

A IMPORTÂNCIA DAS BASES DE MODELAGEM NO DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO PLUS SIZE: UM ENFOQUE NA ANTROPOMETRIA E ERGONOMIA

IMPORTANCE OF THE SLOPERS FOR PLUS SIZE CLOTHING DEVELOPMENT: AN APPROACH TO ANTHROPOMETRY AND ERGONOMICS

ROSIMEIRE ARAÚJO DE JESUS¹

SUELEN RIZZI²

Resumo: O presente trabalho versou sobre a moda plus size, trazendo um recorte na modelagem das bases de corpo atreladas à antropometria e ergonomia do vestuário, para o público feminino em tamanhos grandes. O objetivo geral foi conhecer o perfil e demandas do público plus size para construir um conjunto de bases de corpo em tecido plano. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre as temáticas norteadoras. Em seguida foi aplicado um questionário on-line e elaborada a compilação e análise dos dados coletados, sobre as 18 mulheres respondentes. Juntamente a isso, foi realizada uma pesquisa sobre as tabelas de medidas plus size e tomadas as medidas de duas modelos reais e de um manequim técnico, no tamanho 48. Com base nos dados coletados e na análise das medidas foram desenvolvidas as bases de saia, blusa e calça, as mesmas foram provadas, e as alterações realizadas de acordo com as demandas. Os resultados foram satisfatórios e com eles compreendeu-se a importância de estudar as demandas e medidas reais do público-alvo para construir peças com modelagem adequada ao corpo das mulheres plus size.

Palavras-chave: Bases de modelagem; Plus size; Antropometria; Tabela de Medidas; Ergonomia.

Abstract: This paper studied plus size fashion, entering in sloper pattern making tied to the anthropometry and ergonomics of clothing for the plus size female market. The general aim was to get to know the plus size market's profile and needs, in order to build a set of toiles made of woven fabric. To do that, we carried out a literature review on the guiding themes. Next, we administered an online questionnaire, and the data collected from the 18 female answerers was compiled and analyzed. In addition, we made a research on plus size measurement charts, and we took measurements from two real life models and a size 48 technical mannequin (Brazilian size standard). Based on the data collected, and on the measurements analyzed, we developed skirt, bodice and pants toiles, which were fitted and altered according to the needs. Results were satisfactory, and with them, we understood the importance of studying the target market's needs and real measurements, in order to build adequately fitted garments to plus size women.

¹ Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda (IFSC), Araranguá, Santa Catarina, Brasil. E-mail: rosimeirearaujo079@gmail.com.

² Mestra em Design pelo Centro Universitário Ritter dos Reis (UNIRITTER). Docente do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), Araranguá, SC, Brasil. E-mail: suelen.rizzi@ifsc.edu.br.

Keywords: Slopers; Plus size; Anthropometry; Measurement Chart; Ergonomics.

1. INTRODUÇÃO

Os padrões de beleza se alteraram ao longo da história, em um dado momento, corpos gordos eram bem vistos em décadas anteriores, mas com o passar do tempo, corpos magros passaram a ser sinônimos de bem-estar (BARD, 2013). Aires (2019) afirma que hoje em dia, o corpo tem um papel central e se mostra como um alvo econômico da sociedade capitalista, ele é manufaturado por esta sociedade e nele estão gravadas as questões de consumo, seja ele de excesso, no caso do corpo gordo, ou de insuficiência, no caso do corpo magro. A autora salienta que o corpo, interliga o sujeito ao seu dia-a-dia e é central nas suas experiências de compra, e ainda, sofre influência das ações da sociedade capitalista contemporânea.

A valorização do corpo como ele é está em alta, e mulheres curvilíneas e com corpos mais volumosos também tem o direito de usar as roupas que desejam (SEBRAE, 2019). Embora, ainda segundo o Sebrae (2019), o segmento plus size esteja em expansão, existem lacunas a serem preenchidas, e o surgimento de novos negócios e a consolidação dos já existentes é essencial para melhorar ainda mais as opções. No Brasil, o percentual de adultos acima do peso é considerável, e a moda plus size não consegue aderir uma boa proporção de modelagem, tendência e estilo, e dessa forma, cria-se uma lacuna a ser preenchida neste segmento de mercado (BARD, 2013). Por essa razão, entende-se que o problema de pesquisa é "Como produzir roupas adequadas e confortáveis para o público plus size?". A hipótese levantada é, que se houverem bases de corpo criadas a partir de demandas reais deste público, o desenvolvimento de peças de vestuário será facilitado, bem como, o interesse pelo segmento pode crescer com a comunicação dos resultados do estudo. Tendo em vista o problema de pesquisa e a hipótese levantada, foi traçado como objetivo geral de "conhecer o perfil e demandas do público-alvo plus size para construir um conjunto de bases de corpo levando em conta a antropometria e a ergonomia". Para tanto, delinear-se os seguintes objetivos específicos: a) conhecer a moda plus size; b) aplicar questionário junto ao público-alvo escolhido e analisar os resultados; c) fazer análise de diferentes tabelas de medidas plus size; d) realizar a tomada de medidas em modelo real; e) desenvolver um conjunto de bases de modelagem (blusa, saia e calça) e protótipos; f) realizar a prova dos protótipos; g) fazer alterações para a melhoria das bases.

Para alcançar os objetivos delinea-se um caminho metodológico de abordagem qualitativa que Baptista Lucio, Fernández Collado e Hernández Sampieri (2013) definem como um tipo de abordagem que faz com que possamos compreender os acontecimentos levando em conta a visão dos participantes em relação a eles, o que permite maior liberdade na pesquisa. A pesquisa configurou-se como aplicada, pois gerou resultados palpáveis e caracterizou-se como exploratória. Em um primeiro momento, foi realizada a pesquisa bibliográfica por meio de livros, artigos científicos e matérias de sites sobre o assunto, além da pesquisa on-line de dados para coletar as diferentes tabelas de medidas. Em seguida, foi elaborado e aplicado um questionário on-line ao público-alvo. A análise dos dados coletados foi feita de acordo com as tabelas de medidas, as medidas reais, e também nas respostas do questionário para compilar as informações e criar o conjunto de bases de modelagem de acordo com as demandas. O desenvolvimento prático do trabalho é relatado, em conjunto com a análise dos resultados e para concluir, discorre-se sobre as considerações finais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Moda plus size

Os ideais de beleza foram mudando ao longo da história e a magreza ganhou status de padrão e obediência às normas, enquanto o corpo gordo vem sendo visto como fora do padrão e excluído socialmente. Nas décadas de 1940 e 1950, o corpo gordo ainda tinha uma certa valorização sociocultural no Brasil, mas já nascia na mídia a predileção ao corpo magro, o qual seria supervalorizado nos próximos anos. A moda considerada plus size nos Estados Unidos, no início do século XX tinha o nome de *stoutwear*, porém, tinha um objetivo diferente, que consistia em usar o vestuário para disfarçar o corpo gordo usando as roupas e acessórios para moldá-lo de acordo com o padrão, e não de valorizá-lo. (AIRES, 2019).

A moda Plus size começou a ser utilizada pela primeira vez em meados de 1920, pela empresa norte-americana Lane Bryant. Inicialmente, o termo era utilizado para identificar a moda voltada para gestantes e mulheres com medidas mais robustas. No entanto, em 1953 o termo se tornou ofensivo para as mulheres que não se encaixavam no "padrão" do estereótipo criado pelo mercado. (QUATRO K TÊXTIL, 2020, p.1).

Se no mercado internacional o plus size vem ganhando espaço desde os anos de 1900, Aires (2019, p.16) relata que "(...) no Brasil segmento plus size ganha evidência a partir dos anos 2010". Mesmo assim, a indústria da moda segue produzindo em sua maioria para corpos magros e não tem seguido as alterações físicas e de consumo bem como, não tem olhado para o mercado plus size como algo que precisa de inovação e de um desenvolvimento de produto adequado às demandas dos consumidores nos tamanhos grandes. Como por exemplo, uma modelagem adequada que leve em conta os diversos tipos de corpos e o conforto, além de modelos com informação de moda. (BARD, 2013). No geral, as marcas de roupas confeccionam peças até o tamanho 46, quando muito, no 48, e isso deixa de fora uma enorme parcela da população, tendo em vista que o segmento plus size inicia no tamanho 46 e segue percorrendo os tamanhos subsequentes (AIRES, 2019).

Segundo Aires (2019, p.15). "o resultado de um estudo, coordenado por cientistas do Imperial College London e publicado na revista científica Lancet (2016), mostra que um quinto da população brasileira adulta, ou seja, quase 30 milhões de pessoas, é considerada gorda". Aires (2019, p.15) ainda ressalta que, "esses índices colocam o Brasil entre os países mais gordos do mundo: fica na quinta posição quando se trata da população feminina e na terceira, atrás da China e Estados Unidos, quando são observados os dados referentes à população masculina".

