

ERGONOMIA NO VESTUÁRIO FEMININO PLUS SIZE: OS VALORES SUBJETIVOS DA MODELAGEM

*Ergonomics in Female Plus Size Clothing:
The Subjective Values of Modeling*

Beserra Dornas Damasceno, Ana Carolina; MBA em Design de Moda; Faculdade Ateneu; carolina.dornas.moda@hotmail.com¹

Macedo, Amanda; Lato Senso MBA Marketing Digital; Faculdade Ateneu; amandamdigital@gamil.com²

Santos de Almeida, Regina Célia; Mestre; Faculdade Ateneu regina.almeida@fate.edu.br³

Resumo

O artigo propõe desenvolver um vestuário com modelagem ergonômica para o segmento de moda feminina *Plus Size*, com faixa etária entre 20 a 55 anos. A ergonomia aplicada ao desenvolvimento da modelagem proporciona conforto, qualidade, contendo informação de moda atual, gerando autoestima elevada. O estudo baseia-se teoricamente por autores como Lida (2005) e Sabrá (2009) junto a prática da empresa K&R *Plus Size*.

Palavras-chave: Ergonomia, Modelagem, Plus Size.

Abstract

The article proposes to develop a garment with ergonomic modeling for the segment of women's fashion Plus Size, with age range between 20 and 55 years. Ergonomics applied to the development of modeling provides comfort, quality, current fashion information and high self-esteem. The study is theoretically based by authors like Lida(2005) and Sabrá(2009) along with the practice of the company K & R Plus Size.

Key words: Ergonomics, Modeling, Plus Size.

Introdução

¹ Mba em Gestão do Design de Moda (FATE) ,2017, graduada em Design de Moda (Católica do Ceará) 2010, Atualmente Design de Moda da Rvinte e professora do curso de Design de Moda (FATE)

² Mba em Marketing Digital (FFB), 2015, Pós-graduanda em Gestão do Design de Moda (FATE) 2017, graduada em Marketing (FIC) 2009, atualmente consultora de Marketing de Moda.

³ Mestre Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior (UFC),2009, especialista em Gestão Universitaria (UFC), 2007, graduada em Estilismo e Moda (UFC), 2003, atualmente coordenadora dos cursos de graduação e pós- graduação de Moda da FATE.

Toda marca de moda tem seu público, o qual todo lançamento de coleção espera ansiosamente por novidades que superem suas expectativas e anseios. O início do lançamento nasce com a criação e em seguida a modelagem, que chega a ser considerada a essência dos processos, trazendo vida para o produto. A mulher deseja ver em sua peça escolhida uma maneira de sentir-se valorizada preenchendo seus vazios psicológicos, estéticos e emocionais. Dessa forma, a modelagem busca na ergonomia um processo qualificado e específico, agregando valores ao produto de moda *Plus Size*. Segundo o IBGE¹ (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas), há uma demanda crescente, pouca oferta e um público que não quer mais vestir um produto que atenda o seu manequim, impulsionando um segmento que hoje fatura cerca de 5 bilhões por ano, o *plus size*, um nicho que pode gerar muitos negócios, cresce 6% ao ano, com potencial para ser ainda maior.

Os princípios da ergonomia aliado as técnicas de modelagem plana manual junto a informatizada, foram utilizados na expectativa de desenvolver peças de vestuários femininos capazes de elevar a autoestima da mulher acima do peso. O desenvolvimento da pesquisa e práticas foram realizadas na sala de modelagem da empresa “K&R Moda Feminina Plus Size”, que cedeu o espaço para que sua realização; tendo como objeto de estudo o visual da mulher obesa e de sobrepeso. Outra forma de coleta de dados foi através da aplicação de questionário na versão online. O mesmo foi enviado para grupos de mulheres *plus size* nas redes sociais, como facebook.

Trabalha-se a hipótese de que as peças de vestuário feminino desenvolvidos baseados nos princípios da ergonomia aliados à modelagem permitirão o aumento da autoestima da mulher que adquirir o produto, trabalhando sua área psicológica, emocional e estética ao usar uma roupa desenvolvida para sua forma corporal, com conteúdo de moda atual, conforto e qualidade.

