

MODA PLUS SIZE E ARTE

Plus Size Clothing and Art

LAZZARI, Emanuele Tibola; Bacharel em Design de Moda; UDESC
emanuele.lzr@gmail.com

Silveira, Icléia; Doutora; UDESC
icleiasilveira@gmail.com

Resumo

A moda e arte apresentam os mesmos elementos de composição visual: formas, linhas, cores, volumes e texturas. Portanto ambos podem ser utilizadas para releitura, interpretação, inspiração e criação. Este artigo apresenta as etapas do desenvolvimento de uma coleção de *lingeries* para o público *plus size*, inspirada nas obras da artista plástica brasileira Lygia Clark. Para obtenção dos fundamentos teóricos utilizou-se a pesquisa qualitativa e descritiva. Para o desenvolvimento do produto foi aplicada a metodologia projetual de Slack, Chambers e Johnston (2002).

Palavras chave: *Plus size*; Moda; Arte; Lygia Clark.

Abstract

Fashion and art show the same elements of visual composition: shapes, lines, colors, textures and volumes. So both can be used for retelling, interpretation, inspiration and creation. This article presents the development of a collection of lingerie for the plus size audience, exploring materials, modeling and distinctive design. The collection is inspired by the concept and works of Lygia Clark. The research approach was qualitative and descriptive of theoretical procedures. For product development methodology to projetual Slack, Chambers and Johnston (2002) was applied.

Keywords: *Plus size; Fashion; Art; Lygia Clark.*

Introdução

As consumidoras *plus size* constituem um nicho de mercado considerável, mas pouco explorado, por isso, é uma boa oportunidade de negócios. Trata-se de um público-alvo que está cada vez mais exigente e sofisticado, desejando consumir produtos do vestuário que estejam inseridos nas tendências de moda e que apresentem um *design* diferenciado. Este público não está sendo suficientemente atendido, tendo em vista as alternativas existentes à aquisição de vestuário disponível no mercado. Geralmente, as roupas comercializadas em tamanhos grandes são muito básicas, carecem de inovação, design e modelagem apropriada para o biótipo deste público. Dessa maneira, os produtos não atendem suas necessidades físicas e psicológicas. Diante deste contexto, apresenta-se uma coleção de *lingeries* para o público *plus size*, inspirada nas obras da artista plástica brasileira Lygia Clark. Exploraram-se nos materiais e na modelagem, formas, linhas, texturas e um design diferenciado. Escolheu-se esta artística plástica brasileira, por considerar que representa um marco na arte contemporânea. Seus trabalhos partem da vocação moderna de junção da arte e da vida, trabalhando a consideração de espaço, como espaço-tempo, ou seja, espaço vivido a partir da experiência, o que se desdobra na temática da inserção do público na obra e da experimentação como forma de acesso à totalidade do ser. Foi nestas obras que se buscou a inspiração para o conceito da coleção, envolvendo a intensidade sensorial e agregando diferentes elementos que possibilitem novas sensações e experiências em um produto de moda. O objetivo foi criar produtos que proporcionem à consumidora a sensação de prazer, bem estar físico e psicológico por meio do uso de uma peça que valorize o seu próprio corpo.

Quanto à natureza da pesquisa optou-se pela qualitativa e descritiva dos procedimentos teóricos. Utilizou-se a metodologia projetual de Slack, Chambers e Johnston (2002). De acordo com estes autores, um projeto tem início com uma ideia nova ou pouco explorada que vai se consolidando a cada etapa do processo. São elas: geração de conceito, triagem, projeto preliminar, avaliação e melhoria do projeto, prototipagem e projeto final. Para tanto, contextualiza-se a atual inserção da moda *plus size* no Brasil.