O aumento do número de indivíduos com sobrepeso e obesidade em escala mundial, somado à intensificação de sua participação no mercado de moda e em movimentos sociais contra a estigmatização pelo excesso de peso corporal, possibilitou a emergência de um nicho de mercado em potencial denominado plus size. Este é representado por uma demanda crescente de indivíduos (principalmente mulheres com sobrepeso e obesidade) com poder aquisitivo, que buscam participar do mercado de consumo de moda. (AIRES, 2019, p.16).

Com a atualização do mercado de moda, a aceitação dos corpos como eles são vem crescendo, e a inclusão dos que sempre se sentiram excluídos da moda se mostra muito relevante

no contexto atual (QUATRO K TÊXTIL, 2020). Betti (2014) salienta que a moda plus size não tem o objetivo de disfarçar o excesso de peso, mas de valorizar partes do corpo. De tirar do cliente aquela sensação de que nunca encontrará nada do seu tamanho ou ainda que, se encontrar, não será uma peça bonita.

O mercado de moda plus-size vem crescendo nos últimos anos. Alguns fatos são visivelmente marcantes nesse percurso, como grandes marcas internacionais passarem a confeccionar roupas em tamanhos plus-size, uma das mais conhecidas lojas de departamentos do mundo, a Saks Fifth Avenue, em Nova York, passar a vender tamanhos plus-size de grandes marcas, a Vogue Itália fazer uma capa com modelos plus-size e, nesse ano, uma marca exclusivamente de moda plus-size desfilando no calendário oficial da Semana de Moda de Nova York, uma das mais importantes do mundo. Isso apenas nos últimos três anos, o que demonstra como de lá para cá o mercado avançou muito para incluir consumidoras plus-size. (BARD, 2013, p.17).

Ao longo da última década, junto aos movimentos de valorização de diferentes corpos e sujeitos, caminha a valorização do segmento plus size, trazendo ao indivíduo gordo o status de consumidor, e mesmo assim, essas pessoas sofrem para encontrar roupas que vistam seus corpos, pois a maioria das marcas produzem peças com numeração até 48, sem contar que, grande parte das marcas voltadas ao público plus size não oferece uma gama variada de roupas, sendo em sua maioria, peças básicas e sem informação de moda. (AIRES, 2019)

Compreende-se que a moda plus size precisa ser mais valorizada e desenvolvida de acordo com as demandas deste público específico, levando em consideração os biotipos³, as medidas corretas, os volumes corporais, além de acompanhar as tendências de moda. Para isso, as bases de modelagens corretas, construídas de acordo com as opiniões de mulheres gordas, levando em conta a ergonomia e a antropometria, são essenciais para iniciar o desenvolvimento de qualquer modelo. Para tanto, no próximo tópico, serão abordadas questões referentes à modelagem, antropometria e ergonomia.

2.2. Construção do vestuário: relações entre modelagem, antropometria e ergonomia

Antigamente as roupas eram moldadas no corpo de forma tridimensional utilizando tecidos retangulares, esses tecidos não eram maleáveis e não existiam os moldes, porém, como eram moldados de acordo com o corpo, permitiam amplitude de movimento. Com o passar dos anos, o vestuário feminino e masculino foi se modificando e adquirindo características próprias e a modelagem foi se desenvolvendo, levando em conta as particularidades dos indivíduos e os recursos disponíveis. (BEZERRA; MARTINS, 2006).

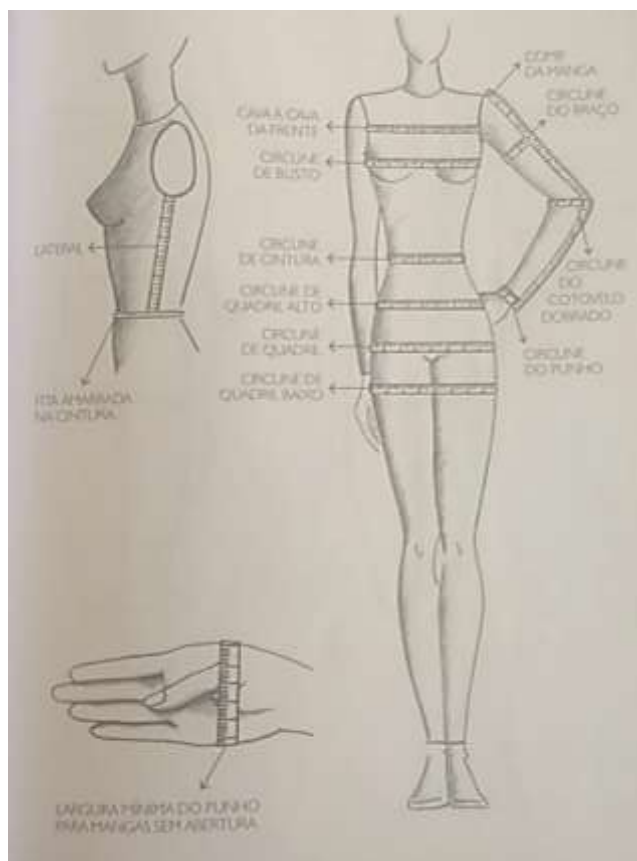
Emídio (2019) entende a modelagem como algo pluridisciplinar, que envolve inúmeros conceitos e ideias e atua nas áreas que envolvem criatividade e produção, para a elaboração dos projetos de produtos de vestuário. Fischer (2010) ressalta que a construção do vestuário é o fundamento dos projetos de design de moda, e é de extrema importância que os profissionais

³ É o resultado do conjunto dos caracteres herdados e daqueles adquiridos por influência do meio ambiente. Por exemplo, há indivíduos brevilíneos (baixos e largos), longilíneos (altos e estreitos), mediolíneos (de estrutura mediana, entre os longilíneos e os brevilíneos). (KAWAKAMOTO, 2018).

envolvidos compreendam os processos de elaboração do vestuário. A modelagem é a “alma da roupa” e é por meio dela que a roupa ganha vida. Por isso é necessário produzir moldes com as medidas corretas, levando em consideração o conforto e usabilidade relacionados à ergonomia da roupa, pois se a modelagem está correta, todo o restante do processo produtivo será realizado com êxito. (BEZERRA; MARTINS, 2006).

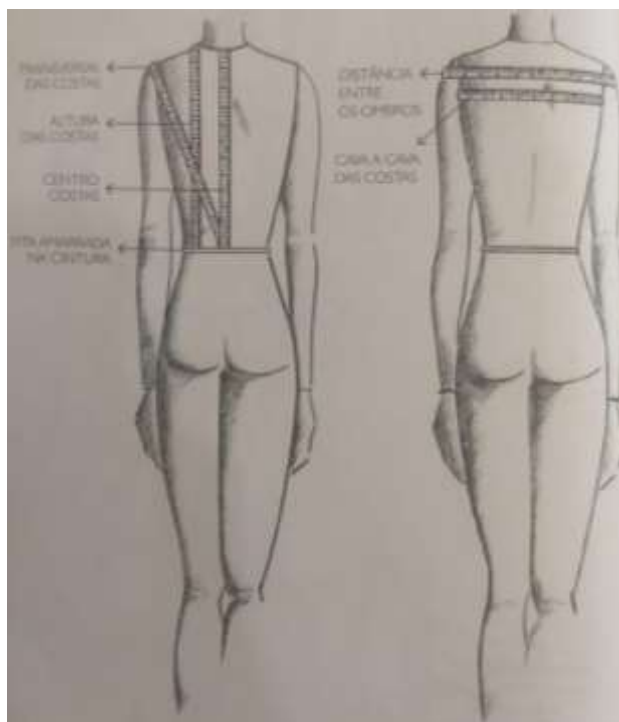
Para Nóbrega (2014) o processo de modelagem inicia com a análise dos modelos por meio de croqui e ficha-técnica recebidos do setor de criação. Neste momento, o profissional analisa todas as características do modelo, que são cruciais para o modelista compreender a base de modelagem a ser usada e as transformações que deverá realizar na base para que fique conforme o modelo proposto. De acordo com Fischer (2010), as bases de modelagem utilizadas pelo modelista, são modelos em duas dimensões que representam a forma básica de alguma peça de roupa, são como uma segunda pele, mas devem ter folgas que proporcionem conforto e movimento, além de pences que auxiliam na forma das partes como busto e cintura. Eles são construídos de acordo com as medidas e proporções do público alvo. As Figuras 1 e 2 mostram algumas medidas necessárias para a construção das bases de modelagem.

