

CENTRO PAULA SOUZA



FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA
Curso Superior de Tecnologia em Produção Têxtil

Jucilene Bizerra Martins

**Princípios de consultoria e desenvolvimento de roupas para
tamanhos *Plus Size* visando otimizar a imagem pessoal**

Americana, SP
2015

CENTRO PAULA SOUZA



FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA
Curso Superior de Tecnologia em Produção Têxtil

Jucilene Bizerra Martins

**Princípios de consultoria e desenvolvimento de roupas para
tamanhos *Plus Size* visando otimizar a imagem pessoal**

Trabalho monográfico, desenvolvido em
cumprimento à exigência curricular do Curso
Superior de Tecnologia em Produção Têxtil
da Fatec Americana, sob orientação da
Prof.^(a) Maria Adelina Pereira
Área de concentração: Confecção

Americana, SP

2015

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana -
CEETEPS**

Dados Internacionais de Catalogação-na-fonte

M343p	<p>Martins, Jucilene Bizerra</p> <p>Princípios de consultoria e desenvolvimento de roupas para tamanhos <i>plus size</i> visando otimizar a imagem pessoal. / Jucilene Bizerra Martins. – Americana: 2015. 86f.</p> <p>Monografia (Graduação em Tecnologia em Produção Têxtil). - - Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza. Orientador: Profa. Me. Maria Adelina Pereira</p> <p>1. Confecção I. Pereira, Maria Adelina II. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana.</p> <p>CDU: 687</p>
-------	--

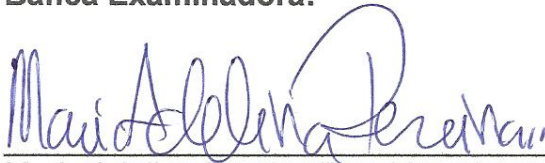
Jucilene Bizerra Martins

**Princípios de consultoria e desenvolvimento de roupas para
tamanhos *Plus Size* visando otimizar a imagem pessoal**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Faculdade de Tecnologia
de Americana como parte dos requisitos
para obtenção do título de Tecnólogo em
Produção Têxtil
Área de concentração: Confecção

Americana, 22 junho de 2015.

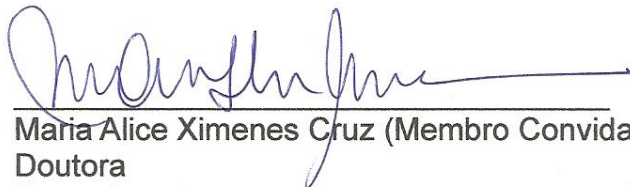
Banca Examinadora:



Maria Adelina Pereira (Presidente)
Mestre
Fatec Americana



José Fornazier Camargo Sampaio (Membro)
Mestre
Fatec Americana



Maria Alice Ximenes Cruz (Membro Convidado)
Doutora
Fatec Americana

Dedico o meu TCC especialmente a minha orientadora Professora Maria Adelina Pereira, por acreditar em mim e não me abandonar, apesar das minhas limitações e por me proporcionar forças para que eu não desistisse. Dedico também ao meu marido Wilson Roberto Martins pela compreensão e apoio nesses três anos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus que iluminou meu caminho no decorrer desses três anos de curso e me proporcionou a realização de um sonho.

Ao meu marido e aos meus pais pelo apoio e incentivo absoluto.

Agradeço também a minha orientadora Professora Maria Adelina Pereira, pelo suporte e paciência.

A Fatec Americana, seu corpo docente, em especial os professores do curso de Produção Têxtil, a direção e administração, todos de alguma forma contribuíram com minha formação.

Aos colegas da graduação pela amizade, gargalhadas e companheirismo em todos os trabalhos, seminários e provas, o meu muito obrigado.

“No corpo estão inscritas todas as regras, todas as normas e todos os valores de uma sociedade específica, por ser ele o meio de contacto primário do indivíduo com o ambiente que o cerca” (Jocimar Daolio).

RESUMO

Neste trabalho a pesquisadora procura descrever e analisar práticas e aspectos de um determinado grupo de mulheres a partir de seu biótipo, o denominado Plus Size.

Da mesma forma que existe revistas, livros, artigos, blogs, enfim uma vasta lista de meios de comunicação que apresentam dicas e guias de estilo para um padrão de beleza composto por mulheres magras, este trabalho vem em contrapartida oferecendo e mostrando formas de usar a moda em benefício ao corpo curvilíneo.

Contraditoriamente ao que muitos acreditam que a mulher gordinha por estar “acima do peso” não pode ter um visual moderno e elegante, o presente trabalho tende em apresentar uma visão positiva e possibilidades para estabelecer e criar um visual atual. Mostrando como valorizar a silhueta e os pontos fortes do corpo, considerando os desejos e necessidades do público plus size.

A pesquisa na qual se refere a classe citada, foi elaborada através de entrevistas, pesquisas e observações.

Palavras-chave: *Plus Size*; silhueta, imagem pessoal.

ABSTRACT

In this work the researcher seeks to describe and analyze practices and aspects of a particular group of women from their biotype, the so-called Plus Size.

Just as there magazines, books, articles, blogs, finally one a wide range of media that present tips and style guides to a standard of beauty composed of thin women, this work comes in return offering and showing ways to use fashion in benefit to the curvaceous body. In contradiction to what many believe chubby woman to be "overweight" can not have a modern and sleek look, this work tends to present a positive vision and possibilities to establish and create a visual acts. Showing how to value the silhouette and the strengths of the body considering the wishes and needs of the public plus size. The research which states the aforementioned class was developed through interviews, surveys and observations.

Keywords: *Plus Size; silhouette, personal image.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Pirâmide de Maslow	23
Figura 2 – Biótipo triângulo	27
Figura 3 – Biótipo retângulo.....	28
Figura 4 – Biótipo ampulheta	28
Figura 5 – Biótipo colher	29
Figura 6 - Representação dos sentidos do fio	37
Figura 7 – Saia para plus size	40
Figura 8 – Saia lápis para plus size	41
Figura 9 – Shorts para plus size	41
Figura 10 – Calça skinny para plus size	42
Figura 11 – Vestido tubinho	42
Figura 12 – Vestido tubinho com peplum.....	43
Figura 13 – Calça flare com camiseta	43
Figura 14 – Calça flare e acessórios	44
Figura 15 – Macacão decote V	44
Figura 16 – Vestido decote V.....	45
Figura 17 – Jaqueta.....	46
Figura 18 – Casaco	46
Figura 19 – Vestido acinturado.....	47
Figura 20 – Look com cintura marcada.....	47
Figura 21 – Look de trabalho formal	48
Figura 22 – Look de trabalho despojado.....	48
Figura 23 – Branco total.....	49
Figura 24 – Top cropped com saia	49
Figura 25 – Top cropped.....	50
Figura 26 – Saias midi	50
Figura 27 – Transparências	51
Figura 28 – Regatas	52
Figura 29 – Circulo cromático	55
Figura 30 – Listras	61
Figura 31 – Xadrez	61
Figura 32 – Floral.....	62

Figura 33 – Poá	62
Figura 34 – Geométrico	63
Figura 35 – Animal print.....	63
Figura 36 – Espadrilha.....	66
Figura 37 – Peep toe	66
Figura 38 - Sapatilhas.....	67
Figura 39 – Oxford.....	67
Figura 40 - Rasteirinhas.....	67
Figura 41 - Cintos	68
Figura 42 – Pergunta 1	70
Figura 43 – Pergunta 2	71
Figura 44 – Pergunta 3	72
Figura 45 – Pergunta 4	73
Figura 46 – Pergunta 5	74
Figura 47 – Pergunta 6	75
Figura 48 – Pergunta 7	76
Figura 49 – Pergunta 8	77
Figura 50 – Pergunta 9	78
Figura 51 – Pergunta 10	79

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1. Justificativa	13
1.2. Objetivo(s)	14
1.2.1. Objetivo geral	14
O estudo será realizado para um panorama que englobará o público plus size feminino. Para entender através das informações levantadas quais suas dificuldades e necessidades em termos de moda.	14
1.2.2. Objetivos específicos	14
1.3. Metodologia	15
2. DEFININDO CONSULTORIA DE IMAGEM PESSOAL	16
3. EM QUE CONSISTE O TERMO <i>PLUS SIZE</i>	19
3.1. Plus Size sinônimo de beleza e feminilidade	20
3.2. A personalidade e o comportamento do consumidor	21
3.3. Plus Size no mercado atual	25
3.4. A questão é: qual é seu tamanho?	26
3.4.1 Normalização das medidas analisando os biótipos predominantes da mulher brasileira	27
4. O TECIDO CERTO PARA A ROUPA	31
4.1. Tecidos	31
4.1.1. Estações do ano	32
4.1.2. Período do dia	33
4.1.3. Momento e ambiente	34
5. O PODER DA MODELAGEM PARA ESCULPIR A SILHUETA	35
5.1. Entre fios e ourelas	36
5.2. Modelagens que valorizam o corpo plus size	37

5.3. Peças com corte moderno são sim permitidas para plus size!.....	49
5.4. Alguns efeitos	52
6. COLORINDO O LOOK: ATENÇÃO NOS DETALHES -----	54
6.1. Tamanho x Cores	59
6.2. Tamanho x estampa	59
6.2.1. Tipos de estampas	60
6.3. Lingeries	64
6.4. Acessórios	65
6.5. Entre guarda-roupas e lojas	68
7. CONCLUSÃO -----	83
REFERENCIAS -----	84

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta como foco o setor do vestuário feminino denominado Plus Size, que é um segmento novo em relação a outros do vestuário e moda.

Como ponto de partida procurou-se mostrar as fases de uma consultoria de imagem pessoal e como surgiu a profissão. Passando pela origem do termo plus size, que é questão principal da pesquisa.

Em seguida analisar como a vestimenta pode influenciar, de todas as formas, a personalidade de um indivíduo e de quem o vê, principalmente os que têm baixa autoestima. Tendo como exemplo o público plus size que por estarem fora do padrão de beleza em relação ao peso, estabelecido pelo mundo da moda, muitas vezes sem opções de roupas apropriadas para seu tamanho, podem se sentir excluídos de um determinado grupo da sociedade.