A Consumidora *Plus Size*

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2012) divulgou dados mostrando que a metade da população adulta está acima do peso. Entre os mais ricos, o índice atinge cerca de 61,8%, em pessoas com mais de vinte anos. Segundo a Associação Brasileira do Vestuário, o segmento de mercado *plus size* representa 5% do faturamento total do setor de vestuário em geral, cerca de R\$ 4,5 bilhões por ano (ABRAVEST, 2012). Como pode ser constatado, este segmentado vem se expandindo e o mercado *plus size* vem ganhando novos clientes. Algumas empresas do vestuário perceberam esta demanda crescente por tamanhos maiores e passaram a criar roupas para mulheres acima do peso. Porém, conforme pesquisa realizada por Prado (2013), muitas mulheres registraram encontrar verdadeiros “sacos” no varejo, roupas sem o caimento ideal e que apresentam pouca preocupação com estética e *design*. Como indica a pesquisa, faltam investimentos em pesquisa de moda e conhecimentos técnicos, principalmente em relação à modelagem adequada à forma do corpo destas consumidoras. Este mercado ainda é carente e é preciso mais atenção e qualidade à criação e confecção dos produtos do vestuário *plus size*, democratizando assim o acesso desse público às tendências de moda.

A moda *plus size*, (termo norte americano, o qual a tradução literal em português é tamanho grande) é um fenômeno relativamente recente. O manequim considerado *plus size* no Brasil é acima de 44; há poucos anos, o mercado de moda brasileiro disponibilizava no mercado poucas alternativas para os usuários de tamanhos grandes, as quais restringiam-se a peças escuras e mais alargadas que visavam esconder o excesso de gordura. Atualmente, o movimento *plus size* virou um fenômeno e diversas empresas estão investindo nesse nicho de mercado. Isso é decorrente da movimentação de mulheres através da internet com campanhas, protestos e mobilizações em prol da atenção das indústrias do vestuário, para serem atendidas da maneira correta.

Porém, ainda há equívocos na execução de produtos maiores no mercado. É comum que confecções aumentem uma peça do tamanho 38 para o 48. Porém, como pode ser percebido, para atender este público adequadamente, as empresas

precisam obter conhecimento sobre a forma do corpo destas mulheres, suas curvas, saliências, volumes e até desproporções. As consumidoras de tamanhos maiores desejam produtos inseridos nas tendências de moda, mas necessitam de peças criadas e desenvolvidas exclusivamente para elas, para as linhas estruturais dos seus corpos, suas curvas e saliências. Uma roupa que foi desenvolvida para uma mulher cujo manequim é 36/38, não terá o mesmo caimento em outra cujo manequim é 46/48. A modelagem das peças deve ser traçada com a finalidade de valorizar a forma do corpo destas consumidoras, fazendo com que elas sintam-se confortáveis, sensuais e bonitas.

Uma etapa importante, que deve ser realizada com rigor, é a graduação (ampliação e redução de medidas) das peças do vestuário, após a interpretação da modelagem. Para a graduação é preciso utilizar as medidas anatômicas do corpo, observando a diferença de uma numeração para a outra, e acrescentá-las de maneira gradual.

Acredita-se que a moda pode contribuir para que as mulheres possam aceitar melhor o seu corpo, para que não queiram esconder suas curvas e sim realçar a beleza delas. Inclusive, há um público crescente de mulheres que perpetuam a aceitação da beleza real e desejam encontrar nas lojas peças lindas e ousadas que valorizem as suas curvas; no entanto, dificilmente encontram algo fora do padrão básico e conservador. Em relação à roupa íntima, a grande maioria dos produtos restringe-se a uma pequena gama de cores e a tecidos modeladores. Há carência por um design diferenciado, pelo uso de novas modelagens, design têxtil e materiais diferenciados na confecção das peças e também pela incorporação das tendências de moda nos produtos.

Dessa forma, as consumidoras não encontram produtos que aliam o conforto que necessitam à estética bonita e sensual que almejam. E foi neste sentido que se buscou as sensações e experiências do corpo nas obras de Lygia Clark.