Figura 1: Exemplos de medidas para modelagem – circunferências e lateral



Fonte: Duarte; Saggese (2010)

Figura 2: Exemplos de medidas para modelagem – alturas e distâncias



Fonte: Duarte; Saggese (2010)

Pode-se compreender a importância da antropometria, que "(...) trata das medidas físicas do corpo humano" (IIDA, 2005, p.97) na construção do vestuário. Parece simples medir o corpo humano, porém, como a população tem sujeitos com biotipos corporais e padrões diversos, e a forma como as medidas são feitas, interferem diretamente no resultado final, fica difícil estabelecer padrões dimensionais. E as fábricas necessitam de medidas antropométricas cada vez mais específicas para a produção de vestuário e outros itens. (IIDA, 2005). Iida (2005, p.98) ainda salienta que, "hoje, o interesse maior se concentra no estudo das diferenças entre grupos e a influência de certas variáveis como etnias, alimentação e saúde".

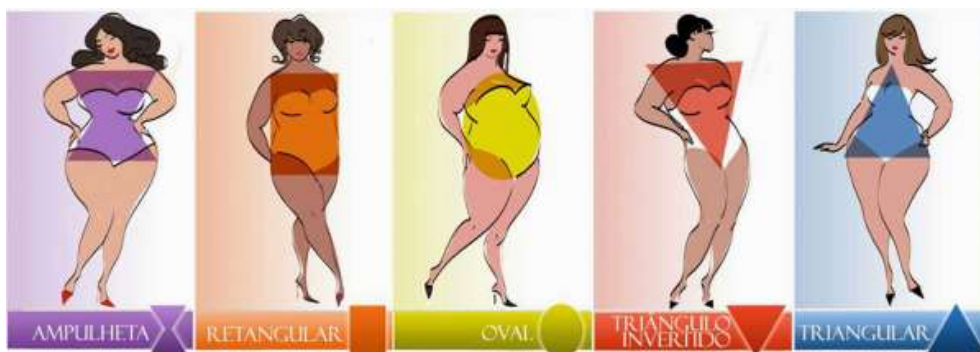
Com os moldes base são desenvolvidos os moldes para os modelos determinados pelos estilistas. A interpretação do molde de acordo com o modelo proposto leva em consideração, além da base adequada, como por exemplo, calça, blusa ou saia, o tipo de tecido para qual a base foi construída, pois existem diferenças nas bases de tecido plano e malha, tendo em vista que a malha possui um percentual de elasticidade que pode ou não ser utilizado. Com os moldes finais concluídos com todas as informações e marcações necessárias, será confeccionado o protótipo da peça e, em seguida, este protótipo será provado em um modelo de prova real que tenha as medidas do público alvo e poderão ser sugeridos ajustes. Se houver ajustes, estes serão realizados na modelagem e havendo necessidade, será confeccionado um novo protótipo ou os ajustes serão feitos no mesmo, para novamente realizar a prova. Só após aprovação total do modelo o mesmo poderá ser encaminhado para gradação⁴ de tamanhos e produção. (ARAÚJO, 1996; TREPTOW, 2013).

É importante ressaltar a importância das medidas na construção das bases e também na construção dos moldes para os modelos. Além disso, deve-se levar em conta as silhuetas que, conforme Fischer (2010), é o primeiro impacto causado por uma peça de roupa e é crucial para

⁴ A gradação de moldes é uma técnica utilizada para reproduzir um molde em outros tamanhos (ALDRICH, 2014).

determinar quais partes do corpo serão ressaltadas ou suavizadas. Para levar em conta a silhueta que dará forma à roupa, também é necessário observar os volumes corporais representados pelo formato do corpo dos indivíduos que compõem o público alvo. A Figura 3 mostra os formatos de corpo com os desenhos relacionados aos tamanhos grandes.

Figura 3: Formatos de corpo em tamanhos grandes



Fonte: Josephine Noivas (2021)

Betti (2014) relata que os corpos gordos não são somente uma interpretação mais volumosa dos corpos esguios, mas sim, possuem características diferenciadas e necessitam roupas com modelagens especiais, pensadas para vestir de forma adequada os corpos mais volumosos. Marceja (2015) traz que, frente ao desinteresse de marcas em produzir tamanhos maiores, há uma inversão de valores na relação peso-consumo, pois as roupas deveriam se adaptar aos corpos que existem, e não o contrário. O vestuário das mulheres gordas normalmente estava relacionado à roupas largas e em tecidos elásticos, como camisetas e leggings e que, uma fala presente entre os que trabalham tanto com o segmento geral e plus size é que, elaborar peças em tamanhos grandes demanda um processo mais cauteloso de pensar a modelagem para que sejam desenvolvidos modelos exclusivos e apropriados para corpos maiores. Não se pode apenas pegar uma peça em um tamanho menor e ampliar para uma numeração plus size, é preciso redesenhar os moldes com as medidas e proporções adequadas. (BETTI, 2014).

Verifica-se a relevância de conhecer o público para o qual a se irá produzir, e para que os produtos padronizados sejam adequados ao consumidor que se quer atingir, existem algumas questões que devem ser levadas em consideração, tais como: "a) definir a natureza das dimensões antropométricas exigidas em cada situação; b) realizar medições para gerar dados confiáveis; e c) aplicar adequadamente esses dados." (Iida, 2005, p.98). As empresas normalmente utilizam tabelas de medidas que podem ser construídas de acordo com o seu público ou não necessariamente. Desde 2012, quando foi cancelada a NBR 13377: 1995, a Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT, responsável pela normalização das medidas, não apresentou nenhuma outra norma. (Longhi et al, 2018). Conforme pesquisa realizada nas normas ABNT e na internet não existem tabelas de medidas específicas voltadas para o segmento plus size.

Outro fator de extrema relevância na construção do vestuário é a ergonomia que, segundo Bezerra e Martins (2006), em sua origem, versa sobre a relação entre o indivíduo e o meio em que ele está inserido, o vestuário também merece ser desenvolvido pela ótica da ergonomia para poder se adequar ao usuário trazendo para ele conforto, segurança e usabilidade no uso de peças de vestuário. Para Soares (2011, p.3) "a ergonomia desempenha três papéis tradicionais no desenvolvimento de produtos: a identificação das necessidades dos usuários; a interface do usuário com o produto e a aplicação de testes e avaliações de modelos e protótipos". Iida (2005) salienta que não importa qual seja o produto, eles são produzidos para atender as demandas dos usuários e que esses produtos devem ter determinadas qualidades sendo elas: qualidade técnica, ergonômica

e estética. Conforme o autor, a qualidade técnica diz respeito ao funcionamento de um produto, sua eficiência e facilidade de manutenção, já a qualidade ergonômica é aquela que diz respeito à usabilidade do produto, bem como a adequação do mesmo ao usuário, observando a adaptação antropométrica e de movimentos. A última qualidade, a estética, é aquela que configura o desejo do consumidor pelo produto e “envolve a combinação de formas, cores, materiais, texturas, acabamentos e movimentos, para que os produtos sejam considerados atraentes e desejáveis, aos olhos do consumidor” (IIDA, 2005, p.316).

Relacionando as qualidades mencionadas com o vestuário compreende-se que as peças de roupa devem ser construídas com uma modelagem que leve em conta as medidas e proporções corretas do público consumidor, que considere as folgas de movimento e a escolha de materiais adequados, para uma melhor experiência de uso. Tendo em vista o objeto de estudo, compreende-se que a moda plus size está em expansão, mas ainda necessita ser mais valorizada e bem elaborada, e conceitos relacionados à modelagem, antropometria e ergonomia devem ser levados em consideração na criação de peças em tamanhos grandes.

3. METODOLOGIA

Para alcançar os objetivos delineou-se um caminho metodológico de abordagem qualitativa que Baptista Lucio, Fernández Collado e Hernández Sampieri (2013) definem como um tipo de abordagem que faz com que possamos compreender os acontecimentos levando em conta a visão dos participantes em relação a eles, o que permite maior liberdade na pesquisa, e corrobora com o trabalho desenvolvido, tendo em vista que foi um estudo que levou em conta as demandas dos usuários, bem como, analisou estas demandas para a construção das bases. A pesquisa também se caracterizou como aplicada, pois gerou resultados palpáveis e aplicáveis, concordando com Dresch, Lacerda e Antunes Júnior (2015, p. 15) que discorrem que o objetivo deste tipo de pesquisa “(...) é que os resultados auxiliem os profissionais na solução de problemas do dia a dia.

Em relação aos objetivos do estudo, a pesquisa se define com um alcance exploratório, já que, de acordo com Baptista Lucio, Fernández Collado e Hernández Sampieri (2013, p. 99) “pesquisam problemas pouco estudados; indagam a partir de uma perspectiva inovadora; ajudam a identificar conceitos promissores; preparam o terreno para novos estudos”, e na pesquisa foi visado conhecer mais sobre a moda plus size, as demandas do público na atualidade, a fim de construir bases de modelagem adequadas, e poder comunicar os resultados para que estes instiguem mais pesquisas acerca da temática.