O IBGE afirma que a obesidade é uma doença complexa que possui origens fisiológicas, psicológicas, sociais e situacionais. Voltando-se para o sexo feminino, um vestuário ergonômico com conceito de moda agregado, tendo como grande

¹ IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Disponível em:
<http://www.ibge.gov.br/home/pesquisaobesidade>.

aliado a diminuição das doenças psicológicas e emocionais que só tendem a aumentar em paralelo ao sobrepeso, uma vez que segue em caminhos opostos aos padrões estéticos ditados pela sociedade e das convenções de tendências lançadas pela moda. O mercado revela o interesse em adequar as tendências de moda para o público alvo. Porém, não basta só conteúdo de moda, observa-se, que é necessário além das tendências o desenvolvimento de uma modelagem ergonômica direcionada para esse biótipo acima do peso, de maneira a agregar valores e diminuir as causas, suprimindo esteticamente e emocionalmente essa mulher, dessa maneira, incluindo-a dentro do ciclo da moda.

Modelagem: Agregando valores ao vestuário

Segundo Grave (2004), “Vestir a segunda pele é caracterizá-la, copiando e dando extensão ao corpo, transformando as aparências. Temos que unir a anatomia e movimento do corpo ao vestuário, atendendo a sua necessidade física e anatômica atingindo a qualidade ideal do vestir, respeitando o conforto e a funcionalidade”. A modelagem refere-se à técnica pela qual há a interpretação do desenho criado pelo estilista ou design e a sua posterior transformação em molde feita pelo modelista, profissional responsável pela modelagem dentro de uma confecção. No mercado atual, cada empresa define seu produto de acordo com o público em demanda atendendo o desejo do cliente.

Segundo o “artigo Conceito da Modelagem de Moda e Design do Portal da Educação”², existem alguns tipos de modelagem que são praticadas pelas empresas, a modelagem bidimensional ou plana, bidimensional computadorizada – CAD (Computer Aided Design), CAM (ComputerAided Manufacturing), AUDACES e tridimensional ou Moulage. Na modelagem há dois tipos de moldes: os moldes simétricos e os moldes assimétricos. Os moldes simétricos são os que permitem a utilização tanto do lado direito quanto do lado esquerdo do corpo humano. Os moldes assimétricos são aqueles que não permitem sua utilização tanto do lado

²PORTAL DA EDUCAÇÃO-MODELAGEM. Disponível em:
<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/moda/definicao-e-conceitos-da-modelagem-de-roupas>

direito quanto do lado esquerdo, ou seja, um lado difere do outro. É necessário considerar alguns fatores primordiais: caimento, conforto, usabilidade, flexibilidade, necessidades estéticas, facilidades de vestir e despir.

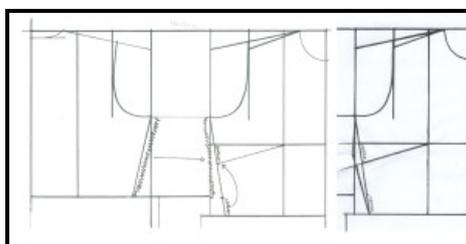
O consumidor pode rejeitar uma peça sem se dar conta que o desconforto é causado pela modelagem inadequada. Da mesma forma, pode-se ter uma preferência por determinada marca ou mesmo se tornar um cliente fiel por achar que veste bem

(PECLAT e MEDEIROS, 2000).

Pences: Técnica utilizada para agregar valores ao vestuário plus size

O estudo aplicado pela “Escola Maison Toile”³em suas aulas, denomina pence uma espécie de prega feita no tecido para que se ajuste melhor aos volumes do corpo. Ela é uma peça chave em nosso estudo. Na modelagem para tecido plano, a pence é utilizada de forma necessária a eliminar os excessos para acomodação da roupa aos volumes e depressões do corpo, dando forma tridimensional à peça. Elas podem ser disfarçadas em recortes, mas na modelagem toda roupa precisa, obrigatoriamente, de pences para caimento adequado. Merecem maiores cuidados - o busto e a cintura, sendo indispensável sua utilização nesses pontos. Mas usadas ao restante do corpo agrega ainda mais valores estéticos, principalmente se tratando do segmento plus size.

