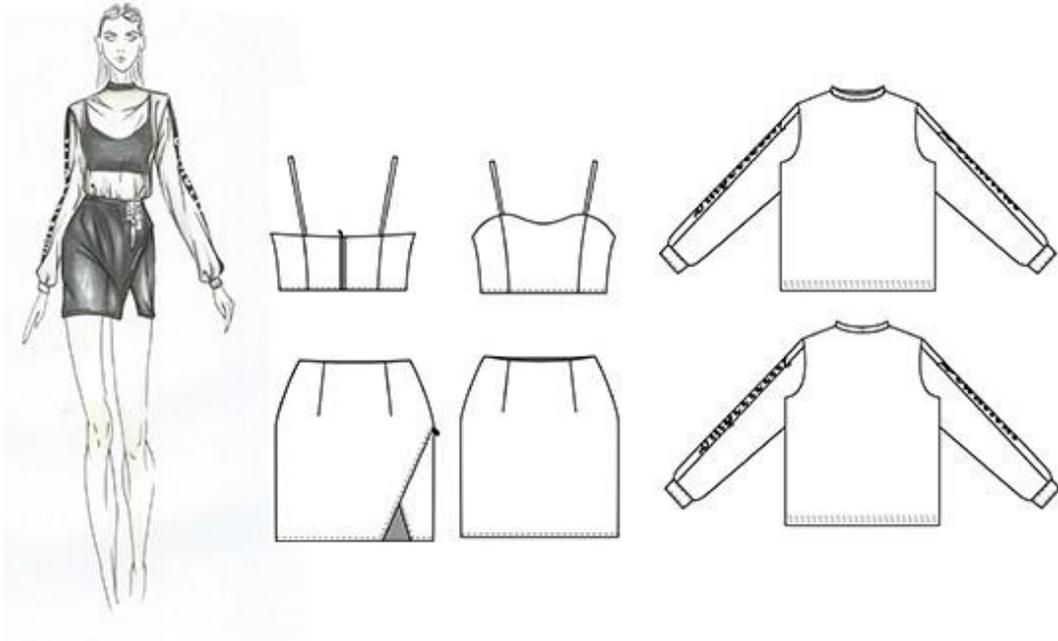
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 26: Croqui e Desenho Técnico 2.



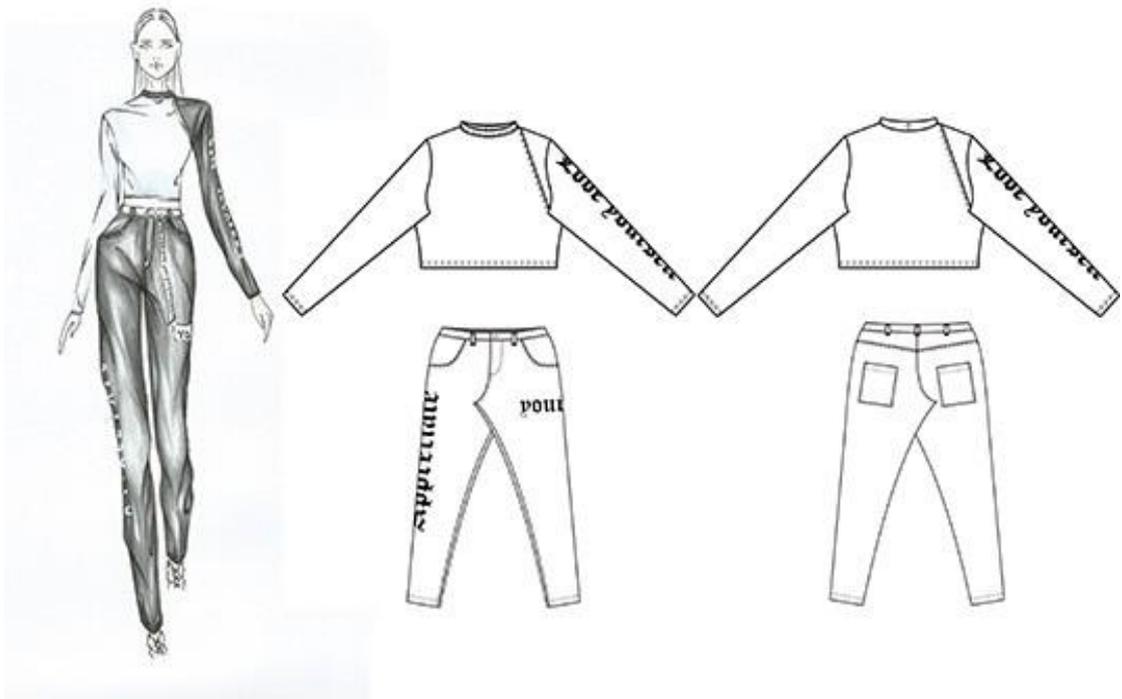
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 27: Croqui e Desenho Técnico 3.