A pesquisa teve como procedimentos, a pesquisa bibliográfica por meio de livros, artigos científicos e matérias de sites sobre o assunto, e a pesquisa on-line de dados para coletar as tabelas de medidas das peças dos e-commerces. Também foi aplicado um questionário on-line no público-alvo. A análise dos dados coletados foi feita acerca das tabelas de medidas, da tomada de medidas em duas mulheres plus size, e das respostas do questionário para compilar as informações e realizar o desenvolvimento prático do conjunto de bases de modelagem e protótipos, de acordo com as demandas.

4. DESENVOLVIMENTO

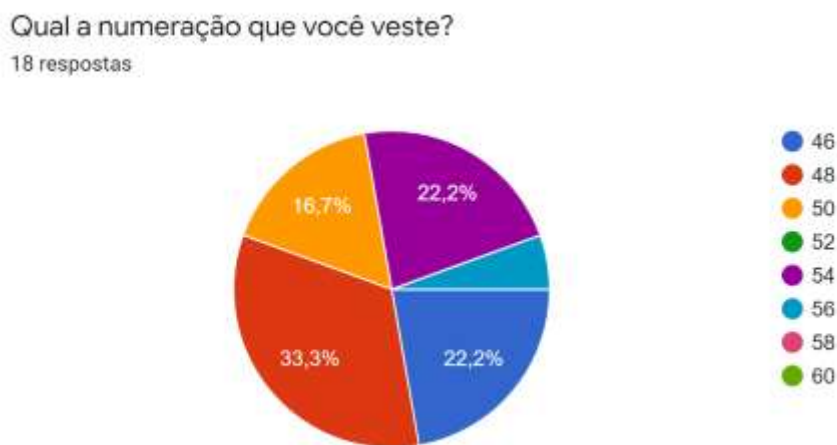
4.1 Coleta e análise dos dados do público-alvo

Visando conhecer as demandas do público plus size na região, foi realizada uma pesquisa através de um formulário on-line elaborado no *Google forms* com 15 perguntas (ANEXO 1). As perguntas foram elaboradas para conhecer, e melhor compreender, as dificuldades encontradas pelo público plus size na aquisição e uso das roupas. A pesquisa teve 18 respondentes com faixa etária de 19 anos a 56 anos. Percorrendo em quantitativos, observou-se que na faixa etária de 19 a 39 anos foram cinco respondentes, sendo duas de 31 anos e as demais com 19, 22 e 39 anos. Na faixa etária compreendida entre 40 e 56 anos, houveram 13 participantes, sendo três de 47 anos, duas 44 anos, outras duas 53 e ainda, mais duas tinham 40 anos. As demais tinham 41, 48, 50 e 56 anos. Em relação à região de abrangência da pesquisa, ficou a região Sul do estado de Santa Catarina, compreendendo participantes das cidades de: Araranguá, Criciúma, Ermo, Içara e Jacinto Machado.

Compreendidas a faixa etária e a localização das participantes, iniciaram-se as perguntas acerca do vestuário. Foram feitas duas perguntas sobre os tamanhos das roupas que elas usavam, a primeira em relação a numeração, compreendida do 46 ao 60, e a segunda sobre o tamanho em letras compreendido do GG ao G4. A necessidade de fazer duas perguntas relacionadas ao tamanho se deu devido ao fato de algumas marcas trabalharem com grade numérica e outras com grade alfabética, além de algumas marcas que utilizam ambas as grades em suas peças, de acordo com o tipo de peça.

Sobre a numeração que elas vestem, é possível observar, de acordo com o Gráfico 1 que, quatro usam o tamanho 46, seis vestem o tamanho 48, três consideram o seu tamanho o 50, quatro usam 54 e apenas uma veste 56.

Gráfico 1: Numeração das roupas das participantes



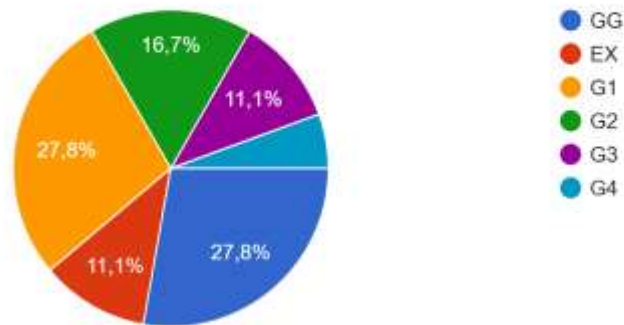
Fonte: Elaborado pelas autoras de acordo com o formulário de pesquisa (2021)

A pergunta seguinte sobre o tamanho que elas usam, mostrou que, cinco pessoas vestem GG, duas usam EX, cinco consideram G1 o seu tamanho, três vestem G2, duas usam G3 e uma considera seu tamanho o G4, conforme pode ser visualizado no Gráfico 2.

Gráfico 2: Tamanho das roupas das participantes

Qual o tamanho que você veste?

18 respostas



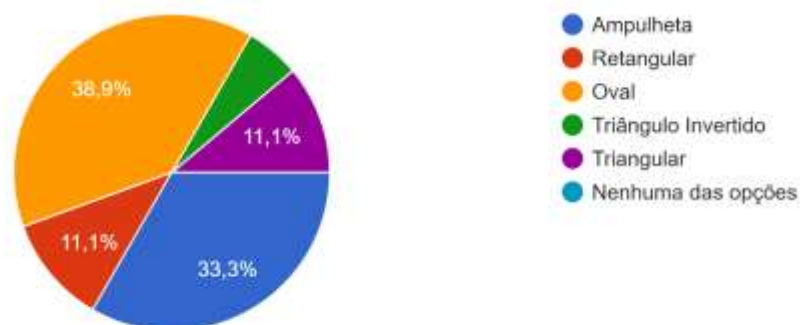
Fonte: Elaborado pelas autoras de acordo com o formulário de pesquisa (2021)

Visando conhecer a forma do corpo das respondentes, foi criada uma pergunta relacionada ao biotipo na qual foram incluídas imagens para que elas pudessem visualizar os biotipos, identificando aquele que melhor representa o seu corpo. Pode-se observar, de acordo com o Gráfico 3, que sete participantes consideraram seu corpo oval, seis visualizam-se com o formato do corpo ampulheta, duas compreendem o corpo em formato retangular, duas triangular e apenas uma se vê com a forma de triângulo invertido.

Gráfico 3: Formato do corpo das participantes

Relacionando as imagens abaixo ao seu corpo, qual delas você acredita que melhor represente o formato do seu corpo?

18 respostas



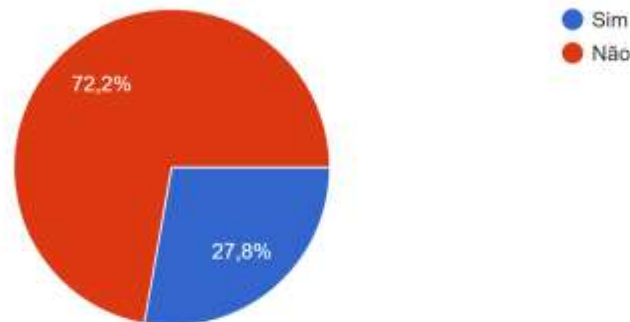
Fonte: Elaborado pelas autoras de acordo com o formulário de pesquisa (2021)

Na pergunta sobre o conhecimento acerca das suas medidas corporais, pode-se observar que a maioria não sabe as medidas do seu corpo, de acordo com o Gráfico 4. A pergunta foi elaborada, tendo em vista que, para realizar compras on-line, além da visualização do tamanho, existe a tabela de medidas, que pode auxiliar na hora da compra, que dá uma noção mais acertada do tamanho a ser comprado, tendo em vista que as medidas variam de acordo com as marcas.

Gráfico 4: Conhecimento das medidas corporais

Você sabe quais as medidas do seu corpo, como por exemplo: circunferência da cintura, quadril e busto?

18 respostas



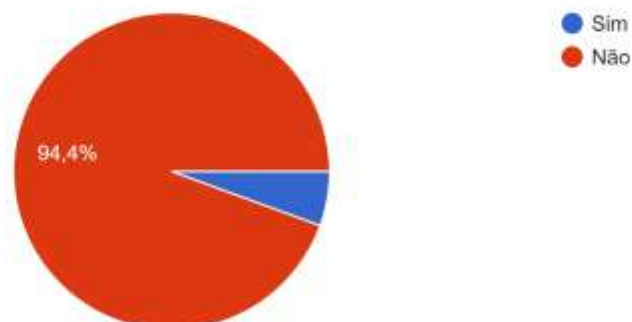
Fonte: Elaborado pelas autoras de acordo com o formulário de pesquisa (2021)

A pergunta subsequente foi sobre como elas compram, se em lojas físicas ou on-line, ou ainda, em ambas, se fosse o caso. Doze realizam compras em lojas físicas, uma em loja on-line, e quatro em ambas e ainda, uma pessoa não respondeu à pergunta. Depois de descobrir quantas realizam compras on-line (neste caso, apenas cinco respondentes) se elas compram pelo tamanho/numeração ou tabela de medidas, obteve-se o resultado de três participantes que compram pelo tamanho/numeração e duas que observam a tabela de medidas ao realizar a compra. Tendo em vista a experiência da compra, foi questionado se elas encontram seu tamanho/numeração com facilidade.