Figura 1 - Modelagem/Pence



Fonte: Maison Toile

(<https://maisontoile.wordpress.com/2011/11/20/pences/>)

A técnica da pence foi utilizada como facilitadora para os valores que queremos agregar a modelagem plus size feminina. A mesma é usada de forma a

³BLOG ESCOLA MAISON TOILE. Disponível em:
<https://maisontoile.wordpress.com/2011/11/20/pences>

dar volumes nos devidos locais e eliminar volumes também da mesma forma, tendo como base o biótipo do corpo que é acima do peso em paralelo a tabela de medidas com parâmetro para alturas e circunferências do corpo humano do público em análise.

Tabelas de Medidas

A tabela por sua vez, pode ser estabelecida pelo próprio modelista ou de acordo com a ABNT⁴, Associação Brasileira de Normas Técnicas que promove facilidade para fabricantes de roupas produzirem suas peças tendo um padrão de medida bem definido e maior satisfação dos consumidores para escolherem suas roupas na medida certa, é o que garante as Normas Técnicas ABNT NBR 16060:2012 e ABNT NBR 15800:2009.

Para a confecção de produtos do vestuário, necessita-se de uma tabela de medidas, que funciona como referencial para o modelista seguir. Na tabela da Abravest⁵ figura 2, consta várias medidas, mas ainda não são suficientes para o todo protótipo confeccionado, desenvolvido em grande diversificação de modelos, surgem medidas complementares acrescentadas ou modificadas para se dar formas diferentes umas das outras e se ter uma variedade de bases formando uma coleção.

Figura 2 – Medidas –Padrão/ feminino

Tabela de Medidas Padrão Medidas do Corpo - Feminino								
MEDIDAS	TAMANHO	36	38	40	42	44	46	48
Tórax		78	82	86	90	94	98	102
Busto		82	86	90	94	98	102	106
Cintura		66	70	74	78	82	86	90
Quadril		88	92	96	100	104	108	112
Largura das Costas		34	35	36	37	38	39	39
Separação do Busto		17	18	18	19	20	21	22
Altura Blusa na Frente		43	44	45	45	46	46	47
Altura da Cava		19,5	19,5	20	20,5	21,5	22	22,5
Largura do Braço		26	26	27	28	30	32	34
Altura do Busto		24,8	25,6	26,4	27,2	28	28,8	28,8
Altura da Manga Comprida		56	57	58	59	60	61	62
Largura do Punho		15,4	15,8	16,2	16,6	17	17,4	17,8
Altura da Manga Curta		16,5	17	17	17	18	18	19
Altura do Quadril		17,5	18	18,5	19	19,5	20	20,5
Altura do Gancho		25	25,5	26	26	27	29	30
Altura do Joelho		55	56	57	58	59	60	61
Largura do Joelho		35	36	37	38	39	40	41
Largura do Tornozelo		20,6	21,2	21,8	22,4	23	23,6	24,2
Altura da Cintura até o Tornozelo		92	93,5	95	96,5	98	99,5	101

Fonte: Abravest

⁴ABNT(Associação Brasileira de Normas Técnicas) Disponível em: <http://abnt.org.br/paginampe/noticias/126-roupas-na-medida-certa>.

⁵ ABRAVEST (Associação Brasileira do Vestuário)

(<https://www.google.com.br/search?q=Abravest+++tabela+de+medidas++do+corpo+humano+modelagem>)

Antropometria

Menezes e Spaine 2010 nos falam que “A antropometria é a ciência que se baseia no levantamento de dados das diversas dimensões corporais, tamanhos, proporções, volumes, formas, movimentos e articulações. ” As medidas físicas do corpo do futuro usuário são determinantes para o desenvolvimento de produtos do vestuário, pois mantém contato direto com a pele. As medidas aplicadas corretamente adaptam melhor os produtos às necessidades do consumidor.

Tal estudo é fundamental no processo produtivo do vestuário, porém, não é simples, pois, as populações são compostas por indivíduos de diversos tipos físicos que apresentam diferenças nas proporções de cada segmento do corpo
(SANTOS, 2009, p. 45).

lida (2005, p. 97) confirma que a antropometria se refere às medidas físicas do corpo humano “em termos de tamanho e proporções”. São três os tipos de dimensões antropométricas: “A estática, relacionada com dimensões do corpo parado; a dinâmica ligada aos movimentos das partes do corpo, e a funcional que envolve o movimento conjunto de outras partes do corpo”

Para se obter as medidas é necessário o estabelecimento dos seguintes objetivos: “definição das medidas necessárias; pontos anatômicos devidamente referenciados; escolha dos métodos de mensuração; seleção das amostras; execução das medidas e análises estatísticas”
(SILVEIRA, 2008, p.27).