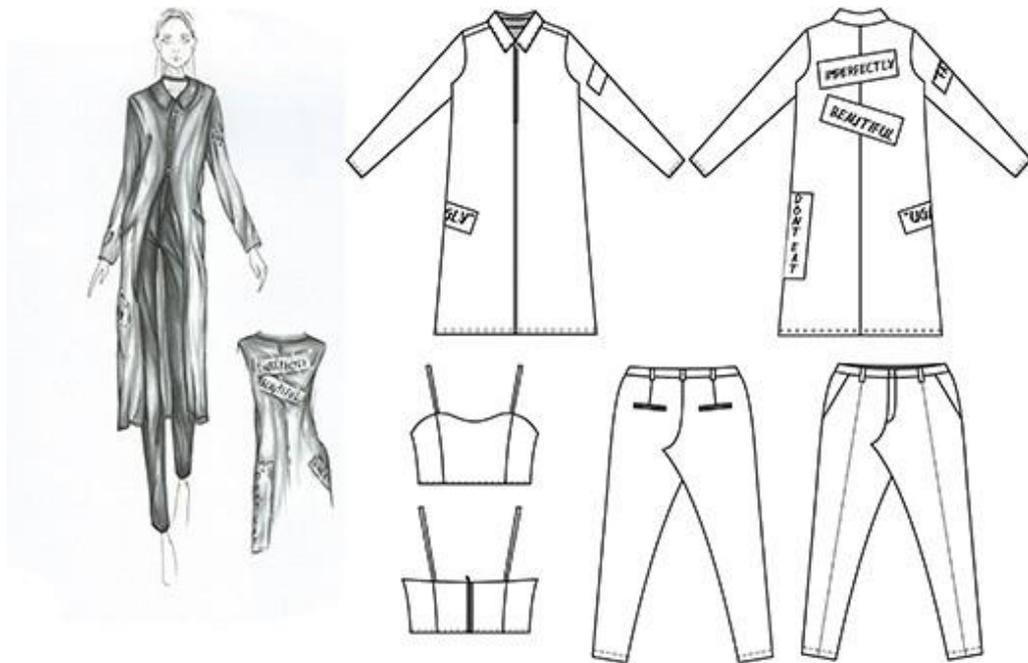
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 28: Croqui e Desenho Técnico 4.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 29: Croqui e Desenho Técnico 5.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 30: Croqui e Desenho Técnico 6.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 31: Croquis Conceituais 1.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 32: Croquis Conceituais 2.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

AGRADECIMENTOS

A essa instituição, pela oportunidade de fazer este curso.

A minha orientadora Bruna Lummertz Lima e todos os professores que participaram diretamente ou indiretamente, por todo o conhecimento passado e incentivo dado para a conclusão dessa fase.

Aos meus pais por todo incentivo e apoio.

E por fim, as minhas amigas, que estiveram comigo nesta etapa, dando apoio e encorajamento, expressando palavras de carinho e incentivo, e que continuarão presentes em minha vida.