Gráfico 5: Acesso ao tamanho/numeração

Você encontra roupas com facilidade para o seu tamanho/numeração?

18 respostas



Fonte: Elaborado pelas autoras de acordo com o formulário de pesquisa (2021)

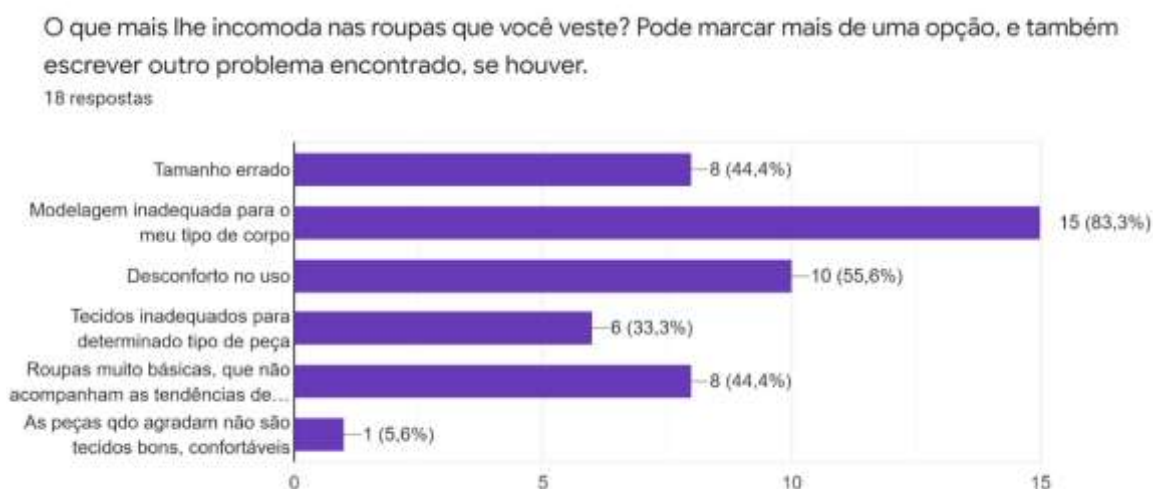
Ainda sobre a compra, foi aplicada outra pergunta objetiva tendo opção de marcar várias respostas sobre as dificuldades encontradas na hora da compra. Das 18 respondentes, seis responderam que não encontram o tamanho/numeração, treze responderam que o tamanho/numeração

não é o mesmo em todas as lojas/marcas, onze relataram não vestem bem, quatro não gostam do tecido, cinco marcaram a opção que as peças são muito comuns e básicas, onze afirmam que as peças não combinam com seu estilo pessoal e dez afirmam que as peças não são confortáveis.

A pergunta seguinte questionou sobre o uso das roupas do dia a dia, se elas se sentem confortáveis ou não. Oito participantes afirmaram que não se sentem confortáveis e dez afirmaram que sim. A questão subsequente destinava-se apenas as participantes que responderam “não” à questão anterior, para descobrir quais os problemas encontrados em relação à falta de conforto no uso. Esta questão tinha a opção de marcar mais alternativas e adicionar outra que não tenha sido mencionada, como resultado, quatro responderam que as peças servem bem em uma parte do corpo e outra parte apertada, quatro marcaram que as peças são folgadas em uma parte do corpo e outra parte apertada, duas escolheram a opção que alguma parte do corpo fica à mostra ao sentar ou abaixar, uma marcou que as peças são apertadas, outra escolheu a opção em que as peças são largas e outra duas participantes escreveram que o gancho é curto, e as cavas são apertadas. Nenhuma das participantes escolheu a opção que mencionava que as peças ficavam curtas. Tendo em vista que oito participantes responderam à questão anterior à esta última, que não se sentiam confortáveis com o uso das peças, e que elas marcaram inúmeras opções, é possível compreender que provavelmente, cada tipo de peça apresenta um problema diferente relacionado ao tamanho e à modelagem das peças, pois as dificuldades colocadas na questão como opções, dizem respeito à problemas de tabela de medidas e modelagem, os quais estão intrinsecamente relacionados

Foi feita a pergunta sobre o que mais incomodava nas roupas na hora de vestir, podendo as respondentes marcarem mais de uma opção e adicionar outra que não tenha sido mencionada. Analisando o Gráfico 6, oito marcaram que o tamanho é errado, quinze relatam a modelagem inadequada para seu tipo de corpo, dez se sentem desconfortáveis na hora do uso, seis mencionam que os tecidos são inadequados para determinado tipo de peça, oito destacam que as peças são muito básicas e que não acompanham tendências de moda, uma escreveu que, quando as peças agradam o tecido não é confortável. Observa-se que a grande maioria das participantes, ou seja, quinze, destacaram que a modelagem era inadequada ao seu tipo de corpo, destaca-se que uma boa modelagem deve levar em consideração a tabela de medidas adequada ao público-alvo, o biotipo, ou seja, o formato do corpo, as proporções adequadas na construção dos moldes, as características dos tecidos.

Gráfico 6: Características negativas encontradas nas peças de roupas



Fonte: Elaborado pelas autoras de acordo com o formulário de pesquisa (2021)

Como também era importante saber sobre as possíveis características que elas consideram positivas nas suas roupas, foi inserida uma pergunta em que as respondentes podiam marcar mais de uma opção e adicionar outra que não tenha sido mencionada. Das dezoito participantes, dezessete optaram pelo conforto no uso, treze acreditam que a modelagem é adequada ao tipo de corpo, cinco marcaram que o tecido é adequado ao modelo da peça, nove escolheram que os modelos diferenciados que acompanham as tendências de moda é positivo. Apenas uma marcou a opção que nenhuma característica a agrada e uma comentou que as únicas peças que agradam são camisetas e leggings.

A última questão era "se você pudesse sugerir alguma melhoria nas roupas que você usa, qual seria?". As participantes relataram algumas sugestões, que podem ser verificadas no Quadro 1.

Quadro 1: Sugestões sobre as roupas plus size

Ter um padrão nos tamanhos/numerações
Roupas disfarçarem as gordurinhas e ao mesmo tempo sejam confortáveis
Beleza e conforto
Blusas de manga curta, porém que escondessem as gordurinhas embaixo do braço
Cuidar a modelagem das calças jeans que ficam coladas em cima e largas na canela
Modelagens provadas em pessoas plus size, de preferência criadas por estilista plus size e modelista plus size; roupas com tecidos de um bom caimento; pois para um corpo plus size é muito difícil encontrar
Roupas com detalhes, pois nem todo gordo é uma circunferência, tem pessoas plus com cintura, quadril e peito elevado apenas, mas tem curvas, então não precisa ser apenas uma capa para vestir
Roupas menos estampadas, mais discretas e confortáveis;
Peças lisas e com tecido de boa qualidade
Peças com mais tendências da moda atual
Roupas mais femininas, sem muita estampa mais clássicas, tipo camisas brancas com babados; blazers, saias de couro evasê, calças de couro, tailleurs coloridos
Fazer mais coisas diferenciadas para gordinhas que sejam evangélicas

Fonte: Elaborado pela autora de acordo com o formulário de pesquisa (2021)

Observa-se uma variedade de demandas relatadas no Quadro 1, algumas relacionadas à modelagem e os tamanhos e outras relacionadas às características estéticas e a segmentos de mercado. No geral, de acordo com as respostas de todas as perguntas, percebe-se que o público plus size apresenta muitas demandas e que estas demandas nem sempre são levadas em consideração no desenvolvimento de produtos para o público em questão. Outra situação evidente, é a questão dos tamanhos e proporções inadequadas que podem ser resolvidas quando a empresa tem uma pesquisa fundamentada em seu público e o desenvolvimento das peças centrado em uma modelagem elaborada de acordo com a antropometria e a ergonomia do vestuário relacionadas ao público plus size.

4.2 Medidas e análise

A tomada de medidas em uma modelo real foi uma experiência única, e percebeu-se diferenças, como por exemplo, houve dificuldade para medir a parte de cima do corpo devido ao excesso de gordura, ficando na dúvida sobre onde exatamente medir, pois o corpo gordo tem um volume maior, com mais dobras, o que acabou dificultando a tomada de medidas em um primeiro momento. Mas as dificuldades foram sanadas utilizando uma fita de cetim amarrada na cintura e com o auxílio da modelo real na identificação correta das partes a serem medidas. A modelo real 2, apenas repassou as medidas, tendo em vista que se encontrava em uma cidade diferente e também, por ser uma profissional da área de modelagem. Também houve a tomada de medidas no manequim de modelagem, tamanho 48 da marca Draft, no laboratório de Modelagem do IFSC - Araranguá, além da coleta de tabelas de medidas plus size na internet de um modo geral e, nos e-commerces de moda *fast fashion* que possuíam marcas plus size mais conhecidas. Após, compilaram-se algumas medidas principais, que pudessem evidenciar as semelhanças e diferenças, demonstradas no Quadro 2.