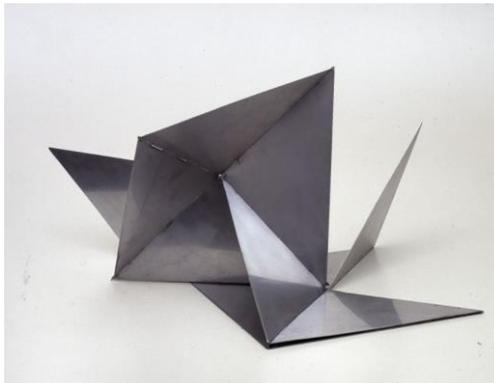
Lygia Clark – Conceito e Obra

Lygia Clark era uma artista que estava muito a frente do seu tempo. Iniciou seus estudos artísticos em 1947, no Rio de Janeiro, e em 1950 estuda com Arpad

Szènes, Dobrinsky e Fernand Léger, em Paris. Em 1952, retorna ao Rio de Janeiro para expor suas obras no Ministério da Educação e Cultura, após sua primeira exposição individual no Institut Endoplastique, em Paris (Lygia Clark, 1959, apud FABBRINI, 1994, p. 13).

As obras de Lygia têm a finalidade de causar sensações e mudanças no espectador. Este, a partir do momento que interagisse com a obra, já alcançaria uma nova posição, o de espectador-participante, aquele que faz parte de uma experiência. Trabalhando desde o início a estética geométrica que se tornou sua marca registrada, Lygia prova que materiais alternativos podem ser utilizados para trazer novas sensações, e o espectador estava sempre convidado a interagir e a fazer parte de suas obras. Cita-se, como exemplos, os “Casulos” (1959), feitos em metal que permitia ao plano ser dobrado, e as esculturas da série “Bichos” (1960), (Figura 1) em alumínio maleável por consequência de dobradiças, permitiam aos espectadores moldar corpos da maneira que quisessem, movidos por seus sentimentos e vontades (FABBRINI, 1994, p.63).

Figura 1 - L. C., **Bicho**, 1960, alumínio anodizado



Fonte - O mundo de Lygia Clark.

Observando a figura geométrica, percebe-se que esta se lançava ao espaço exterior, incorporando novos materiais, rompendo com a bidimensionalidade da representação; o desenvolvimento das formas escultóricas destituídas do peso riscava o ar com suas trajetórias lineares; a produção seriada de objetos utilitários estetizava o real aproximando a arte do cotidiano; e as formas arquitetônicas funcionavam como novos dispositivos sensoriais que moldavam a sensibilidade do

homem moderno, incorporando às pesquisas formais as novas conquistas técnicas e industriais (FABBRINI, 1994, p.13).

Dessa forma, Lygia desconstruiu a representação do espaço, tirando suas obras do plano e transformando-as em esculturas, deixando o espectador cada vez mais perto e participante da obra, transformando-a em um elemento que pudesse fazer parte do seu cotidiano, de forma estética ou psicológica.

Com o passar do tempo, Lygia começa a trabalhar com diferentes materiais e elementos em novas proposições: água, ar, areia, pedras, caramujos, flores, sacos plásticos, elásticos, isopor, tecidos, etc. “uso tudo que me cai nas mãos, como sacos vazios de batatas, cebolas, plásticos que envolvem roupas que vêm do tintureiro, e ainda luvas de plástico que uso para pintar os cabelos”. A finalidade é a experiência sensorial para quem participa da obra, é “redescobrir as potencialidades sensoriais de todas as substâncias, naturais e mesmo artificiais” (FABBRINI, 1994, p.111).

Em 1973, Lygia foi contratada pela *Sorbonne*, e lá teve contato com a área da psicanálise, proporcionando experiências sensoriais e terapêuticas aos seus espectadores-participantes, que estimulavam os contatos entre os corpos. Dessa forma, Lygia aplica seus conhecimentos na área terapêutica, no tratamento de casos de dependência química, impotência ou frigidez sexual, hiperatividade, falta de concentração e quaisquer outros distúrbios que estivessem ligados à consciência do ser.

A utilização e aplicação dos *Objetos Relacionais* marcam a última fase de Lygia Clark, uma artista que viveu e dedicou sua obra às pessoas. E como “sua obra” pode-se ler seu corpo e sua mente; pois até o fim de sua vida ela esforçou-se, de todas as maneiras possíveis, a encontrar mecanismos para fazer com que as pessoas pudessem viver melhor.