Logo informar de forma sucinta como o mercado atual está reagindo em relação ao segmento plus size e seus consumidores.

Mostrar algumas das possibilidades de como favorecer a silhueta curvilínea, com dicas de tecidos, cores, estampas e estilos diferentes.

Por fim apresentar os resultados de uma pesquisa feita pela pesquisadora, para entender como as mulheres plus size estão sendo atendida nas lojas e sua satisfação.

1.1. Justificativa

Após trabalhar alguns anos na indústria de confecção atuando em várias funções e diversos segmentos e fazer cursos voltados para moda, pouco foi absorvido, pela pesquisadora, de conhecimento sobre o assunto abordado no presente trabalho. Trata-se de um público muito forte e que anseia por atenção das grandes marcas e lojistas.

A relevância desse trabalho é precisamente agregar conhecimento e também estimular uma possível mudança na metodologia atual das escolas de moda acrescentando uma matéria específica ou que abrangesse um pouco sobre a moda plus size seja modelagem, costura ou sobre imagem pessoal. Partindo da experiência pessoal da pesquisadora no mercado de trabalho. Assim sendo esse tema é de suma importância para a sociedade, uma vez que mais da metade do povo brasileiro está acima do peso segundo o Ministério da Saúde.

1.2. Objetivo(s)

Esta pesquisa tem por objetivo analisar e estudar o segmento plus size. Levantar informações sobre origem, evolução, mercado, moda e satisfação do consumidor do nicho em questão.

Enfatizar que a beleza feminina existe nas mais diversas formas e tamanhos.

1.2.1. Objetivo geral

O estudo será realizado para um panorama que englobará o público plus size feminino. Para entender através das informações levantadas quais suas dificuldades e necessidades em termos de moda.

1.2.2. Objetivos específicos

Discernir a pesquisa sobre plus size e distinguir melhor esse nicho de mercado em relação aos demais segmentos da moda feminina.

Indicar um artifício para a otimização das dificuldades encontradas, visando compreender suas causas e consequências.

1.3. Metodologia

A metodologia empregada foi pesquisar sobre principais assuntos que envolvem o segmento plus size a caráter de exploração e compreensão sobre o mesmo. Também foi elaborada uma pesquisa quantitativa para coleta de dados.

2. DEFININDO CONSULTORIA DE IMAGEM PESSOAL

Na década de 70 não existia nome que individualizasse a profissão, mais muitos já exerciam o trabalho de um personal stylist. A partir da década de 80 a profissão começou a ser chamada por personal stylist e consultor de imagem. Porém não é a mesma coisa, o personal stylist tem foco no que é tendência de uma forma generalizada e atual. Enquanto a consultoria de imagem, como o próprio nome diz, é baseada no estilo pessoal e subjetiva, feita por meio de um estudo e uma análise mais intensa, avalia estatura, pele, cabelo, maquiagem, estilo de vida e também dá indicações de comportamento e etiqueta social.

Mesmo sendo uma profissão pouco conhecida, a consultoria de imagem teve uma procura crescente e significativa nos últimos anos. Cada vez mais as pessoas e empresas se preocupam com a imagem pessoal de seus colaboradores.

A leitura visual de uma pessoa é feita em apenas alguns segundos, que é o suficiente para que alguém avaliar alguns aspectos de uma pessoa baseada em sua aparência, como: classe social; situação financeira; personalidade; nível de sucesso. Gestos e expressões são mensagens transmitidas. Essa leitura visual pode conduzir a uma interpretação positiva ou negativa do que e quem a pessoa é.

A função do profissional de consultoria de imagem pessoal é criar uma imagem pessoal e profissional positiva. Fazer a pessoa transmitir uma boa aparência, com um traje adequado e com coerência, educação, boa postura, cortesia etiqueta profissional e prudência, tudo isso com muita naturalidade. Passar o conhecimento de como usar as cores com benefício próprio constituindo sempre com uma aparência harmoniosa e por fim; obter ter um guarda-roupa coordenado que tornará a vida do cliente simplificada. Dar um novo olhar.

Avaliar a imagem e saber trabalhá-la em benefício do cliente é uma arte que contém algumas etapas:

- ✓ **Identificação do tipo físico:** Cada corpo varia de tamanho, podem ser encontrados vários formatos como ampolheta, retângulo, triângulo, triângulo invertido e oval. Cada formato com sua respectiva silhueta e objetivos em relação do que se deve valorizar, disfarçar, minimizar, abusar e evitar.
- ✓ **Avaliação pessoal:** Nessa primeira etapa o consultor de imagem irá definir os objetivos e necessidades, analisando o estilo de vida e relação com o mundo.
- ✓ **Análise cromática:** Quais cores mais valorizam e iluminam a pessoa.
- ✓ **Análise geometria corporal:** Formas e estilos que valoriza e o que não valoriza o tipo físico pessoa.
- ✓ **Cabelo e Maquiagem:** Sugerir cortes e cores de cabelo mais indicados, produtos e métodos de maquiagem que mais beneficiam cada rosto, acessórios que deixaram tudo em harmonia, baseando-se na análise facial.
- ✓ **Personal Shopper:** Se trata de um serviço de compras personalizada, onde o cliente é orientado sobre como e onde comprar roupas, acessórios, maquiagem e joias. Tudo dentro do estilo da pessoa e verba disponível.
- ✓ **Organização:** Todas as etapas anteriores serão essenciais para essa etapa. Analisar as roupas que a pessoa possui, deixando as que realmente valorizam, retirando as peças que não valorizam e analisando as cores conforme a cartela de cores indicada. Em seguida organizar o guarda roupa de forma que facilite o dia-dia e possibilite montar looks adequados pra cada ocasião com agilidade.
- ✓ **Guia de Estilo:** Nessa etapa serão montados os looks, de acordo com as etapas anteriores onde serão fotografados na pessoa. Essas fotos serão entregues a ela com todas as informações e indicações oferecida durante a consultoria. Tudo isso para gerar conforto, segurança e ter autoestima na hora de se vestir para qualquer tipo de evento. A consultoria de imagem pessoal irá fazer a pessoa entender quem ela é, o que faz e como

vive, enfim, dar-lhe autoconhecimento. Informando, guiando, analisando, formando uma imagem pessoal apropriada tendo como finalidade também a segurança pessoal. Mostra como deixar de ser escrava de tendências e a não perder a criatividade. É transmitir o maior numero de informações, fazer com que o cliente reconheça o que tem de melhor e abuse das combinações ao máximo. Não existe errado, existe o que não se encaixa bem em um determinado estilo e o que se encaixa perfeitamente.

3. EM QUE CONSISTE O TERMO *PLUS SIZE*

Há muito se identificou que a sociedade cria seus próprios padrões, sendo eles de beleza, classificação social ou estilo. Onde hoje os padrões estéticos que vigora na contemporaneidade, até o século XVIII pensava-se ao contrário, o bonito era o grande, o robusto era abundância. Para as mulheres ter o corpo farto era sinônimo de fartura, condição social privilegiada e fertilidade e inspirava desejos. Com apenas uma simples crítica da História da Arte pode-se observar o quanto a beleza era julgada pela robustez.

Com o passar do tempo o corpo humano foi passando por muitas alterações. Alterações essas, que influenciam e são influenciadas pela cultura e padrões criados pela humanidade.

O termo *plus size*, pertinente à moda, nasceu nos Estados Unidos na década de 1970. No entanto, foi só na década de 90, com o seu uso em revistas nacionais e internacionais, que ele ganhou mais importância.

Plus Size significa o "tamanho mais" ou tamanho maior, considerado assim a partir do tamanho 44 de manequim, nas antigas referências de tabela de medidas seria um corpo com cintura de medida superior a 88 cm, informação essa fornecida pelo Professor Valério Favero da Associação Paulista de Alfaiates.

No Brasil as lojas começaram a investir no segmento quando compreenderam a carência das pessoas que estão acima do manequim 44 e a dificuldade de encontrar algo que lhe vestissem bem. O Ministério da saúde em divulgou em 2013 mais da metade da população do país está acima do peso. Fato que esquentou o mercado de moda plus size e fez com que grandes magazines apostassem no segmento.

O Plus Size é um nicho de pouco explorado, que vem atender “aquela” ou “aquele” que não se encaixam nos padrões contemporâneos da moda, onde se impõe um corpo esguio. Há quem acredite que é apenas uma estratégia para que esse grupo da sociedade – intitulados Plus Size - consuma, já que ganham cada vez mais tem visibilidade na mídia.

No entanto não deve ser diminuída a uma mera estratégia de mercado, vista pelo aspecto dos estudos culturais, deve ser refletida como modificações culturais, comportamentais e sociais, onde a minoria quebra paradigmas demonstrando inclusão.

Para o jornalista editor do site Chic, André do Val (2011), a classe foi criada para dar uma folga ao "padrão da moda". Para que as meninas não achassem que deviam ser magras como as modelos, pois é possível ser lindas com alguns centímetros sobrando.

Uma pesquisa feita em 2011, pela Catho, apontou que aproximadamente 10% dos empregadores rejeitavam a contratar obesos. Preconceito que se fundamenta na imagem de que gordos não podem ser bem-sucedidos e que o estereótipo de pessoa de sucesso seria ser branca e magra.

Recentemente, em 2015, foi lançada uma campanha na internet iniciada por uma apresentadora de TV australiana, algo como #AbandoneOPlus (#DropThePlus) para tentar pressionar a indústria da moda a deixar de lado o termo "plus size". Mulheres nas redes sociais compartilharam a *hashtag* apoiando à ideia. A iniciativa também gerou alguns casos de abusos contra a apresentadora.

De fato é uma expressão que pode ser visto como pejorativo, bem como um símbolo de altivez para mulheres de magnitudes generosas.

Entende-se que ainda se faz necessário o uso da expressão, devido a pouca oferta do segmento em relação aos outros segmentos.

3.1. Plus Size sinônimo de beleza e feminilidade

A gordura é hoje indesejável existem muitos tratamentos estéticos e cirúrgicos para precaver-se e livrar-se da mesma e garantir o biótipo seco como padrão de beleza, porém tais tratamentos são custosos. Todavia, nasce um modelo de corpo que privilegia a riqueza das formas encontrada na moda 'plus size'.