Quadro 2: Comparativo das medidas principais no tamanho 48

	MODELO REAL 1	MODELO REAL 2	MANEQUIM DE MODELAGEM	TABELA INDUSTRIAL*	MÉDIA DAS TABELAS e-commerce
Circunferência do busto	128	125	104	106	113,5
Circunferência da cintura	116	125	81	90	97
Circunferência do quadril	133	135	113	112	123
Altura da frente	46	46	45,5	46	-
Altura das costas	40	40	41,5	-	-
Comprimento (cintura ao tornozelo)	102	88	105	104	-

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Ao analisar o Quadro 2, é perceptível que as modelos reais possuem diferenças pequenas entre si, de uma forma geral, exceto quando se trata da circunferência da cintura, onde a diferença é de 9 cm, devido ao fato provável do formato corporal, onde uma sinaliza o corpo amulheta e a outra o corpo oval, e do comprimento, cuja diferença é de 14 cm, pois a modelo real 2 é mais baixa que a modelo real 1. As medidas relativas ao manequim de modelagem e a tabela padrão são semelhantes, exceto na cintura, onde existe uma diferença de 9 cm. Pode-se dizer, que a média das tabelas encontradas nos e-commerces de redes de *fast fashion*, encontram-se no meio termo entre as modelos reais e as medidas do manequim e tabela padrão. Porém, compreende-se uma enorme diferença entre a realidade das medidas, que foram tomadas em duas mulheres, de 19 e 44 anos, respectivamente, Modelo Real 1 e Modelo Real 2, e as medidas existentes no varejo on-line de marcas que comercializam suas peças a nível nacional, bem como, nota-se uma diferença ainda mais significativa quando relacionamos às medidas das mulheres reais com as medidas do manequim de modelagem e da tabela construída por meio de graduação dos tamanhos menores para os maiores.

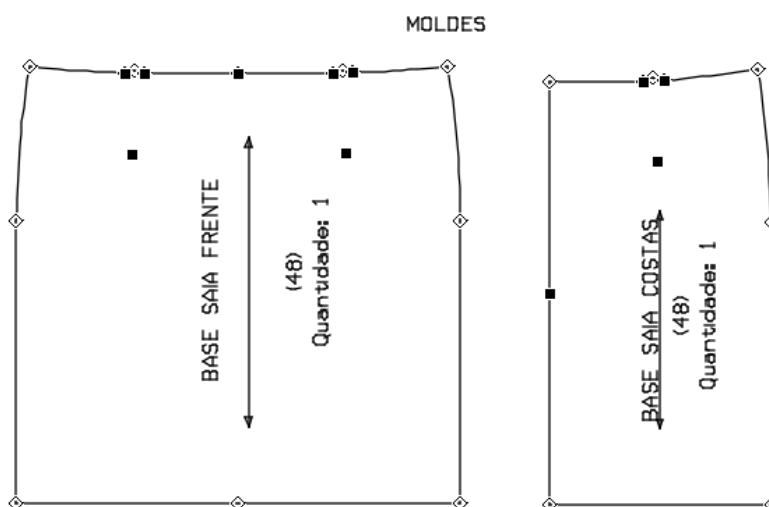
Ou seja, os “padrões” estabelecidos industrialmente, normalmente não estão de acordo com a realidade das mulheres plus size, o que acarreta problemas na hora da compra de peças de vestuário por este público que, além de não encontrar peças em tamanhos grandes, quando encontra, não estão de acordo com o seu tamanho médio e, muitas vezes, precisam comprar peças de tamanhos ainda maiores. Compreende-se a importância de estudar o público-alvo, não apenas no sentido de seus hábitos e comportamento, mas também, visando conhecer a anatomia do corpo gordo e suas reais medidas e necessidades. Só dessa forma, as marcas serão mais assertivas no desenvolvimento das modelagens dos modelos de suas peças, e as consumidoras terão peças de acordo com a sua anatomia e antropometria, facilitando assim, a compra e também gerando uma maior satisfação pessoal em relação ao que estão vestindo.

Sendo as bases de modelagem, o alicerce que sustentará o desenvolvimento de diferentes modelos, entende-se a importância destas bases serem feitas de acordo com a antropometria (medidas), a anatomia do corpo do público-alvo de uma determinada marca. O que conseqüentemente, trará maior conforto ergonômico no uso das peças, uma vez que elas foram criadas de acordo com a realidade do seu público.

4.3 Desenvolvimento das bases

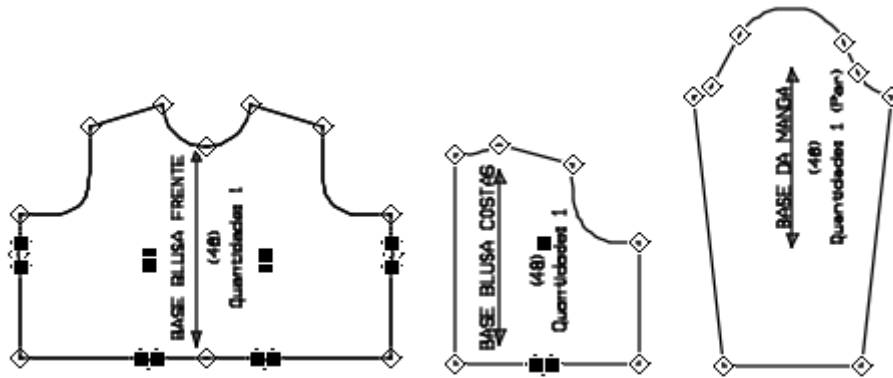
Após descobrir o tamanho base e as demandas do público da amostra, bem como, analisar as tabelas de medidas disponíveis. Foi estabelecido um tamanho e medidas intermediárias, levando em consideração as medidas das modelos reais, além de folgas de movimento, para a construção das bases em tecido plano. A escolha do tecido plano se deu devido à dificuldade de elaborar peças plus size com esses tecidos, tendo em vista que a maioria das peças encontradas são de malha. As bases foram desenvolvidas no método de modelagem plana manual, em papel pardo e após foram cortadas em tecido 100% algodão e confeccionadas em máquina reta industrial, respeitando as margens de costura estabelecidas. Os moldes também foram desenhados no sistema Audaces Moldes para poder inserir as imagens no artigo, e elucidar as diferenças após a realização dos ajustes, após as provas. Abaixo pode-se verificar os moldes iniciais da saia, da blusa e da calça, Figuras 4, 5 e 6, respectivamente.

Figura 4: Moldes da saia



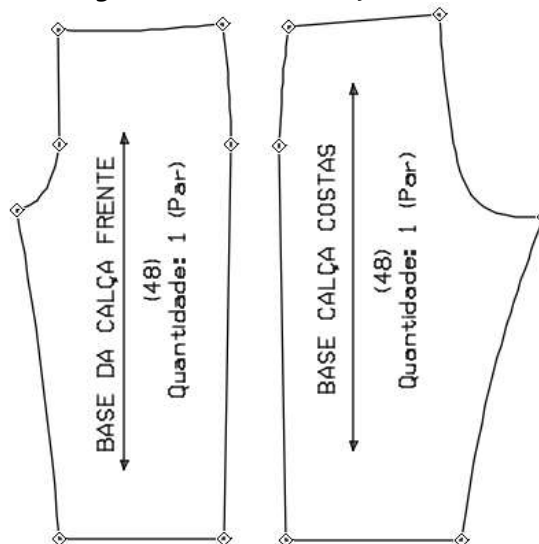
Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Figura 5: Moldes da blusa



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Figura 6: Moldes da calça



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Uma vez confeccionados os protótipos, as bases foram provadas na modelo real 1, que apresentou disponibilidade para participar do processo.

Figura 7: Prova 1



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Na hora da prova da base, a blusa não entrou, pois, a cava estava pequena e foi necessário descosturar a manga, retirá-la e descer na cava 4 cm e recortar o pedaço para a blusa servir. A calça ficou grande no gancho, sobrando 8 cm, em sua maioria, na parte das costas. A calça ficou larga nas pernas, além de ter ficado um pouco folgada na cintura, totalizando 3 cm de cada lado da cintura. Foram feitas as devidas marcações nas peças para depois realizar os ajustes na modelagem.