Aplicação do conceito e da obra de Lygia Clark

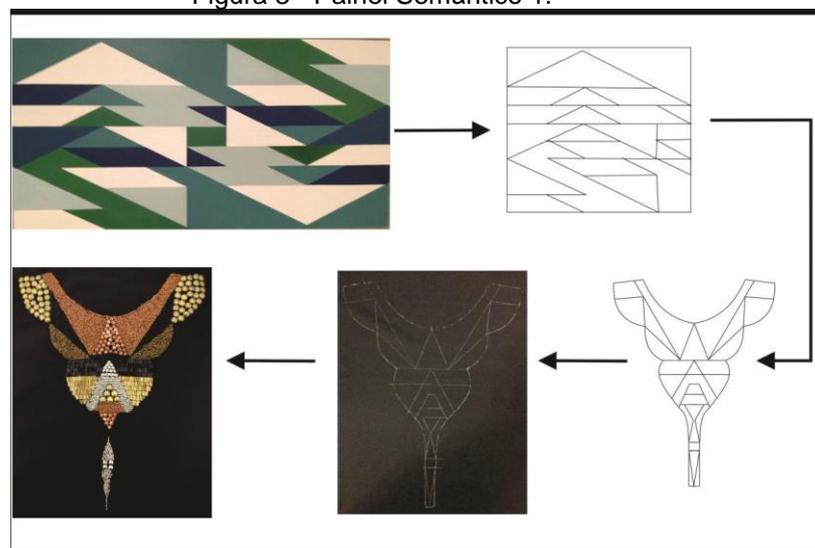
O conceito – tão forte que marcou a existência de Lygia Clark – de proporcionar às pessoas, meios para redescobrirem-se, para superar seus medos e libertar suas fantasias, curar suas feridas psicológicas, interagir com o outro e com o meio de uma nova maneira, experimentar elementos e sensações para que pudessem viver melhor, é a raiz do desenvolvimento do trabalho de conclusão de

curso que foi base deste artigo. A partir deste conceito, o foco da criação das peças foi combinar diferentes materiais em seu desenvolvimento para que, quando unidos, ganhassem um novo significado e produzissem uma sensação diferente no consumidor.

Nesse caso, são utilizados tecidos que apresentam texturas e caimentos distintos, porém ambos agradáveis ao contato físico. Aliado a isso, em cada peça a estética geométrica das obras de Lygia Clark aparece de uma forma única; tanto na modelagem quanto no design têxtil.

Os bordados são o ponto chave da coleção. Aviamentos clássicos e modernos são trabalhados de uma maneira singular, formando novas interpretações das obras da artista, que vão causar no consumidor exatamente aquilo que Lygia buscava despertar em seu espectador: uma nova percepção. Através de 3 Painéis Semânticos, exemplifica-se a seguir as principais referências abordadas entre as obras da artista, para a criação de um design diferenciado para a presente coleção. Para o desenvolvimento do bordado do primeiro *look* conceitual da coleção, a obra inspiracional de Lygia Clark foi “Superfície Modulada” (1957). As linhas geométricas foram reinterpretadas, conforme mostra o Painel Semântico 1 (Figura 3), formando desenhos exclusivos que ainda ganharam novas linhas e texturas, quando cobertos com a combinação de diferentes materiais – como miçangas, canutilhos e *spikes*. Estes reforçam o contraste entre leve e pesado.