A gordura antes vista como desleixo agora parece dominar a arte da moda. Mulheres famosas e anônimas do mundo todo cada vez mais assumem sua realidade, a qual exibem claros contornos de uma sensualidade e feminilidade.

A ideia não é incentivar a obesidade, afinal isso pode afetar a saúde, mas sim, valorizar a variedade dos corpos femininos e suas curvas. Estar fora dos padrões não quer dizer que não possa se sentir bela, elegante e vestir-se de forma adequada, sem regimes alimentares que prejudiquem sua saúde.

É importante destacar que as mulheres acima do manequim 44 ganharam seu lugar não apenas nas vitrines, mas também nas passarelas. Hoje existem muitos modelos plus size, inclusive no Brasil que fazem sucesso dentro e fora do país, no entanto ainda recebem um cachê bem inferior em relação ao cachê de uma modelo magra.

Cada vez mais os olhos do mundo da moda estão se voltando para o público Plus Size; elas buscam sua representação em todos os lugares, lutando pela diversidade.

3.2. A personalidade e o comportamento do consumidor

Desde o início da civilização, sempre houve uma expectativa em torno do comportamento das pessoas e entender o porquê de cada reação, tem sido ao longo dos tempos um desafio para a Psicologia.

O vocábulo *personalidade* vem da Grécia antiga e seu teatro, onde os atores utilizavam máscaras com expressões fortes, gerando um impacto no público e, além disso, promoviam a compreensão.

Posteriormente a origem das máscaras e seu significado foram relacionados com as máscaras da personalidade humana.

Segundo Cuschnir e Madergan (2001), existem rostos que se transformam em máscaras, a ponto de não serem mais reconhecidos no

espelho, e há máscara, que se confundem com o próprio rosto, escondendo os sentimentos mais camuflados, as verdades e desejos mais reprimidos.

As máscaras se tornam instrumentos de segurança e preservação para o homem, no trabalho, entre amigos ou em família, do mesmo modo que a roupa que se veste.

O “eu social”, atuando em diferentes cenários da vida cotidiana, recorre frequentemente aos artifícios da representação, às máscaras mais ou menos dissimuladas que garantam uma boa atuação nos relacionamentos cotidianos.

Em busca de autenticidade, muitos indivíduos investem em máscaras e representações. Seus estilos visuais os diferenciam e marcam traços de sua personalidade, suas roupas, acessórios e penteados, soluções que estão disponíveis no campo da moda que trabalham como máscara que, muitas vezes, tem o intuito de dissimular ou proteger o que as pessoas verdadeiramente são.

Usando como enfoque a psicologia e baseando-se na origem das máscaras, relacionando-as com as máscaras da personalidade humana, percebe-se que a moda acompanha essa mesma vertente, pois está em uma ininterrupta mutação. Seguindo as tendências das estações e a cobrança do consumismo.

Pelo nível social através das roupas, cabelos e humor, as pessoas manifestam seu estado de espírito e adotam a todo tempo uma nova personalidade ou até mesmo ter vários estilos distintos em seu dia a dia. Portanto as marcas devem ficar atentas e seguir a mesma diversidade para atender cada personalidade de várias pessoas ou uma variedade de personalidade em uma única pessoa.

Partindo do pressuposto, entende-se que o comportamento do consumidor, se presume pelas motivações e necessidades. Existem as necessidades básicas que são intrínsecas a humanidade e existem as necessidades que Maslow (1976), determinou em uma divisão hierárquica, conforme a pirâmide abaixo:

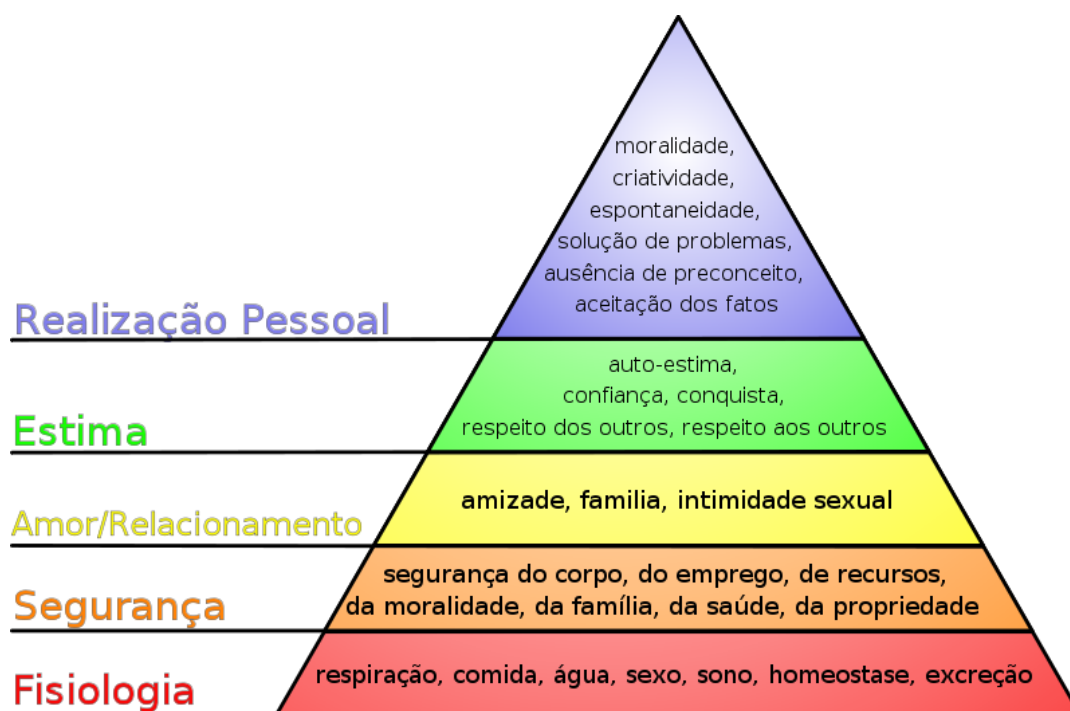


Figura 1 – Pirâmide de Maslow

Fonte: <http://www.raizesds.com.br/prosa/archives/category/raizes-artesanato>

acesso em: 29/05/15

Os resultados decorrentes dessa pesquisa evidenciaram que partindo do topo da pirâmide onde se encontra a necessidade de realização pessoal, passando pela necessidade de autoestima e nas necessidades sociais, nota-se uma semelhança com os assuntos atuais, que constantemente estão nas redes sociais e no dia a dia das pessoas mais comuns. Incluindo as mulheres plus size, onde mesmo o segmento estando em expansão, ainda pouco se vê o desenvolvimento pessoal, a autoestima, o reconhecimento, status, relacionamentos e a realização de fazer parte de um determinado grupo, ser conquistado de forma plena, devido o preconceito ainda vigente, timidez, falta de motivação.

Além de necessidades, o comportamento do consumidor também é proeminente das motivações.

Para David McClelland (1995, pag. 126-139), as motivações devem ser entendidas como resultado da interação do indivíduo com o ambiente onde está inserido.

Solomon (2002), Shiffman e Kanuk (2000) entendem que ao consumir uma pessoa está sofrendo influências psicológicas, pessoais, sociais e culturais.

Os fatores psicológicos Segundo Sant'Anna (1989) faz com que o consumidor tome a decisão de compra é preciso que na sua mente se desenvolvam os seguintes estados: existência de uma necessidade, consciência desta necessidade, conhecimento do objeto que a pode satisfazer, desejo de satisfazê-la e decisão por determinado produto.

"Toda roupa quer dizer alguma coisa. É uma escolha individual que mostra como você quer ser visto e avaliado. (...) Ninguém escapa da moda. Até quem acha que não está nem aí para ela.(...) As roupas que você usa se parecem com você, com sua vida, dizem sobre situações que viveu e vive". Glória Kalil

Montemezzo (2003) afirma que o designer é o "emissor de uma mensagem, em forma de produto, e o consumidor/usuário do produto é o receptor da mensagem estética". A moda tem, especialmente, um caráter de expressar uma identidade singular, e tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exhibir-se ao olhar do outro.

3.3. Plus Size no mercado atual

Alguns paradigmas estão em um período de transição e a humanidade provando desse momento ultimamente. Apesar de ser muito complexo não se pode restringir o ser humano a quaisquer padrões.

Até pouco tempo as gordinhas usavam roupas largas, longas e pretas para camuflar algumas partes do corpo que não queriam revelar. Atualmente não todas, mas muitas desejam roupas das ultimas tendências para exibir looks diferenciados e com uma variedade tão grande quanto uma pessoa que usa manequim que não é considerado plus size.

Hoje é fácil ver várias lojas que vendem roupas plus size, é um apontador que aumenta cada vez mais. Lojas e sites que atendem exclusivamente este público são cada vez mais frequentes nas grandes cidades e por consequência a procura também aumentou. A tendência é que continue aumentando inclusive nas cidades do interior.

O segmento plus size é segmento que do mercado do vestuário que merece e vale muito a pena ter investimentos, pois nele se encontra um publico extremamente carente de variedades e exige uma compreensão sobre o público, procurando atingir suas necessidades, vontades, percepções e comportamento.

Uma pesquisa recente feita em 2014 pela Abravest (Associação Brasileira do Vestuário) aponta o mercado com faturamento de 5% do total setorial do vestuário que excede R\$90 bilhões e por suas particularidades não sofre tanto com a afluência dos importados.

Em expansão esse nicho de mercado que cresce 6% ao ano, essa ampliação do segmento é estimulada pelo crescente número de pessoas com sobrepeso no Brasil totalizando 51% acima do peso, e destes, 17,5% são obesos, segundo dados do Ministério da Saúde 2013, e também está relacionada ao progresso da qualidade das peças e a perda da timidez em comprar em lojas especializadas em plus size.

Além das grandes lojas de departamentos que já mostraram interesse no público 'plus size' existe também eventos exclusivos para o segmento como o Fashion Weekend Plus Size, que em janeiro de 2015 teve sua 11ª edição, que contou com várias marcas e redes varejistas como: Predilects, Marden, Xica Vaidosa, Atributte Jeans, Ênfase, Marisa, etc...