Porém, não se devem usar tabelas prontas sem adequá-las às medidas antropométricas do consumidor, são necessárias o conhecimento do corpo humano e as variáveis antropométricas. Sabrá (2009) a estuda com mais foco no vestuário e a descreve da seguinte forma:

O estudo que trata das medidas físicas do corpo humano. Todas as populações são compostas por indivíduos de diferentes tipos físicos que apresentam diferenças nas proporções de cada segmento do corpo. Assim, medir pessoas bastaria haver réguas, balanças, antropômetros, trenas, goniômetros e outros instrumentos. Ainda segundo a antropometria não é tão simples quanto parece já que para obter dados corretos vários fatores devem ser observados.
(SABRÁ, 2009, p. 45)

William Sheldon (1940) realizou uma pesquisa dentro de uma mesma população e apresentou as principais diferenças interindividuais. Este levantamento

foi realizado com 4000 estudantes norte-americanos, onde além dos dados antropométricos, Sheldon os fotografou de frente, perfil e costas, e a partir da análise de todas as informações coletadas, identificou três tipos físicos básicos, com características dominantes. São eles: Ectomorfo, Mesomorfo e Endomorfo. (Apud lida, p. 104). Estes podem ser definidos da seguinte maneira:

Ectomorfo - Tipo físico de formas alongadas. Tem corpo e membros finos, com um mínimo de gorduras e músculos. Os ombros são mais largos, mas caídos. O pescoço é fino e comprido, o rosto é magro, queixo recuado e testa alta e abdômen estreito e fino. Mesomorfo: Tipo físico musculoso, de formas angulosas. Apresenta cabeça cúbica, maciça, ombros e peitos largos e abdômen pequeno. Os membros são musculosos e fortes. Possui pouca gordura subcutânea. Endomorfo: Tipo físico de formas arredondadas e macias, com grandes depósitos de gordura. Em sua forma externa extrema tem a característica de uma pêra (estreita em cima e larga em baixo). O abdômen é grande e cheio e o tórax parece ser relativamente pequeno. Braços e pernas são curtos e flácidos. Os ombros e a cabeça são arredondados. Os ossos são pequenos. O corpo tem baixa densidade podendo flutuar na água. A pele é macia. Naturalmente, a maioria das pessoas não pertence rigorosamente a nenhum destes tipos básicos e misturam características desses três tipos, podendo ser mesoformo-endofórmica, ectomorfo-mesofórmica e assim por diante. (IIDA 2005, p. 104)

Figura 3 - Os três tipos básicos do corpo humano de Sheldon

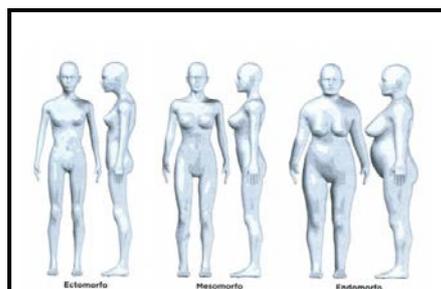


Figura 2 - Os três tipos básicos do corpo humano de Sheldon.

Fonte: lida (2005)

É possível encontrar cinco diferentes biótipos: Ampulheta, Triângulo invertido, Triângulo ou Pêra, Retângulo e Oval ou Maçã. Esta definição também é útil para a criação de modelos que se adequem melhor a determinados tipos de corpos. O corpo ampulheta é caracterizado pela medida dos ombros serem a mesma que a dos quadris e também pela cintura mais estreita. No corpo triângulo invertido a medida dos ombros é maior que a da cintura e dos quadris. Já no corpo triângulo ou pêra os ombros e a cintura são mais estreitos que os quadris. No corpo retângulo as

medidas dos ombros, da cintura e dos quadris são praticamente as mesmas. E no oval ou maçã a largura da cintura é bem maior que a dos ombros e a dos quadris.

Figura 4 - Representação dos cinco biótipos.



Fonte: Vila Mulher (2010, <http://vilamulher.terra.com.br>)

Ergonomia

A *INTERNATIONAL ERGONOMICS ASSOCIATION* conceitua ergonomia como:

[...] disciplina científica que visa compreensão fundamental das interações entre os seres humanos e outros componentes de um sistema, e a profissão que aplica princípios teóricos, dados e métodos com o objetivo de otimizar o bem-estar das pessoas e o desempenho global dos sistemas (FALZON,2007, p. 5).