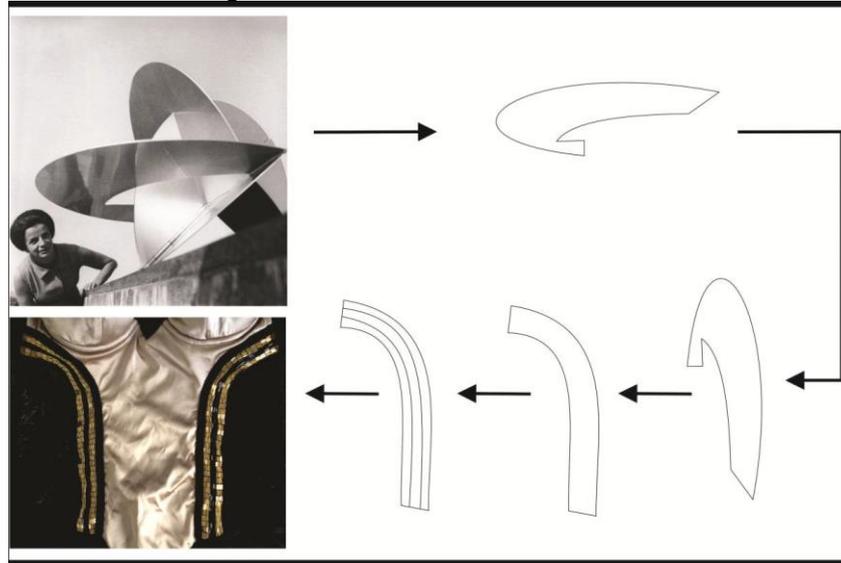
Figura 3 - Painel Semântico 1.



Fonte: LAZZARI, 2013.

As linhas dos bordados do segundo *look* conceitual da coleção tiveram como inspiração a série “Bichos” (1960). Conforme exemplifica o Painel Semântico 2 (Figura 4), o formato arredondado da obra de Lygia Clark torna-se a definição da silhueta feminina na peça, coberta por canutilhos.

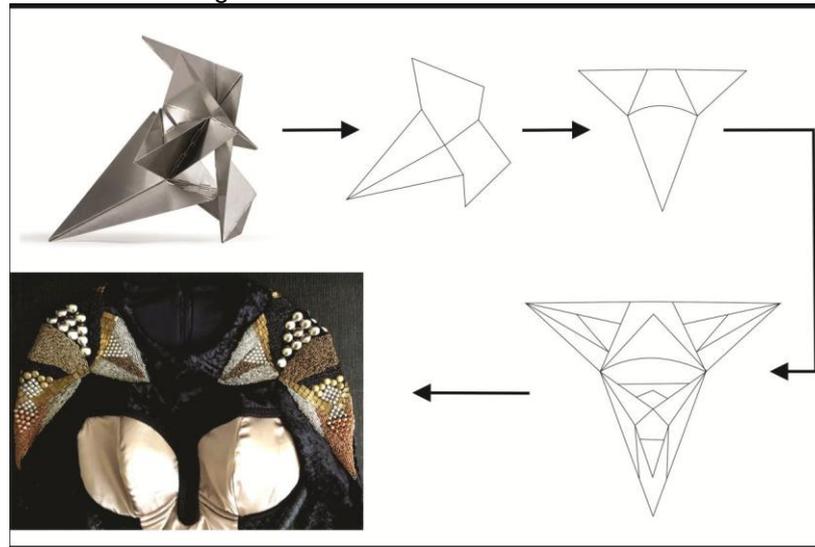
Figura 4 - Painel Semântico 2.



Fonte: LAZZARI, 2013.

Os bordados do terceiro *look* conceitual da coleção, além de apresentar linhas geométricas que remetem à obra “Superfície Modulada” (1957) – observada anteriormente no Painel Semântico 1 –, também correspondem à interpretação da silhueta de uma das mais conhecidas obras da artista, um de seus “Bichos” (1960), que possuíam dobradiças e moldavam-se conforme o espectador desejasse. Por esse motivo, eles foram aplicados nos ombros e nas mangas da peça, local onde pode ocorrer maior movimento do usuário. Assim como a obra de Lygia Clark, a cada ângulo observado o bordado ganha uma nova interpretação. O processo pode ser observado no Painel Semântico 3 (Figura 5).

Figura 5 - Painel Semântico 3.



Fonte: LAZZARI, 2013.

A Coleção

CLARK – Outono/Inverno 2014

A coleção *CLARK* tem por objetivo fazer com que cada mulher se descubra de um jeito diferente. O contraste de materiais, a combinação de texturas e de elementos sinestésicos convida as mulheres a perceber o quanto são bonitas, sensuais e autoconfiantes.