A moda plus size ou moda GG é direcionada para pessoas que usam roupas acima do padrão convencional usado nas lojas como: pessoa muito alta, com coxas grossas, busto maior ou pé grande. É um mercado em expansão que cresce 6% ao ano e movimenta cerca de R\$ 5 bilhões, o que representa 5% do faturamento total do segmento de vestuário, segundo a Associação Brasileira do Vestuário (Abravest, 2014). Esse percentual corresponde a cerca de 300 lojas físicas e aproximadamente 60 virtuais. A expectativa, segundo a associação, é de um crescimento de pelo menos 10% ao ano. Mais da metade da população brasileira é público alvo da Moda Plus Size já que, segundo dados do Ministério da Saúde, 50,8% dos brasileiros estão acima do peso, e destes, 17,5% são obesos.

3.4. A questão é: qual é seu tamanho?

É realidade e ocorre com frequência, um indivíduo ficar em dúvida de qual tamanho de roupa pedir para levar ao provador, a cada loja que entra. Isso se deve pelo fato que cada marca e/ou confecção tem uma tabela de medidas diferente, afetando o consumidor final que ora usa um determinado tamanho ora usa outro, deixando clientes e lojistas sujeitos a incômodos e prejuízos, uma vez que gera inúmeras trocas de roupas que não servem e permitindo insatisfação de clientes.

Essa dúvida comum será suavizada quando enfim for aplicado um padrão de medidas nacional que será usado como guia, com informações sobre vestibilidade, para o consumidor, lojista, confecção, modelista, enfim adicionando simplicidade para toda indústria do vestuário.

3.4.1 Normalização das medidas analisando os biótipos predominantes da mulher brasileira

Assim como já foi estabelecido pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas), uma norma de medidas masculina NBR16060 e uma norma infantil NBR 15800, está sendo elaborado um projeto de Normalização de medidas femininas. O projeto conta com voluntários que representam a classe dos setores em questão, têxtil e vestuário, formando uma comissão de estudo de medidas.

Esse projeto tem como objetivo indicar dimensões do corpo feminino de forma simples, direta e significativa. Isso proporcionará as mulheres uma facilidade na hora de escolher uma numeração que melhor irá vestir seu corpo.

Os dados para tabela consistem em um levantamento de medidas do corpo feminino efetuado com um equipamento chamado Body Scanner. O Body Scanner faz um mapeamento das medidas do corpo onde essas informações são ajustadas em um biótipo, segundo um levantamento antropométrico.

Os biótipos são características herdadas ou adquiridas pelos indivíduos de um mesmo grupo ou mesmo genótipo, divididos em:

✓ Biótipo Triângulo: se aplica quando o perímetro do quadril for maior que o perímetro do tórax e apresentar razão quadril-cintura pequena;

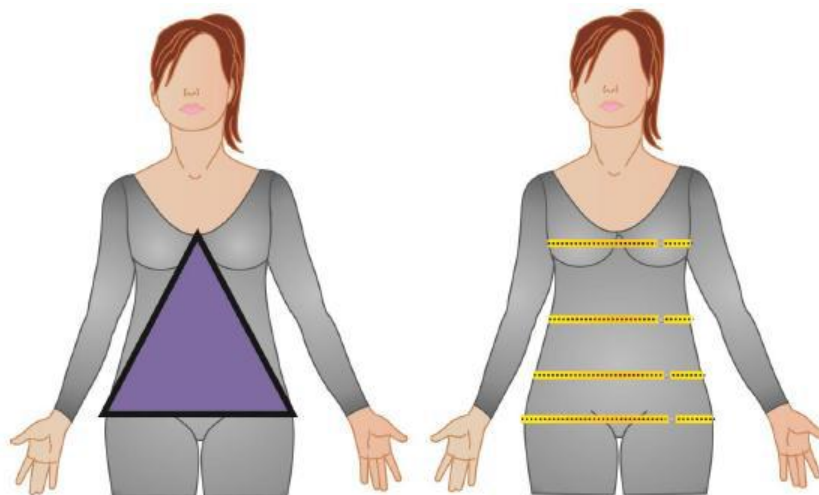


Figura 2 – Biótipo triângulo

Fonte: Projeto medidas femininas 21 01 2015 reforma - apresentado reunião no SENAC.

- ✓ **Biótipo Retângulo:** se aplica quando os perímetros do tórax e quadril são próximos e a medida da cintura não é muito marcada;

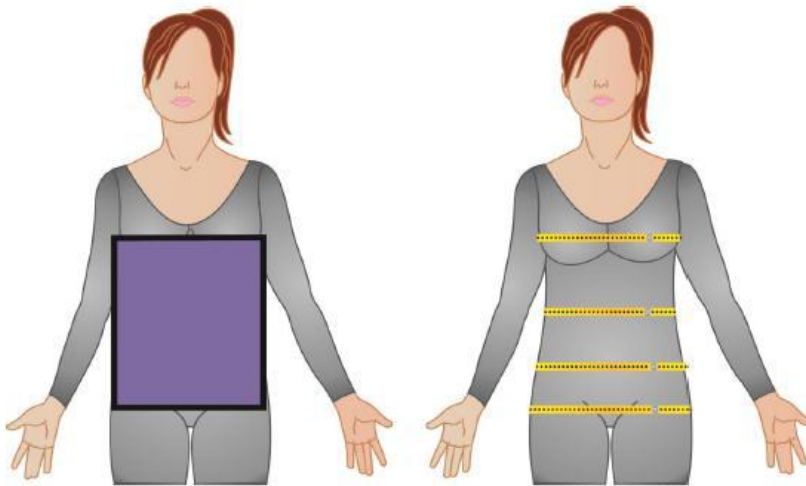


Figura 3 – Biótipo retângulo

Fonte: Projeto medidas femininas 21 01 2015 reforma - apresentado reunião no SENAC.

- ✓ **Biótipo Ampulheta:** se aplica quando existe uma pequena diferença entre o perímetro do quadril e o perímetro do tórax e as razões entre tórax-cintura e quadril-cintura são praticamente iguais e significativas,

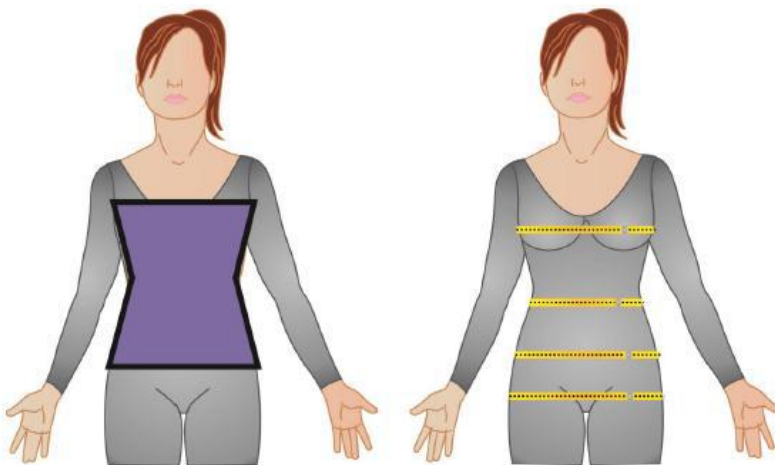


Figura 4 – Biótipo ampulheta

Fonte: Projeto medidas femininas 21 01 2015 reforma - apresentado reunião no SENAC.

- ✓ **Biótipo Colher ou Ampulheta de base inferior:** se aplica quando o perímetro do quadril é bem maior que o perímetro do tórax.

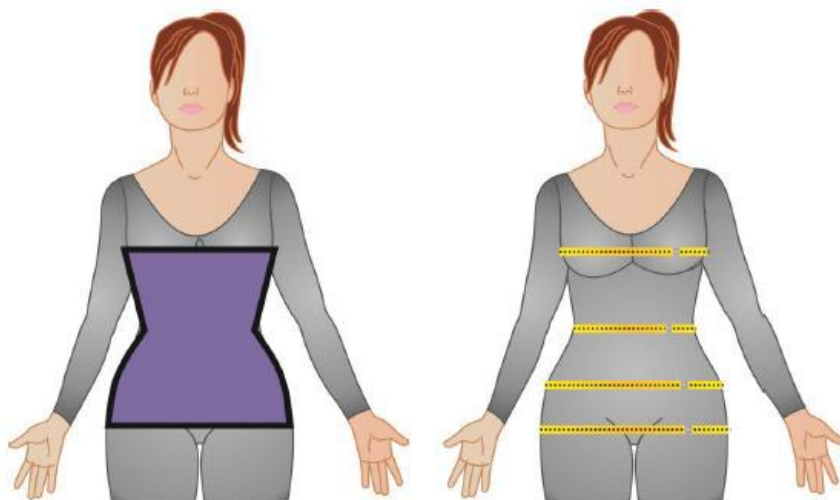


Figura 5 – Biótipo colher

Fonte: Projeto medidas femininas 21 01 2015 reforma - apresentado reunião no SENAC.

As medidas da tabela serão indicadas por escala numérica e/ou alfabética.

A tabela apresentará cerca 35 medidas distintas do corpo feminino. Pode-se afirmar que a relação de medidas femininas é bem complexa comparada à masculina que possui 19 e a infantil 24 medidas.

No atual momento a comitê de estudo passa por dificuldades e obter medidas de mulheres plus size, até março de 2015 o projeto contava com a medição de 7400 voluntárias que se dispuseram a terem seus corpos scaneados. Um número bem tímido considerando a quantidade de mulheres que usam manequim acima do 44, inferior a 10% do total. Acredita-se que essas mulheres sintam certo, embaraço e bloqueio, pois para ser scaneada a mulher deve ser realizado com apenas uma lingerie, bem soltinha no corpo para não alterar nenhuma medida.

A partir do momento que a tabela estiver completa e encontrar-se à disposição de todos, facilitará o trabalho de muitos, como por exemplo:

- ✓ Confecção: Poderá se basear na tabela para criar suas modelagens ou apenas fazer uma conversão da tabela que já trabalham, já que cada região do Brasil predomina um biótipo diferente.