Segundo a ABERGO, Associação Brasileira de Ergonomia (2000), a ergonomia objetiva modificar o sistema de trabalho para adequar a atividade nele existente às características, habilidades e limitações das pessoas com vista no seu desempenho eficiente, confortável e seguro. Foi após a década de 1950 que a ergonomia surgiu no âmbito industrial como um fator de grande importância em todas as fases do desenvolvimento do projeto.

lida (2005) especifica as qualidades técnicas, ergonômicas e estéticas desejáveis dos produtos. Todos os produtos destinam-se a satisfazer determinadas necessidades humanas, e dessa forma, direta ou indiretamente, entram em contato com o homem. Para que esses produtos tenham bom funcionamento em suas interações com os seus usuários ou consumidores, devem ter as seguintes características básicas: qualidade técnica – faz o produto funcionar; qualidade ergonômica – garante a interação do produto com o usuário e facilidade de manuseio, adaptação antropométrica, fornecimento de informações, compatibilidade de movimentos, conforto e segurança; qualidade estética – proporciona prazer ao

consumidor. De maneira geral, os domínios de especialização da ergonomia, segundo a ABERGO são:

Ergonomia física: está relacionada com as características da anatomia humana, antropometria, fisiologia e biomecânica em sua relação à atividade física. Os tópicos relevantes incluem o estudo da postura no trabalho, manuseio de materiais, movimentos repetitivos, distúrbios músculo-esqueléticos relacionados ao trabalho, projeto de posto de trabalho, segurança e saúde.

Ergonomia cognitiva: referem-se aos processos mentais, tais como percepção, memória, raciocínio e resposta motora conforme afetem as interações entre seres humanos e outros elementos de um sistema. Os tópicos relevantes incluem o estudo da carga mental de trabalho, tomada de decisão, desempenho especializado, interação homem computador, stress e treinamento conforme esses se relacionem a projetos envolvendo seres humanos e sistemas.

Ergonomia organizacional: concerne à otimização dos sistemas sócio-técnicos, incluindo suas estruturas organizacionais, políticas e de processos. Os tópicos relevantes incluem comunicações, gerenciamento de recursos de tripulações (CRM - domínio aeronáutico), projeto de trabalho, organização temporal do trabalho, trabalho em grupo, projeto participativo, novos paradigmas do trabalho, trabalho cooperativo, cultura organizacional, organizações em rede, tele trabalho e gestão da qualidade.
(ABERGO, 2000)

Segundo Sabrá (2009, p. 39) “a ergonomia é como um grande fator no momento do desenvolvimento das peças”. Através das ferramentas da ergonomia aplicadas na etapa da modelagem do vestuário, adequação da matéria-prima ao modelo e acabamento, se torna possível conseguir uma construção mais eficaz no ponto de vista do conforto ergonômico. É importante conhecer a forma e as medidas do corpo na produção de produtos do vestuário, sendo direta a relação entre a forma física e movimentos realizados pelo corpo, remetendo aos conceitos da antropometria.

A ergonomia: ferramenta de desenvolvimento da modelagem para mulheres obesas ou sobrepeso.

As questões discursadas nos tópicos acima são importantes, visto que, os princípios e elementos do design na moda são essenciais, e que a preocupação com a saúde deve ser fundamental, no entanto, concordando com Heinrich (2005) que diz: “O sucesso de um produto de vestuário ocorrerá se além de todos esses fatores, forem associados também, os valores ergonômicos, contribuindo assim, para que o vestuário amplie e some aos conceitos de conforto e estética”.

lida (2005) considera que as qualidades principais de um produto são as qualidades técnicas, ergonômicas e estéticas. A técnica é a eficiência que o produto executa sua função. A ergonômica é a facilidade de manuseio, conforto, segurança e de vestibilidade. Quanto à qualidade estética, ela tem relação entre usuário e produto, e é esta interação que influencia no prazer e aceitação. Então, no planejamento de vestuário para as mulheres obesas ou sobrepeso, é fundamental a utilização da ergonomia, pois auxilia a mulher em sua atual condição de vida, respeita as particularidades, e assim, aperfeiçoa seu bem-estar estético, emocional e psicológico.