Figura 8: Detalhe da prova da blusa sem a manga



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Após a retirada das mangas (Figura 8), a blusa foi novamente provada e verificou-se que seria necessário descer 2 cm no decote. O ombro ficou “puxando” em direção às costas. A modelo relatou que a cava poderia ser mais aberta, para ampliar os movimentos. A blusa também não fechou nas costas, ficou faltando 5 cm no total para fechar, se tentasse fechar, apertaria o busto e a blusa ficaria completamente desconfortável. Na Figura 9, visualiza-se a prova da saia, a mesma ficou boa no geral e confortável, de acordo com a modelo de prova.

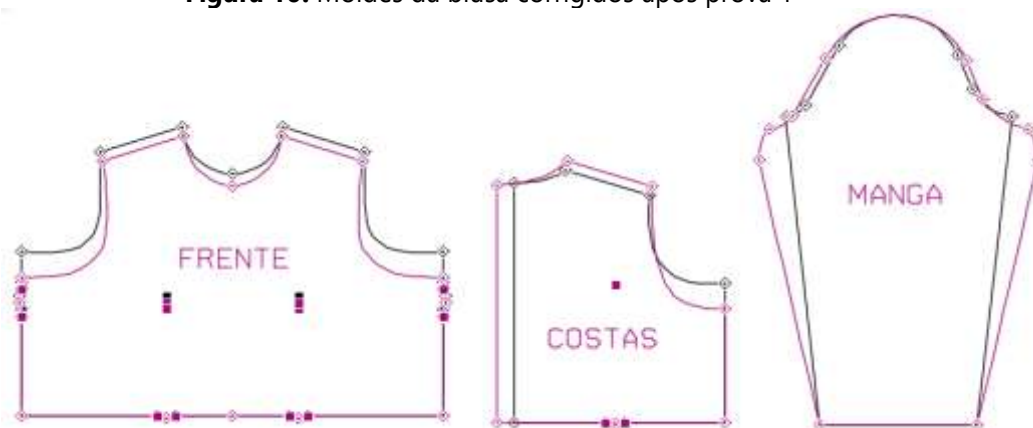
Figura 9: Prova da saia



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Após a prova e as devidas marcações, anotações e comentários da modelo de prova, foram realizadas as alterações nos moldes, que podem ser visualizadas nas Figuras 10 e 11, pois na saia, não foram necessários ajustes.

Figura 10: Moldes da blusa corrigidos após prova 1

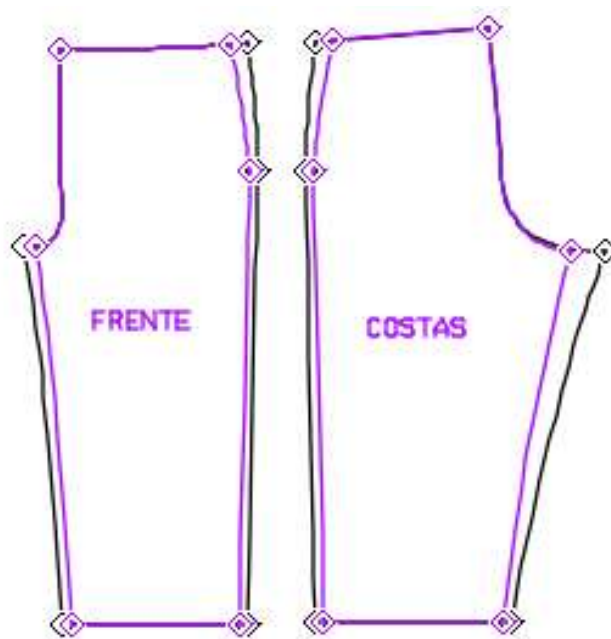


Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Na blusa, foi descido 2 cm no decote da frente, foi ampliado o tamanho do molde das costas em 5 cm, além de baixar 4 cm na cava, redesenhando a mesma. Também foi deslocado o ombro para frente, aumentando 1,5 cm nas costas e diminuindo o mesmo valor na frente. A manga foi

novamente construída de acordo com as novas medidas da cava e foi feito um desenho anatômico na localização do bíceps.

Figura 11: Moldes da calça corrigidos após prova 1



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Na calça, foi diminuído o gancho, 2 cm na frente e 6 cm nas costas, totalizando os 8 cm, além de diminuir 3 cm de cada lado da cintura. Também foi retirada a folga de 1,5 (dada na construção da base) na parte das pernas (entrepernas e lateral).

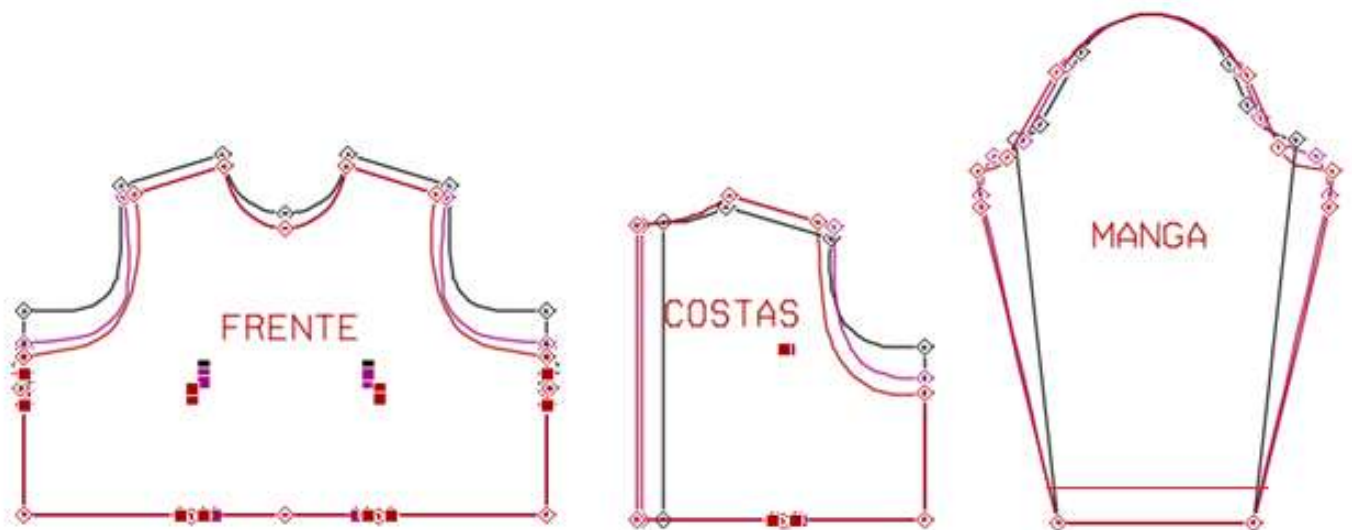
Realizadas as alterações, foram confeccionados novos protótipos de blusa e calça e realizada a segunda prova, que obteve bons resultados. Na calça, o comprimento ficou excelente, apenas não conseguiu fechar na região do quadril/cintura, ficou um espaço de 5 cm. A blusa ficou com a cava abaixo do braço assim não conseguiu fechar a blusa toda, onde ela também ficou apertando o braço da modelo. O comprimento da manga ficou grande onde obteve duas dobras na bainha de 2 cm.

Figura 12: Prova 2



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Figura 13: Comparativo das alterações nos moldes - 1ª, 2ª e 3ª versão da blusa frente e costas⁵

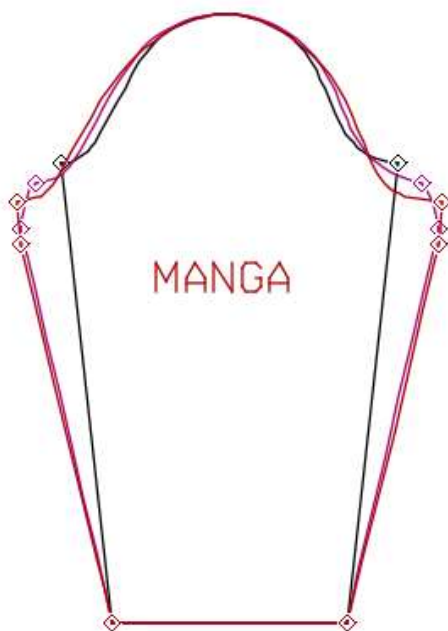


Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Depois da segunda prova, foi alterada a cava novamente, descendo mais 2 cm, a mesma foi redesenhada, e a pence do busto foi realocada, também foi reduzido o comprimento do ombro, que influenciou no novo desenho da cava, como pode ser visualizado na Figura 13. A manga foi construída novamente, de acordo com as novas medidas da cava (Figura 14).

⁵ Linha preta: molde 1; linha roxa; molde 2 e linha vermelha-molde 3.

Figura 14: Comparativo das alterações nos moldes - 1ª, 2ª e 3ª versão da manga



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Na calça, apenas foi aumentado o valor necessário no quadril com uma pequena folga de 1 cm. Foi acrescentado na cintura o dobro do valor, mas foi criada uma pence de 3 cm de largura e profundidade 14 (frente) e 16 (costas) para “moldar o corpo” e não acrescentar, de fato, a medida na cintura, já que ficou faltando 5 cm apenas na região do quadril.