- ✓ Lojistas: Independente do fornecedor ou marca das roupas vendidas, todas deverão possuir algum tipo de indicação a que tamanho se destina a determinada peça, gerando menos trocas, deixando o estoque mais fácil de classificar.

- ✓ Clientes: Com a indicação de tamanho correto na etiqueta, por exemplo, tornará mais simples de encontrar a roupa ideal, evitando inúmeras idas e vindas do provador.

Na hipótese da norma vir a ser concluída terá fiscalização do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), que irá verificar apenas se a roupa está com indicação da medida a que se destina.

Para o segmento plus size é possível que com a norma regularizada e tendo a tabela disponível provoque um interesse nas marcas em desenvolver roupas para esse nicho de mercado que é um potencial consumidor.

4. O TECIDO CERTO PARA A ROUPA

A relevância desse capítulo dirige-se as peças de vestuário tendo em vista que os conhecimentos sobre as propriedades, qualidades e a estrutura do tecido e como comprometem o processo de modelagem e no caimento da confecção de roupa. Segundo Rodrigues (2010), a moda abrange e envolve, como todas as artes, uma ampla mão de obra. Inclusive no momento em que o tecido constituirá a roupa.

O segredo para um look de sucesso é ter algumas informações e reconhecê-las nos detalhes, eles podem influenciar na hora de vestir. Entre esses elementos estão os materiais usados para confecção do traje, texturas, cores e estampas. Não é necessário ser um profissional da área de moda e estilo, basta ficar atenta aos detalhes e desfrutar dos mais variados looks que pode ser criado.

4.1. Tecidos

Um bom caimento da roupa esta ligado ao tecido e suas propriedades estruturais e o movimento. Para chegar ao modelo desejado, o tecido deve ter as propriedades ideais que o modelo determina. Se o modelo é estruturado, o tecido escolhido deve ter mais pesado. Para um modelo esvoaçante, o tecido tem que ser leve e fluido.

A gramatura e o caimento são duas das qualidades mais importantes do tecido, quando se pensa em um visual alinhado seja qual for o estilo e modelo da roupa.

Os tecidos mais estruturados favorecem o corpo plus size ajudando a disfarçar. Um bom exemplo são camisas de tricoline, saias de cetim grosso, tubinhos de tecido plano. Os blazers também são ótimos. Tecidos mais finos, como seda, malha e chiffon podem ser usados com uma lingerie adequada por baixo.

Primeiro é preciso saber que tipo ou estilo de roupa se quer usar e para facilitar dividir em três elementos: estação do ano, período do dia e ocasião (momento e ambiente), a seguir se detalha esses elementos.

4.1.1. Estações do ano

Cada estação do ano pede um determinado tipo de tecido. Os tecidos leves são ótimos para o verão, feitos de algodão, viscose, seda e linho. Tecidos como: tricoline, cambraia, voil, gaze, crepe georgette, sarja de algodão e cetim de algodão, são frescos, pois suas fibras absorvem bem o suor e arejados, além de seus fios serem finos e a trama leve. Exemplos:

✓ Algodão: o tecido de algodão é sinônimo de versatilidade e conforto, uma vez que aparece em todo tipo de modelo no vestuário.

✓ Linho: esboça elegância, no entanto o linho é um tecido que amassa facilmente, uma indicação seria adquirir peças que tenham composições mistas como algodão e viscose. Aposte nas roupas de linho durante o verão.

✓ Malha: além de ser um tecido muito confortável a malha há muito já é amiga das mulheres plus size. O diferencial em questão é que a malha também pode ganhar aspectos de elegância se combinado com peças de alfaiataria por exemplo.

Para o inverno é interessante investir em tecidos quentes com tramas mais pesadas, como lã, gabardine, tricô, veludo, *bouclé*, *tweed*, crepes pesados, flanela de algodão ou lã, são tecidos ótimos para casacos, blusas e até mesmo calças.

✓ Lã: deixa o *look* quente, as roupas de lã costumam ser duradouras e também exigem um investimento maior por serem mais caras. Encontra-se em diversas gramaturas e para os corpos plus size é imprescindível que se tenha um corte perfeito para não criar volume indesejável.

✓ Veludo: é durável, quente possui um bom caimento, possui penugens curtas na superfície, é utilizado para calças, roupas esportivas, estofados, cortinas e almofadas.

Outros exemplos de tecidos que são muito usados que independe da estação do ano, pois o que vai variar são os modelos e a ocasião, são os tecidos tecnológicos ou sintéticos, a seda e tecidos com elastano.

✓ Tecidos sintéticos: possuem propriedades adicionam funcionalidade, como secagem rápida, proteção à pele e nos casos de roupas coloridas e estampadas tem um ótimo desempenho porque não desbotam. Tecidos como poliéster, poliamida e o neoprene são muito usados em moda fitness.

✓ Seda: a seda é um tecido sofisticado e para vestimentas festivas, agradável ao toque e apresenta excelente caimento. Assim como todos os tecidos leves a seda possui uma fibra fina e que enfatiza os contornos das silhuetas, por isso é preciso ficar atenta ao modelo escolhido para o corpo plus size.

✓ Tecidos com elastano: o jeans, tricoline, cetim e outros, são ótimos para peças que geralmente ficam justas no corpo. O elastano, como o nome sugere tem alta elasticidade, por isso é a melhor opção para modelos ajustados ao corpo, se a intenção é realçar as curvas.

Mas não é só isso que importa na escolha de tecidos de acordo com a estação: a aparência do tecido também faz diferença. Normalmente, estampas de flores e frutas em cores pastéis são adequadas para climas quentes, enquanto que cores mais escuras são vistas como invernais, por exemplo. É claro que isso vai depender das tendências de moda e também de como essas cores são combinadas com outras que podem equilibrá-las.

4.1.2. Período do dia

A figurinista Renata Perito (2013), afirma que conforme o dia se passa e anoitece o tipo de roupa adequado também muda. As cores e também o acabamento dos tecidos. Com o dia, combinam cores mais claras e vivas, em

tecidos de fibras naturais, opacas ou com brilho leve. Durante a noite, cores mais escuras e fechadas, em tecidos com brilho e também transparências.

Não existem código nem regra estabelecidos, mas ajuda na hora de determinar o que usar ou não ao longo do dia.

4.1.3. Momento e ambiente

Dependendo da ocasião a aparência do tecido pode mudar. Para festas, apostar em transparências, brilhos, paetês, rendas e bordados. Os mais usados são: cetim, crepe georgette, crepe chanel, chiffon, musseline, organza, renda, shantung, tafetá, brocado. Já para o trabalho de preferência à tecidos de alfaiataria ou sarja acetinada, além de tecidos de inverno como lã, crepes pesados, tweed e boucle. Para blusas e camisas, use tecidos como tricoline, tricoline acetinado e cambraia.

Independente do modelo e loja que ser comprada a roupa e aconselhável sempre olhar a etiqueta certificando-se que está levando para casa um produto de qualidade, comparando se vale realmente o investimento.

As passarelas estão trazendo cada vez mais informações em apenas um *look*. Misturar e combinar a fórmula para garantir um visual interessante. Vale tecido leve com pesado, volume com *shape slim*, estampa de *poá* com *animal print*, etc...não existe regras. Isso se aplica inclusive para as mulheres plus size.

5. O PODER DA MODELAGEM PARA ESCULPIR A SILHUETA

A modelagem se trata de uma atividade que avalia a vestibilidade, o conforto, a durabilidade e a viabilidade técnica do produto. Consiste em uma técnica responsável pela criação dos moldes, que reproduzem as formas e medidas do corpo humano, adaptados ao estilo proposto pelo designer. É responsável pela boa estrutura e caimento dos modelos apresentados. A modelagem é concebida a partir de uma análise feita pela modelista, profissional que elabora o molde da interpretação do desenho técnico e das demais especificações do produto criado (JONES, 2005).

Para a elaboração de modelagens de vestuários as principais referências que devem ser consideradas são os desenhos projetados pelos designers e principalmente as dimensões antropométricas do usuário, o corpo (MEDEIROS, 2007).

Metodologias como a ergonomia, também são aplicados na modelagem. Para Lida (2005) a definição da ergonomia é “o estudo do relacionamento entre o homem e o seu trabalho, equipamento e ambiente, e particularmente a aplicação dos conhecimentos de anatomia, fisiologia e psicologia na solução dos problemas surgidos desse relacionamento”.

Fatores como a ergonomia, a antropometria e o domínio do corpo do usuário são envolvidos na técnica de preparação de um molde. Portanto, para interpretar a modelagem plana industrial, os fundamentos básicos a serem avaliados são as formas, as medidas e as oscilações do corpo humano.

Grave (2004 apud MARTINS, 2006, p. 57) avalia que “uma roupa mal modelada expõe o corpo a alterações físicas, até mesmo doenças. Para tanto, é necessário um estudo pertinente para cada peça do vestuário”.

Araújo (1996 apud SILVEIRA, 2008, p. 35) descreve o seguinte:

Modelar consiste na interpretação das ideias do designer de moda e das informações registradas na ficha técnica do produto, onde constam dados importantes, como: tipo de tecido, linha, aviamentos, máquinas e, desenho técnico do produto, planejado e registrado de frente, costas e lateral, mostrando todos os detalhes a serem observados durante a modelagem e montagem da peça.

Com foco na utilização, no exercício, na eficácia, no conforto e na segurança com objetivo maior, atender as necessidades e desejos dos usuários, constata-se que a ergonomia deve ser aplicada em todo processo do vestuário inclusive na modelagem, agregando bom caimento, usabilidade deixando o produto final mais competitivo.

“Nossa imagem externa é nosso mensageiro uma declaração publica. Alguns disfarces estão fortemente ligados aos nossos medos mais íntimos e nesses casos um vestido funciona como um escudo para nos ocultar e proteger” (Gianni Versace).

5.1. Entre fios e ourelas

As roupas podem apresentar diversos caimentos. Isso significa que o tecido foi cortado com uma finalidade.

Nos tecidos planos, quando a roupa tem um caimento firme quer dizer que foi cortada com o fio do tecido no sentido reto, por exemplo: calça, blazer, saia reta. Para a roupa que é modelada com o fio na diagonal, com o fio da modelagem em 45° e posicionada no tecido da mesma forma, se adquire um caimento leve, por exemplo: vestido e saia godê. Efeitos de padronagens e estampas também influenciam as posições da modelagem no tecido.