A cartela de cores apresenta tons muito utilizados pela artista plástica Lygia Clark em suas obras. A predominância das cores frias, do preto, das nuances de cinza e de efeitos metalizados carregam a essência da estética das obras, em conjunto com o tom da pele, palco de suas experiências sensoriais.

Os materiais escolhidos para a confecção das peças objetivaram causar novas sensações à consumidora. São tecidos não usuais no mercado de moda íntima feminina, que carregam diferentes elementos sinestésicos. Nas peças, provocarão contrastes de texturas e diferentes percepções ao toque.

Diferentes materiais e texturas – como miçangas, canutilhos, lantejoulas, pérolas, *spikes* e passamanaria – foram selecionados para formarem bordados exclusivos da coleção. O elástico, que ficará aparente nas peças, vem para remetê-las ao universo íntimo, servindo não só como elemento funcional, mas também para agregar um toque de feminilidade à composição.

Os bordados são o elemento chave da coleção. A estética geométrica mescla diferentes materiais para a formação de texturas e contrastes.

Figura 6 - Mapa da Coleção CLARK.



Fonte: LAZZARI, 2013.

A confecção de três *looks* conceituais da coleção foi desenvolvida a com a técnica da *moulage* – modelagem tridimensional, feita sobre um manequim especial para esta técnica. No processo de adaptação das medidas das manequins *plus size*, foram respeitadas as medidas anatômicas do corpo e do biótipo destas mulheres, em um trabalho desenvolvido com três modelos de prova que usavam manequim 44, mas apresentavam estrutura de corpos distinta.

Considerações Finais

Confrontando a fundamentação teórica com o desenvolvimento da coleção, é possível perceber que a moda e arte retratam as transformações e o cotidiano das sociedades e expressam o seu verdadeiro espírito através de criações reveladas. As etapas da pesquisa e do projeto de coleção trataram a arte como fonte de inspiração para a criação de *lingeries* para o público *plus size*. A interpretação da geometria e dos elementos artísticos das obras de Lygia Clark foi aplicada no processo de

criação de motivos, aviamentos, texturas, cores e interferências nos têxteis que valorizam a silhueta do público-alvo. Uma grande preocupação durante todo o processo de criação e de desenvolvimento dos *looks* foi valorizar a beleza real da mulher, independente do tamanho do corpo. O resultado alcançado foi uma modelagem que respeita as medidas e as curvas de um corpo fora do padrão. Assim sendo, ela apresenta formas diferenciadas que vestem a consumidora de forma confortável.

Dessa forma, o objetivo do trabalho foi alcançado, pois através da análise das dificuldades que as mulheres encontram no mercado nacional de moda *plus size* e também das necessidades e desejos das mesmas em relação às roupas íntimas, foi desenvolvida uma coleção de *lingeries* que explorou novos materiais e modelagens, aliados à preocupação com o *design* e um conceito diferenciado, inspirado no universo da artista brasileira Lygia Clark.

Referencias Bibliográficas

ASSOCIAÇÃO CULTURAL "O mundo de Lygia Clark". Biografia. Rio de Janeiro.

Disponível em: <<http://www.lygiack.org.br/biografiaPT.asp>>. Acesso em: 27 out. 2013.

CLARK, Lygia. Lygia Clark. Textos de Lygia Clark, Ferreira Gullar e Mário Pedrosa. Rio: FUNARTE, 1980.

FABBRINI, Ricardo Nascimento. O Espaço de Lygia Clark. São Paulo: Atlas, 1994.

LAZZARI, Emanuele Tibola. O Novo Consumidor *Plus Size*: Desenvolvimento de uma coleção de *lingeries* inspirada no universo da artista brasileira Lygia Clark. Florianópolis, 2013.

PRADO, Débora. População quer mais diversidade entre mulheres que aparecem nas propagandas na TV, 2013. Disponível em

<http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5834:populacao-quer-mais-diversidade-entre-mulheres-que-aparecem-nas-propagandas-na-tv&catid=45:pautas>. Acesso em: 19 novembro de 2013.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. Administração da produção. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2002

SITES

www.abrarest.org.br, acesso em 19 de novembro de 2013.

www.ibge.gov.br, acesso em 19 de novembro de 2013