Figura 15: Comparativo das alterações nos moldes - 1ª, 2ª e 3ª versão da calça



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Salienta-se que, com as alterações realizadas, as bases ficaram de acordo com as medidas e demandas do público-alvo plus size. Com as bases testadas e aprovadas, é possível realizar a interpretação das mesmas para qualquer modelo de peça de vestuário em tecido plano, bem como a posterior gradação de tamanhos para a produção em maior escala e tamanhos da grade plus size.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste trabalho foi conhecer o perfil e demandas do público-alvo plus size para construir um conjunto de bases de corpo levando em conta a antropometria e a ergonomia. Entende-se que o objetivo foi atingido, tendo em vista o levantamento realizado via formulário, bem como a pesquisa sobre as tabelas e medidas do público estabelecido, e a construção das bases, que foi realizada com êxito. Inclusive possibilitando as devidas provas e ajustes necessários na modelagem. Compreendeu-se que o mercado plus size procura trazer as peças com bastante elástico e sem diferenciação, como por exemplo, calças de malha e blusas largas. No decorrer da pesquisa, a pesquisadora pôde observar que, além da modelagem não cair bem, as medidas são controversas, o que dificulta a construção dos moldes e o desenvolvimento dos produtos.

Com as provas dos protótipos foi possível ter noção das diferenças do corpo plus size e foram encontradas algumas dificuldades, pois na primeira prova, muitos ajustes foram realizados, pois as bases, em especial de blusa e calça, não ficaram de acordo com o corpo da modelo e com as medidas tiradas. Também foi perceptível que o corpo gordo tem muitas curvas, o que acaba dificultando um pouco a modelagem, tendo em vista a pouca experiência na elaboração de modelagem para corpos plus size. A segunda prova, foi uma experiência mais satisfatória, pois, embora houveram ajustes, as bases já se moldaram melhor ao corpo e aos poucos foi possível compreender as demandas da modelo e como as peças se moldaram ao seu corpo.

Os objetivos foram alcançados com resultados positivos, que contribuem com uma visão diferente acerca do segmento plus size, trazendo luz às demandas das mulheres. Mostrando que é possível trabalhar com este público de forma adequada, apenas tomando pequenas ações, como a aplicação de um questionário on-line e a tomada de medidas em algumas mulheres plus. A pesquisa mostrou-se válida para o design de moda, tendo em vista que é uma temática pouco abordada e que este estudo trouxe uma visão interessante sobre a modelagem relacionada à antropometria e ergonomia do vestuário plus size. Como estudos futuros, salienta-se a necessidade de mais pesquisas sobre o assunto, bem como, com a participação de uma amostra maior de usuárias.

Referências

AIRES Aliana. **De gorda a plus size: a moda do tamanho Grande**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

ALDRICH, Winifred. **Tejido, forma y patronaje plano**. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

ARAÚJO, Mário de. **Tecnologia do vestuário**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, 1996.

BAPTISTA LUCIO, María del Pilar; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos; HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. **Metodologia da Pesquisa**. 5a ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

BARD, Natasha Lis Streit. **A moda como representação de identidade em consumidoras plus-size**. 97 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Curso de Comunicação Social: Habilitação em Relações Públicas, 2013. Disponível em: < <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/88875>>. Acesso em: 01, Abril. 2021.

Betti, Marcella Uceda. **Beleza sem medidas? Corpo, gênero e consumo no mercado de moda plus-size**. 213 f. Dissertação (mestrado) - Universidade de São Paulo. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, 2014. Disponível em: <<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-13052015-115256/pt-br.php>>. Acesso em: 01, Abril. 2021.

BEZERRA, Germana Maria Fontenelle. MARTINS, Suzana Barreto. **Equação da ergonomia no design de vestuário: espaço do corpo, modelagem e materiais**. In: Colóquio de Moda, 2., Salvador: 2006. 8 p. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202006/artigos/107.pdf>>. Acesso em: 01, Abril. 2021.

DRESCH, Aline; Lacerda, Daniel Pacheco; Antunes Júnior, José Antonio Valle. **Design Science Research: método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

DUARTE, Sônia. SAGGESE, Sylvia. **Mib-Modelagem Industrial Brasileira**. Rio de Janeiro: Guarda-Roupa, 2010.

EMÍDIO, Lucimar de Fátima Bilmaia. **MODThink: projetando a modelagem do vestuário**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2021.

FISCHER, Anette. **Construção do Vestuário: planejamento de coleção**. Tradução Camila Bisol Brum Scherer. Porto Alegre: Bookman, 2010.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: projeto e produção**. 2. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2005.

JOSEPHINE NOIVAS. Dicas para a escolha do vestido plus size perfeito!. 2019. Disponível em: <https://www.josephinenoivas.com.br/dicas-para-o-vestidos-plus-size-perfeito/>. Acesso em: 18, mar. 2021.

KAWAMOTO, Emilia Emi. **Anatomia e fisiologia para enfermagem**. 1. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2018.

LONGHI et al. **Metodologia para o vestuário no setor de modelagem: tabela de medidas**. In: Contextmod, 6. Brusque: 2018. 11 p. Disponível em: < <http://contextmod.net.br/index.php/sexta/article/view/874>>. Acesso em: 01, Abril. 2021.

MARCELJA, Karen Grujicic. **A busca por uma identidade através da moda plus size**. In: Comunicon, São Paulo: 2015. 15 p. Disponível em: <http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT2/6_GT02_Karen_Grujicic_Marcelja.pdf>. Acesso em: 01, Abril. 2021.

NÓBREGA, Laura Carolina Oliveira. **Modelagem 2D para vestuário**. São Paulo: Érika, 2014.

QUATROK. **A ascensão da moda plus size**. 2020. Disponível em: <<https://www.quatrok.com.br/novidades/a-ascencao-da-moda-moda-plus-size/>>. Acesso em: 25, mar. 2021.

SEBRAE. **Conheça o potencial de mercado da moda plus size**. 2019. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-plus-size-explore-este-nicho-de->>. Acesso em: 18, mar. 2021.

SOARES, Marcelo Márcio. **Ergonomia e design**: uma interação a ser intensificada. In: Ciped, 6. Lisboa: 2011. 20 p. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/234518133_Ergonomia_e_Design_Uma_interacao_a_ser_intensificada>. Acesso em: 01, Abril. 2021.

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

APÊNDICE - Questionário

1. Qual sua idade?
2. Qual a cidade que você mora?
3. Qual a numeração que você veste?
4. Qual o tamanho que você veste?
5. Relacionando as imagens abaixo ao seu corpo, qual delas você acredita que melhor representa o formato do seu corpo?



6. Você sabe quais as medidas do seu corpo, como por exemplo: circunferência da cintura, quadril e busto?
7. Você compra suas roupas em lojas físicas (vai até elas) ou em lojas on-line (compra pelo site ou instagram)?
8. Caso você compre on-line, você compra pelo tamanho/numeração que normalmente usa ou olha a tabela de medidas?
9. Você encontra roupas com facilidade para o seu tamanho/numeração?
10. Caso não encontre roupas com facilidade para o seu tamanho/numeração, quais as dificuldades encontradas? Pode marcar mais de uma opção, e também escrever outra dificuldade, se houver.
 - () Não encontro meu tamanho/numeração
 - () Meu tamanho/numeração não é o mesmo em todas as marcas/lojas
 - () Não vestem bem
 - () Não gosto dos tecidos
 - () São muito comuns, básicas
 - () Não combinam com meu estilo pessoal
 - () Não são confortáveis

11. Em relação ao uso das peças no dia a dia. Você as considera confortáveis, consegue se movimentar com facilidade?

12. Caso tenha respondido NÃO à questão anterior, quais os problemas encontrados? Pode marcar mais de uma opção, e também escrever outro problema encontrado, se houver.

- Servem bem em uma parte do corpo, mas apertam em outra parte
- Apertam em uma parte do corpo e são folgadas em outra parte
- Alguma parte do meu corpo fica à mostra quando sento ou me abaixo
- As peças ficam curtas
- As peças são apertadas
- As peças são largas

13. O que mais lhe incomoda nas roupas que você veste? Pode marcar mais de uma opção, e também escrever outro problema encontrado, se houver.

- Tamanho errado
- Modelagem inadequada para o meu tipo de corpo
- Desconforto no uso
- Tecidos inadequados para determinado tipo de peça
- Roupas muito básicas, que não acompanham as tendências de moda

14. Quais características você considera positivas nas roupas que você usa? Pode marcar mais de uma opção, e também escrever outra característica, se houver.

- Conforto no uso
- Modelagem adequada ao meu tipo de corpo
- Tecidos adequados aos modelos das peças
- Modelos diferenciados, que acompanham as tendências de moda
- Nenhuma característica me agrada

15. Se você pudesse sugerir alguma melhoria nas roupas que você usa, qual seria?