Abaixo uma representação dos possíveis sentidos do fio da modelagem:



Figura 6 - Representação dos sentidos do fio

Fonte: http://queromodelarcosturar.blogspot.com.br/2011_03_01_archive.html
 acesso em 30/05/15

5.2. Modelagens que valorizam o corpo plus size

A modelagem luta para transformar uma matéria prima de duas dimensões em uma escultura 3D para vestir com conforto e oferecendo uma imagem harmoniosa.

“As proporções físicas, o tecido e o estilo da nossa roupa afetam a reação dos outros a nós de maneira bastante previsíveis. O estilo e o tecido da nossa roupa comunicam muito a nossa autoimagem” (FISCHER, 2001, p. 17).

A pesquisadora observou durante a pesquisa e identificou algumas silhuetas mais constantes no corpo Plus Size feminino:

- As com curvas,
- As com ombros mais largos,
- As com quadris mais largos e
- As com barriga proeminente.

De forma geral o objetivo é criar uma linha larga e chamar a atenção para o ponto forte. Não há necessidade de esconder nada, apenas ressaltar o que há mais bonito, para equilibrar a silhueta. Usar as tendências de forma adequada e fazer combinações contemporâneas.

Alguns tipos de silhuetas plus size:

Com curvas	
<p>Aposte</p> <p>Modelos acinturados</p> <p>Tecidos fluidos</p> <p>Vestidos ou saias envelopes e assimétricos</p> <p>Peplum</p> <p>Calças com cinturas no lugar com boca reta ou flores</p> <p>Decote v</p>	<p>Evite</p> <p>Caimento reto</p> <p>Estampas exageradas ou localizadas só na região dos quadris ou dos seios</p> <p>Cintura baixa</p>

Ombros largos	
<p>Aposte</p> <p>Modelos com algum volume na região dos quadris</p> <p>Barras assimétricas</p> <p>Mangas com os punhos trabalhados</p> <p>Modelos estampados na região do quadril</p> <p>Saia midi, evasê, plissadas e envelope assimétrica</p> <p>Cores fortes</p>	<p>Evite</p> <p>Calças justas demais ou que afunilam demais</p> <p>Cinturas altas</p> <p>Saias bandagem</p> <p>Modelos escuros e retos na região do quadril</p> <p>Modelos com ombros estruturados</p>

Quadris largos	
<p>Aposte</p> <p>Vestidos com tecidos fluidos na altura dos joelhos ou comprimentos midi</p> <p>Saias com modelo reto em tecidos firmes e evasê em tecidos fluidos</p> <p>Cores escuras na região do quadril</p> <p>Calças com cós no lugar, retas e flare</p> <p>Jeans sem lavagem</p> <p>Estampas e cores fortes na região do busto</p>	<p>Evite</p> <p>Comprimentos míni</p> <p>Estampas chamativas na região do quadril</p> <p>Cintura baixa</p> <p>Saias muito justas</p>

Barriga proeminente	
<p>Aposte</p> <p>Cardigã e casacos na altura do joelho de corte e caimento retos</p> <p>Vestido de cintura baixa ou com corte na diagonal, pences, recortes e corte assimétrico.</p> <p>Calças retas</p> <p>Decotes em U e V</p> <p>Roupas do tamanho certo, nem largas nem justas</p> <p>Saia reta ou evasê</p>	<p>Evite</p> <p>Cintura baixa</p> <p>Calças com boca afuniladas ou largas de mais</p> <p>Blusas curtas na região da barriga</p> <p>Blusas muito largas</p> <p>Jaqueta curta</p> <p>Vestidos ou saias justas</p> <p>Vestidos com recortes abaixo do busto</p>

Como já foi citado neste trabalho, algumas vezes, não é necessário usar manequim 36 para estar na moda.

Usando a tabela sugerida acima como orientação usando as principais peças do guarda-roupa feminino, fica simples valorizar ainda mais a silhueta plus size. Em seguida algumas propostas de produções tradicionais até os mais modernos e impensáveis para uma curvilínea.

✓ Saia: Muito feminina, a saia deixa qualquer visual mais bonito. As de modelo lápis e reta são recomendadas. Entretanto nada impede quem queira usar uma saia godê por exemplo.



Figura 7 – Saia para plus size

Fonte: <http://lunender.com.br/blog/category/plus>



Figura 8 – Saia lápis para plus size

Fonte: <https://anariesemberg.files.wordpress.com/2014/07/saia-lapis.jpg>

✓ Shorts: Cria um look despojado e pode ser usado sem medo por mulheres curvilíneas. Modelos retos alongam a silhueta e não marcam.



Figura 9 – Shorts para plus size

Fonte: <http://lunender.com.br/blog/moda-plus-size-dicas-para-usar-shorts>

✓ *Jeans skinny*: Substitua a *legging* por uma *skinny*, vai criar um visual mais aprimorado.



Figura 10 – Calça skinny para plus size

Fonte: <http://lunender.com.br/blog/moda-plus-size-ousando-no-dia-a-dia>

✓ Vestido tubinho: Escolha um modelo com tecido estruturado para não marcar. Fica muito feminino. E outros modelos também merecem investimento.



Figura 11 – Vestido tubinho

Fonte: <http://juromano.com/wp-content/uploads/2014/03/vestido-tubinho-plus-size.gif>



Figura 12 – Vestido tubinho com peplum

Fonte: <http://juromano.com/wp-content/uploads/2014/03/vestido-tubinho-plus-size.gif>

✓ Calça *flare*: Valoriza o corpo, afina e alonga a silhueta. Usar com salto, para não achatá-la e deixar a barra cobrindo o calçado.



Figura 13 – Calça flare com camiseta

Fonte: <http://juromano.com/wp-content/uploads/2014/07/plus-size-cal%C3%A7a-flare-lado.jpg>



Figura 14 – Calça flare e acessórios

Fonte: <http://www.gorgeautiful.com/wp-content/uploads/2013/08/Plus-Size-Inspiration-with-flare-pants.jpg>

✓ Decote V: Dá sensação de alongamento do pescoço, valorizando o colo. Além de ser um coringa de versatilidade e elegância.



Figura 15 – Macacão decote V

Fonte: http://img.ph2-jpg.posthaus.com.br/Web/posthaus/foto/moda-feminina/macacao-e-macaquinho/macacao-decote-v-transpassado-plus-size-preto_142625_600_1.jpg



Figura 16 – Vestido decote V

Fonte: <http://www.tamanhop.com/wp-content/uploads/2013/11/moda-plus-size-gordinhas-1.jpg>

✓ Sobreposições: Uma jaqueta é sempre um curinga para montar looks variados e vale combinar estilos e materiais distintos. A jaqueta entra contrapondo o peso das outras peças.



Figura 17 – Jaqueta

Fonte: Imagem: <http://lunender.com.br/blog/category/plus>



Figura 18 – Casaco

Fonte: <http://lunender.com.br/blog/category/plus>

✓ Cintura marcada: Pode ser com vestidos e camisas acinturadas. Outra indicação é camisas ou blusas usadas para dentro da calça com cinto, alongando a silhueta.



Figura 19 – Vestido acinturado

Fonte: <http://www.eleganceplussize.com.br/wp-content/uploads/2014/06/tanesha-awasthi-plus-size.jpg>



Figura 20 – Look com cintura marcada

Fonte: <http://blogs.odiario.com/cenafashion/wp-content/uploads/sites/69/2013/07/cal-Ca-cenoura-plus-size.jpg>

- ✓ Look de trabalho: Para empresa mais formal é indispensável saias lápis ou evasê, vestidos tubinho, alfaiataria com calça de boca reta para manter

o equilíbrio da silhueta. Em um trabalho mais descontraído o jeans é um bom aliado. Camisas e blusas podem ser coloridas e estampadas.



Figura 21 – Look de trabalho formal

Fonte: <http://www.modaposthaus.com.br/wordpress/wp-content/uploads/2012/01/AmbienteFormal.jpg>



Figura 22 – Look de trabalho despojado

Fonte: <http://grandesmulheres.com.br/wp-content/uploads/2012/05/img1.jpg>

✓ Branco: A calça jeans branca causa polêmica devido a seu estereótipo de que a mesma marca muito o corpo. O jeans pode ser uma boa opção, já que o tecido é grosso. Elegante, foge do básico e por ser neutro combina com outras cores neutras, claras, contrastantes, estampas e texturas. Mulheres baixinhas ou com pernas grossas, podem usar alongando a silhueta com modelo boca reta ou *flare*.



Figura 23 – Branco total

Fonte:

<http://4.bp.blogspot.com/-9NUwP18eLWM/UNSS3T9m0fi/AAAAAAAAABbA/Ei4WszCaMCc/s320/look-plus-size-branco.jpg>

5.3. Peças com corte moderno são sim permitidas para plus size!

✓ *Top cropped*



Figura 24 – Top cropped com saia

Fonte:

<https://delineandoestilo.files.wordpress.com/2014/05/cropped-plus-size.jpg?w=630&h=525>



Figura 25 – Top cropped

Fonte: <http://blog.sidneyvolpe.com.br/visualizar-post.php?post=255>

O interessante é mostrar apenas uma faixa do abdômen, a blusa irá demonstrar a cintura. Não é preciso ter barriga chapada para usar. Invista em produções com saias assimétricas e calças.

✓ Saia midi



Figura 26 – Saias midi

Fonte: <http://blog.sidneyvolpe.com.br/visualizar-post.php?post=255>

A saia na altura dos joelhos atribui elegância. A saia divide a silhueta e pode achatar, mas alguns truques podem resolver. Combinar um salto alto ou uma plataforma com a peça longa as pernas. Se quiser disfarçar o quadril, opte pelos modelos com tecido mais fluído. Usar a blusa por dentro da saia pode deixar a cintura bem marcada.

✓ Transparência



Figura 27 – Transparências

Fonte: <http://blog.sidneyvolpe.com.br/visualizar-post.php?post=255>

Peças transparentes ou com detalhes deixam o look sexy, porque deixa a mostra um pouco de pele.