É importante verificar essas alterações no desenvolvimento do vestuário plus size em função dos volumes e dimensões que surgem no corpo de maneira variada devido ao aumento de peso, para depois avaliar as adaptações a serem efetuadas na modelagem de roupas para essas mulheres, assegurando um vestuário ergonômico e anatômico para elas.

Obesidade: Segmento de moda, alterando padrões de beleza

“A obesidade e o sobrepeso vêm aumentando no Brasil assim como em toda a América Latina e Caribe, com um impacto maior nas mulheres e uma tendência de crescimento entre as crianças”, aponta o relatório conjunto da Organização das Nações Unidas (ONU)⁶ para Alimentação e Agricultura (FAO) e a Organização Pan-americana de Saúde (Opas)⁷. De acordo com o levantamento, intitulado “Panorama da Segurança Alimentar e Nutricional na América Latina e Caribe”, mais da metade da população brasileira está com sobrepeso e a obesidade já atinge a 20% das pessoas adultas no país, enquanto 58% da população latino-americana e caribenha estão com sobrepeso, num total de 360 milhões de pessoas, e a obesidade afeta 140 milhões, ou 23% da população regional. Ela vem sendo tratada como uma das doenças do milênio, chamando a atenção para os problemas físicos, psicológicos e emocionais que a mesma pode causar ao indivíduo.

⁶ ONU (Organização das Nações Unidas. Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/sobrepeso-obesidade>

⁷ OPAS (Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em:
<http://www.fao.org/americas/noticias/ver/pt/c/466066/>

A população brasileira tem utilizado a tabela proposta pela OMS⁸(Organização Mundial de Saúde) para classificação de sobrepeso e obesidade. Apresenta, no entanto, semelhante correlação com as comorbidades (**Comorbidade** patogênica ocorre quando duas ou mais doenças estão etiológicamente relacionadas; **comorbidade** diagnóstica ocorre quando as manifestações da doença associada forem similares às da doença primária; e **comorbidade** prognóstica ocorre quando houver doenças que predisõem o paciente a desenvolver outras doenças). Portanto, o ideal é que o IMC (Índice de Massa Corpórea) seja usado em conjunto com outros métodos de determinação de gordura corporal. Convenciona-se chamar de sobrepeso o IMC de 25 a 29,9 kg/m² e obesidade o IMC maior ou igual a 30 kg/m² e de excesso de peso o IMC maior ou igual a 25 kg/m².

Muitas pessoas ainda julgam os acima do peso, como pessoas que não cuidam da própria saúde ou que são assim por simples desleixo, esquecendo que estar acima do peso, pode também ser um fator genético ou simplesmente uma escolha.

O ser gordo ou magro na sociedade atual é veiculado pela mídia, na maior parte das vezes, sem relação com a saúde. O ideal é o corpo magro, sem que se levem em conta diferenças genéticas. O ser gordo pode também significar falta de controle de impulsos, preguiça, serem relaxado. Com a transmissão desses conceitos é evidente que o sobrepeso pode ser um fator de sofrimento para aqueles que não alcançaram um corpo perfeito. (ADES E KERBAUY, 2002, p. 1).

Atualmente, as pessoas são estimuladas a encarar a ditadura da beleza, da magreza e da saúde, como se fosse a única opção, o corpo é tratado como fator principal na boa convivência social, como se o ser gordo fosse errado e fora do padrão.

É perfeitamente possível ser gordo e saudável. Assim como é possível ser baixo e saudável. Criou-se uma espécie de superstição em torno da gordura. Se você é gordo nunca se casará, nunca terá um emprego, nunca terá uma vida sexual satisfatória. Frequentemente os gordos adoecem não por causa da gordura, mas sim pelo stress, pela opressão a que são submetidos. Ninguém assume que está incomodado com a gordura, dizem que estão preocupados com nossa saúde (WANN, 1999, p.1).

Resultados

⁸ OMS (Organização Mundial de Saúde). Disponível em: <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/pt/c/466066/>

Os resultados da pesquisa foram satisfatórios para o alcance dos objetivos propostos pelo estudo, da seguinte forma, levando em consideração as três maiores porcentagens para todos os itens. Dessa forma, relatamos a seguir com 33 % das respostas, mulheres com a faixa etária entre 31 a 35 anos; 40% das respostas uma renda financeira de 4 a 6 salários; de forma dissertativa, a empresa “K & R”, atende um público local de fortaleza e em todo o norte e nordeste, em que a maioria com 60% das respostas são de Fortaleza; profissionalmente, 17 % contadoras; hobby, obtivemos uma maioria de mulheres sérias em 17%; com 27% a opção de lazer baladas representa a maioria dessas mulheres no momento de diversão; 90 % de resultado positivo em que mulheres plus size acham importante e desejam tendências de moda a cada lançamento de estação.