✓ Regata

**Figura 28** – Regatas

Fonte: <http://blog.sidneyvolpe.com.br/visualizar-post.php?post=255>

Regatas com estampas deixam o look divertido e valorizam o colo. É muito importante observar o corte da peça e escolher as que têm cava próxima ao braço. Modelos com decote em V ajudam a alongar e os com decote em U realçam o colo. “Alças largas vão esconder a alça do sutiã, e auxiliam na sustentação do busto. Se quiser, opte por peças com detalhes no decote ou abuse de colares e brincos, assim você desvia a atenção para onde desejar”, explica a blogueira Renata Poskus, para a revista Marie Claire, 2014.

5.4. Alguns efeitos

Identifique a modelagem que fica melhor em você, desse modo ela vai cair bem independente se for lisa, estampada ou com recorte. As sobreposições são aliadas e os acessórios também, assim cria-se verticalidade e harmoniza o visual.

As linhas no geral podem de uma forma geral modificar o corpo com base nisso as linhas verticais podem afinar e alongar quando o foco do olhar é de baixo para cima. Também as linhas horizontais podem modificar de forma que encurtem e alarguem a parte coberta, já que os mesmo tem o poder de direcionar o sentido do olhar de um lado para o outro da silhueta. Por exemplo,

as peças que compõem cintos de cores opostas ao tecido, lavagens diferenciadas, lenços, entre outros exemplos.

Na mesma linha de raciocínio as linhas diagonais ajudam a disfarçar ou minimizar as partes que causa desconforto nas pessoas por exemplos as gorduras localizadas, e também ajudam nas desconformidades. Exemplo de roupas que contem esses traços são os vestidos ou blusas transpassadas e de um ombro só.

Casacos e blazers com abotoamento simples até a altura dos quadris;
Calças sociais em cores escuras, sendo um pouco ajustadas embaixo;

Linhas curvas e fluidas podem arredondar e acrescentar formas.
Exemplos: mangas bufantes, saia tulipa.

Linhas retas, angulares e estruturadas podem camuflar o que parece naturalmente mais arredondado e criar a sensação de uma nova silhueta, impondo a forma da roupa sobre a forma do corpo. Exemplos: paletós com ombros marcados, calças com pernas retas, etc...

6. COLORINDO O LOOK: ATENÇÃO NOS DETALHES

Muitas vezes nos apanhamos procurando roupas no armário e sem entender bem porque escolhemos repetidas vezes a mesma cor.

A cor na comunicação da moda pode ser força mais dominante.

FISCHER (2001, p. 27) descreve que em alguns segundos após um encontro com o indivíduo, cria reações sobre as “mensagens de cor” emitidas pela roupa. As escolhas vão além do mero “gosto”.

Para ajudar na escolha certa de combinações de cores existe uma ferramenta que pode ser bem favorável, o círculo cromático. Ele mostra as cores que combinam e as que precisam continuar separadas. Essa ferramenta permite desfrutar de inúmeras possibilidades e a ter certeza do que está vestindo. Além de auxiliar no look o círculo cromático ainda ajuda a coordenar maquiagens e joias.

Para criar um look com cores que emitem efeito e harmonia, é indispensável entender como misturar essas cores.

O círculo cromático é dividido em cores quentes e frias. Vermelho, laranja e Pink são tons quentes, que remetem ao calor enquanto verdes, azuis e violetas são frios.

Mas não é tão simples assim, é preciso levar em conta não só a pele, mas também outros fatores como: tom da cor de cabelo, dos olhos e maquiagem. Além de alegrar os looks, peças coloridas ainda são capazes de fazer milagres na silhueta. O segredo é abusar de efeito óptico, misturando sem medo:

✓ Cores análogas: De baixo contraste, criam um efeito harmonioso e ficam lado a lado no círculo de cores. Exemplo: azul e verde/ azul e violeta/ laranja e amarelo/ vermelho e laranja.

✓ Cores Complementares: Cores de alto contraste criam efeito dramático e ficam opostas no círculo de cores. Exemplo: verde e vermelho/ azul e laranja/amarelo e violeta.

✓ Tríades/ Combinações triangulares: No círculo a combinação das cores forma um triângulo de três partes iguais, composto pelas cores primárias ou pelas secundárias. Exemplos: amarelo + azul + vermelho ou violeta + laranja + verde

✓ Monocromáticas: Intensidades diferentes de uma mesma cor, ou seja, tom sobre tom, esquema fácil de ser usado com resultados sofisticados e atrativos. Exemplo: verde claro + verde médio + verde escuro.



Figura 29 – Círculo cromático

Fonte: <http://mulhersuperfashion.com/category/moda/>

FISCHER (2001: 31-33) mostra em uma tabela como misturar tons neutros com cores:

<p>COM PRETO, CARAMENLO, CINZA OU TWEED</p> <p>Cores vivas para dar energia e calor à sua roupa: Rosa-shocking; fúcsia; vermelho; coral-amarelado, laranja e turquesa.</p> <p>Pastel para suavizar a rigidez das cores neutras: Lilás; amarelo-claro, pêssego e cor-de-rosa.</p> <p>Cores que adicionam outra dimensão: Prateado e dourado</p> <p>Cores intensas: Borgonha, vinho-escuro; vinho; ameixa; verde-folha; verde-esmeralda, ferrugem e abóbora.</p> <p>Branco e afins para contrastar e suavizar: Creme, marfim e branco.</p>
<p>COM MARINHO</p> <p>Cores claras que dão belo contraste: Rosa pastel, azul pastel e verde pastel.</p> <p>Para a aparência mais vibrante: Amarelo, fúcsia e laranja.</p> <p>Para um contraste fino: Púrpura.</p>
<p>COM MARROM</p> <p>Para valorizar: Vermelho; laranja, coral e laranja-claro.</p> <p>Para avivar e animar: Amarelo, coral e rosa.</p> <p>Para um contraste nítido: Branco, creme e marfim.</p>

Tabela: Fonte: FISCHER, Toby. *O Código do vestir*. São Paulo: Rocco, 2001.

Para Aguiar (2004), as cores também são distintas pela reação que causam nas pessoas, abaixo algumas definições feitas pela autora das cores mais utilizadas, com um toque de psicologia entre elas.

✓ Vermelho: Cor da paixão, excitante e estimulante. Personalidade: corajosa, dominadora, firme, dramática, sexy, ativa, extrovertida, apaixonante, impulsiva e agressiva. Ideal para ser usado em datas e para falar em público, pois chama atenção.

✓ Azul: É a cor do respeito, confiabilidade, fidelidade, serenidade. Transmite elevado status social, civilidade, estabilidade, dignidade. Personalidade: sincera, pensativa, comunicativa, calma pacífica, inventiva, honesta, conservadora, atenciosa, paciente. Ideal para ser usado em atividades criativas, pois estimula a fantasia.

✓ Amarelo: Cor estimulante, quente, pode fazer aumentar o nível de ansiedade e induzir inquietação. Simboliza o otimismo e esta associada ao intelecto; é a cor da iluminação, da expectativa, do dinheiro. Personalidade: receptiva, acessível, alegre, otimista, criativa, extrovertida, ocupada. Ideal para ser usado para vender produtos, pois é alegre e estimulante.

✓ Laranja: Cor energética, audaciosa. Personalidade: calorosa, prática, extrovertida, espontânea. Ideal para ser usado em festas, pois transmite calor e amizade.

✓ Violeta: Em geral, as pessoas atraídas pela cor púrpura são muito criativas, gostam de lidar particularmente com arte ou filosofia, tem elevado senso de espiritualidade, são pessoas apaixonadas e sonhadoras.

✓ Verde: Cor relaxante, de comunicação, é a cor que rejuvenesce, representa paz e transmite estabilidade. Personalidade; receptiva, aberta, estável, equilibrada, prestativa, leal, doce, responsável, amiga, tranquila, simpática.

✓ Ideal para ser usado em datas românticas, especialmente o verde-claro, que transmite docilidade.

✓ Preto: Transmite poder, mistério, dominação e dignidade. É uma das principais cores da moda contemporânea pela sua versatilidade. Personalidade: pessoa autoritária, audaz, dramática, chic, forte, formal, firme, elegante, masculina. Ideal para primeiro encontro, pois transmite mistério e

erotismo; e para reunião de negócios, pois transmite poder, passa uma imagem de pessoa dinâmica ao falar em público. Além de proporcionar uma silhueta ao corpo, lançando luz e sombra sobre as curvas da mulher. A mulher ao usar roupa preta parece ser mais magra, preserva a beleza do corpo e suas curvas; é elegante, misteriosa.

✓ Branco: Transmite pureza, esperança, confiança, frescor, limpeza. É o símbolo da entrega, é uma cor de status, da virtude e do altruísmo, traz sensação renovadora e aberta a mudanças. Personalidade: expressiva, artística, inocente, pura, fiel, fria, distante, feminina.

✓ Cinza: É a mistura do preto e do branco; neutra, ligada a sabedoria; é preferida por filósofos, artistas e intelectuais. Cor da eficiência, do refinamento; é uma cor incerta, a cor do medo. Personalidade: calma, conservadora, poderosa, autoritária, confiável, modesta, controlada. Ideal para ser usado em atividades criativas, pois desencadeia o desenvolvimento artístico; em reuniões e almoços de negócios, traz sucesso e força.

✓ Marrom: Cor informal, que esta associada a humildade e pessoas sem arrogância. É uma cor agradável, neutra, que não transmite muita emoção. Personalidade; confiável, educada, bem-sucedida, estável, perseverante, segura, resistente a mudanças. Cor que tem o apelo da classe alta.

✓ Rosa: Tem conotação positiva, é calmante e aconchegante, traz vitalidade juvenil; é a cor universal do amor, mas projeta menos energia do que o vermelho. Personalidade; gentil, afetuosa, romântica, feminina, quieta, artística, apaixonada, acessível, sensitiva, refinada, delicada, doce. Ideal para ser usado em data romântica, pois sugere beleza celestial; e em entrevista de primeiro emprego, pois acalma.

6.1. Tamanho x Cores

“Todas as cores são amigas das vizinhas e amantes das opostas” (Chazel).