Sobre moda atual e jovem, temos 93 % das respostas positivas; com 27% das respostas foi detectado estilo contemporâneo; em relação ao vestuário, obtivemos uma maior procura por vestidos com 27%, obtivemos 34% de dificuldade em encontrar macacões que se encaixem nos padrões de moda atual e jovem e que possuam uma modelagem positiva para o biótipo dessa mulher plus size. As numerações das partes superiores mais procuradas 23% tamanho 50. As numerações das partes inferiores mais procuradas 23 % tamanho 48. No vestuário, os vestidos são procurados com 20 % nos tamanhos 48 e 50. As cores preferidas foram na maioria neutras e básicas com 27%. As que mais e destacou na pesquisa com 33 % foram os florais. Os fatores de escolha na hora da compra para ela são autoestima, estética, qualidade e conforto e modelagem diferenciada com 19%.

Conforme resultados da pesquisa podemos perceber que ainda existe o preconceito em relação ao biótipo analisado, além da falta de interesse em desenvolver peças com modelagem ergonomicamente adequada. Com isso, a empresa K&R se destaca por buscar melhorias para o consumidor em questão, através de uma modelagem estudada e personalizada com as pences em locais adequados para valorização do biótipo, criando coleções com variedades de peças conforme as tendências da moda.

A modelagem e autoestima são tópicos que embasam o estudo, na pesquisa feita, questionamos a intensidade da procura por uma modelagem ergonômica que valorize a autoestima preenchendo anseios psicológicos, emocionais e estéticos, com isso obtivemos um resultado 100% satisfatório ao que estávamos pesquisando

para o desenvolvimento desse artigo, de que a mulher plus size busca um produto com uma modelagem que agregue valores de forma satisfatória as suas necessidades ergonômicas de seu biótipo. Com qualidade, conforto e valorização de suas curvas, proporcionando bem-estar com jovialidade e modernidade.

Considerações Finais

O desenvolvimento do vestuário para mulheres obesas ou sobrepeso, as plus size, não deve ser apenas uma produção de peças com formas amplas, sem conteúdo de moda e modelos que aparentem uma faixa etária bem mais elevada e sem tendências de moda. É necessário conhecer as necessidades desse seguimento e buscar satisfazê-las de maneira a preencher seus vazios interiores.

Mais que atrair a sua atenção deve-se ter como objetivo um bom caimento, a durabilidade e o conforto, fazer com que elas elevem a autoestima. Para atingir o objetivo do trabalho voltado para o vestuário plus size junto aos aspectos ergonômicos e antropométricos, foram aplicadas as variáveis intrínsecas da ergonomia, trazendo suas qualidades para o conforto psicológico, estético e emocional do consumidor final.

O questionário aplicado junto ao estudo realizado no laboratório de modelagem da empresa K & R Moda feminina Plus Size, nos permitiu trabalhar a aplicação das pences para atingir os objetivos esperados pela demanda do público, que em suas respostas de forma positiva alimentou a pesquisa e fortaleceu o objetivo. O estudo mostrou que as técnicas das pences agregaram valores, uma vez que aplicadas em locais estratégicos, permite que a roupa caia bem ao corpo, acomodando a silhueta, seios e quadris de maneira adequada para a estética dessa mulher.

Ao finalizar este estudo, foi possível concluir que o design visual é o primeiro que atrai os consumidores na concepção de vestuário para *plus size*. A escolha apropriada do corte usado na roupa, o desenvolvimento de uma modelagem anatômica e ergonômica centrada nas curvas e volumes desse corpo agregam valores de maneira a mulher, que ao olhar-se ao espelho, mesmo com peso elevado sinte-se linda com uma roupa que a valoriza em vários pontos como relatado na

pesquisa. Seria 100% satisfatório a mulher plus size encontrar um produto com uma modelagem que agregue valores de forma satisfatória as suas necessidades ergonômicas de seu biótipo. Com conforto, qualidade e valorização de suas curvas, proporcionando bem-estar com jovialidade e modernidade.

Referências

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

FALZON, Pierre. Natureza, objetivos e conhecimentos da ergonomia. In: **Ergonomia**. São Paulo: Editora Blucher, 2007.

GRAVE, Maria de Fátima. **A Modelagem: Sob a Ótica da Ergonomia**. São Paulo 2004: ZennexPublishing

HEIRICH, DaianePlestch. **Modelagem: ferramenta competitiva para a indústria da moda**. PortoAlegre, SEBRAE/RS: FEEVALE, 2007

IIDA, Itilo. **Ergonomia, projeto e produto**. São Paulo: Edgard BlucherLtda, 2003.

LAURIANE, Eveline. **Moda Plus Size Jovem**, 2014, 113, trabalho de Conclusão de Curso Graduação, Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

MENEZES M.S, Spaine P. A. **A Modelagem Plana Industrial do Vestuário: diretrizes para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado**.

KÖHLER, Karl. **História do vestuário**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2005.

LIPOVETSKY, Guilles. **O império do Efêmero: A moda e o seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

PECLAT, S.A., MEDEIROS, M. J. F. **Draping e Design de Moda**, IN: Congresso Nacional de Técnicos Têxteis, Fortaleza: Anais do Congresso, 2000, p.222-224.

RECH, Sandra Regina. **Moda: Por um fio de qualidade**. Florianópolis: UDESC, 2002.

SABRÀ, Flávio. Modelagem: **Tecnologia em produção de vestuário**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SANTOS, Cristiane de Souza dos. **O corpo**. In: **Modelagem: tecnologia em produção de vestuário**. Sabrá F.(org).São Paulo: estação da Letras e Cores, 2009.

SILVEIRA, I. **Usabilidade do vestuário**: fatores técnico-funcionais. Moda palavra e-Periódico, Florianópolis, Ano 1, n.1, p. 21-39, jan./jul. 2008.

WANN, M. Fat! So: **Because You Don't Have to Apologize for Your Size!**. Estados Unidos: TeenSpeed Press, 1998. P.207.

WISNER, Alain. **Por dentro do trabalho: ergonomia**: método e técnica. São Paulo: Ftd: Oboré, 1987.

WOILER, Sansão; MATHIAS, Washington Franco. **Projetos**: planejamento.

Sites:

ABERGO. Disponível em: [http://www.abergo.org.br/internas.o que e ergonomia desempenho](http://www.abergo.org.br/internas.o%20que%20e%20ergonomia%20desempenho). Acesso em 28 de junho de 2017

ADES, L., & KERBAUY, R. R. (2002). **Obesity**: Reality and Questions Psicologia USP. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010365642002000100010&lng=en&nrm=iso> Acesso em: 04 junho de 2017

AUDACES.COM. Disponível em: <http://www.audaces.com/estudo-aponta-importancia-da-ergonomia-na-modelagem/>>. Acesso em: 29 de março de 2017.

ONU.COM. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/sobrepeso-obesidade-em-alta-no-brasil-diz-onu-20819122>>. Acesso em 03 de maio de 2017

ABESO. Disponível em: <http://www.abeso.org.br/noticia/quase-60-dos-brasileiros-estao-acima-do-peso-revela-pesquisa-do-ibge>>. Acesso em: 03 de maio de 2017

PORTAL DA EDUCAÇÃO-MODELAGEM. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/moda/definicao-e-conceitos-da-modelagem-de-roupas/51974>>. Acesso em: 05 de maio de 2017

IBGE. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/pesquisaobesidade>. Acesso em: 26 de junho de 2017

ABNT SEBRAE. Disponível em: <http://abnt.org.br/paginampe/noticias/126-roupas-na-medida-certa>>. Acesso em: 01 de junho de 2017

ESTILO CURVAS.COM. Disponível em: <http://estilocurvas.com.br/tag/fwps/>>. Acesso em: 17 de maio de 2017

FASHION NETWORK. Disponível em:>. Acesso em: 04 de junho de 2017

FAO. Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura. Disponível em: <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/pt/c/466066/>. Acesso em: 29 de junho de 2017

SBCBM. Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica. Disponível em:
http://www.sbc.org.br/membros_consenso_bariatrico.php. Acesso em 25 de junho
de 2017