“Do ponto de vista estritamente físico, o olho sente a cor. Experimenta suas propriedades, é fascinado por sua beleza. Alegria penetra na alma do espectador, que a saboreia como um gourmet, uma iguaria”. (Kandadisky, Wassily. Do Espiritual na Arte, 1990, p.65).

6.2. Tamanho x estampa

A estampa cria ilusões visuais que podem favorecer ou deturpar a imagem de um *look*, podemos utilizar a estampa para permitir uma visualização mais agradável para diferentes proporções corporais.

A origem da palavra é inglesa, mais exatamente *printwork*, ou seja, trabalho pintado à arte de decorar um tecido, qualquer que seja a sua natureza ou qualidade, por meio de um motivo único ou desenhos variados, que podem ou não ser repetidos chegando a uma mesma possibilidade de criar telas grandes como um quadro, nas quais exista uma espécie de cena com enredo. (CHATAIGNIER, 2006, P.83).

A arte de estampar é muito antiga, o artista plástico Lima (2008), mostra em seu blog uma gama de diferentes técnicas de estampas e de diversas origens como: africanas, europeias e asiáticas. Através de sua pesquisa ele refere-se que tal método foi encontrado em peles de 11.000 a.c, adquiridos através de amarrações.

Estampar ou imprimir designa de maneira genérica diferentes procedimentos que têm como finalidade produzir desenhos coloridos – e também brancos ou monocromáticos – na superfície de um tecido, como se fosse uma pintura localizada que se repete ao longo da

metragem da peça aplicada no seu lado conhecido como lado direito” (CHATAIGNIER, 2006, P.83).

Algumas técnicas mais conhecidas e usadas hoje são: *silk-screen*, *transfer*, *transfer* sublimático, serigrafia, estampa localizada, estampa corrida com cilindro e estamperia digital.

“A contemporaneidade aprimora cada vez mais as técnicas e os estilos de estampas, sem, no entanto, desprezar ensinamentos antigos e preciosos, capazes de agregar valores aos tecidos atuais” (CHATAIGNIER, 2006, P.83).

A silhueta plus size há algum tempo vem sendo descoberta e se permitindo conhecer e sentir a variedade de looks disponíveis e compreendendo que tudo lhe cai muito bem. O manequim grande que outrora usava roupas lisas e na maioria das vezes escuras também está aos poucos despertando para a moda, quebrando paradigmas e mitos. As cores e estampas fazem parte do universo da moda e deve ser aproveitada por todas.

6.2.1. Tipos de estampas

A cor é um dos principais fatores que compõem uma estampa, sendo o outro a forma.

As estampas alegram, dão personalidade ao visual e também ajudam a dar forma ao corpo.

Existe uma variedade de estampas e todas de alguma forma valorizam as curvas do corpo plus size.

✓ Listras: Fácil de usar inspira um visual navy, que combina branco com azul, preto ou vermelho, é clássico e indispensável. As listras horizontais podem encurtar e alargar o que cobrem, uma vez que direcionam o olhar direto para elas.



Figura 30 – Listras

Fonte: <http://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2015/05/sem-regras-8-itens-proibidos-que-mulheres-plus-size-podem-sim-usar.html>

Xadrez: Ótima opção para colorir, dependendo da direção dos desenhos, ele ainda ajuda a afinar ou destacar uma parte do corpo.



Figura 31 – Xadrez

Fonte: <http://kissflower.com.br/blog/?p=686>

✓ Floral: Romântica, não tem restrições e tamanho, porém a estampa assume um ar moderno com o fundo escuro e ainda tem efeito emagrecedor.



Figura 32 – Floral

Fonte: <http://www.plussizecomestilo.com.br/wp-content/uploads/2013/10/Estampa-para-Gordinhas-na-Moda-2014-81.jpg>

✓ Poá: Padronagem feminina e retrô. Por ter pouca cor é ótima para compor uma mistura de estampas em um mesmo look.



Figura 33 – Poá

Fonte: <http://www.justlia.com.br/wp-content/uploads/2012/11/bolinhas-poas-pois-011.jpg>

✓ Geométrica: As produções ficam mais alegres com motivos coloridos. Para as baixinhas o mais indicado são desenhos pequenos.



Figura 34 – Geométrico

Fonte:

<http://www.plussizeloja.com.br/blog/wp-content/uploads/2013/01/estampa-chevron.jpg>

✓ **Animal:** Estampas que imitam pele de onça, zebra e cobras são perfeitas para mulheres que querem ser notadas. Vale fazer misturas de estampas.



Figura 35 – Animal print

Fonte:

https://lh3.googleusercontent.com/-eV1Lt_nfgEU/VSzmvJ3bl/AAAAAAAAAcqw/y7yGzy4MPtQ/s800/Animal-Print.jpg

As estampas demonstra alegria e atribuem ao look personalidade. Apenas uma blusa estampada como na imagem acima dá a sensação de aumentar o colo e a silhueta, outro exemplo é uma calça também estampada com animal prints terá o mesmo efeito só que para o bumbum e para as coxas.

No entanto, as estampas podem produzir um volume indesejado e chamar atenção. Nesse caso a indicação é usar esse efeito ao seu favor usando a *print* para valorizar alguma parte do corpo, como por exemplo: se a intenção é direcionar a atenção para a parte superior, use uma estampa e na parte inferior algo liso ou até mesmo estampado, porém com cores opostas, mais fechadas que a peça superior. Assim o efeito vai criar um equilíbrio sem precisar abrir mão de usá-las.

Um vestido estampado também é aposta certa, para a plus size o importante é marcar a cintura, evite modelagens amplas, caso haja insegurança para usar um vestido estampado combine-o com um blazer, jaqueta ou cardigan liso, que sugere charme ao *look*.

Para combinar roupas estampadas não é necessário usar um elemento neutro junto, a mistura de padronagens além de descontrair tira qualquer visual da mesmice. Aprenda a misturar e saia do óbvio.

6.3. Lingeries

O lingerie não poderia ficar de fora, uma vez que faz toda diferença na hora de produzir o visual. Mesmo ficando escondida ela ajuda as roupas a terem um caimento melhor, ajudam na postura valorizando a silhueta. É preferível que não marquem partes do corpo.

Segundo dados do blog Ju Romano, em 2013 o faturamento do segmento plus size foi de R\$1 bilhão, desses apenas 3% são referentes à moda íntima feminina.

A lingierie plus size precisa de uma atenção extra na hora do desenvolvimento, precisa no mínimo ser confortável, feminina e sensual. Portanto lingerie apertado ou solto não dá certo. Algumas indicações podem ajudar a combinar essas características.

- ✓ Tamanho certo: Para as curvilíneas a lingerie pede tamanhos distintos.
- ✓ Quanto mais larga na lateral melhor será a distribuição da pressão que exerce sobre a pele. Alças confortáveis com ajuste correto sem apertar o

ombro, devem dar sustentação e para isso não precisa ser grossa demais. Alças versáteis também ajudam, pois dão opções de várias posições de uso. Os bojos ou copas fundas são bons para seios médios e grandes, acompanhando-os sem deixar apertados e sobrando.

✓ **Reforço nas costas:** Para quem tem busto muito grande ou para quem pratica esportes, modelo com alça estilo nadador proporcionam uma segurança maior, sem deixar nada sair do lugar.

✓ **Estampa sexy:** As estampas ajudam na sensualidade e o formato certo também permitirá que a peça fique mais sexy.

6.4. Acessórios

Os acessórios são capazes de compor produções estilosas e com personalidade, levantando qualquer visual.

Obtenha modelos diferenciados, mas com charme. Sem chamar atenção valorize a beleza natural com um cabelo elaborado e maquiagem com cores suaves.

Sapatos: Fischer (2001) descreve que o pé é uma parte erógena e sensual do corpo, com vida e forma particulares. Além de ser o ápice de outra parte erótica, as pernas. A dupla, sapato e pé são profundamente sensuais. Os sapatos também tem uma força que atravessa o tempo. A cada centímetro que as saias subiram na história, os sapatos foram passando a ser o foco de um traje. Podem dizer muito sobre quem o usa: caráter, nível social, profissão, enfim também refletem a personalidade. Sem ingressar na questão que a maioria das mulheres tem inúmeros pares e nunca parece ser o suficiente. Sapatos de salto tem o poder de jogar o busto pra frente e realçar o bumbum. Para plus size os sapatos com salto mais grosso e com o peito do pé descoberto, alongam e são confortáveis. Além de escolher com cuidado as roupas que irá usar, também precisam eleger com cuidado os calçados que irá utilizar, deve ser levado em consideração principalmente o conforto, pois sem ele é muito difícil uma mulher conseguir passar mais do que uma hora com um

sapato. Os calçados precisam acomodar perfeitamente um pé mais cheio, independente do modelo do sapato ou do tamanho do salto. Veja alguns modelos indicados:

Espadrilha: Com salto anabela. Pode ser o diferencial em combinações com vestidos, saias longas e macacões.



Figura 36 – Espadrilha

Peep toe (com salto grosso): Alongar a silhueta, é o preferido de inúmeras mulheres baixinhas. O detalhe, porém, está na escolha do salto que deve ser mais grosso para garantir o conforto aos pés e pernas.



Figura 37 – Peep toe

Sapatilhas: O modelo não sai de cena e continua em alta, especialmente no estilo color *blocking* ou com detalhes no bico. Sendo uma aposta para looks casuais e românticos, com bermudas, shorts e minissaias. As sapatilhas tendem a se ajustar perfeitamente aos pés – ideais para quem não quer ficar com os dedinhos apertados.



Figura 38 - Sapatilhas

Oxford: Moderno e charmoso, o sapato do tipo Oxford. Agrada em cores neutras e pequenas estampas florais. Originalmente encontrado apenas no guarda-roupa masculino, a opção ganhou versões especiais.



Figura 39 – Oxford

Rasteirinhas: O calçado com a cara do verão é responsável por proporcionar praticidade e conforto para todos os tipos de mulheres. O modelo sem salto pode ser aliado com miçangas, pedras, fitas e vários outros detalhes femininos e atraentes.



Figura 40 - Rasteirinhas

Cintos: Os finos e médios na altura da cintura são os mais indicados. Com vestidos, por exemplo, eles dão forma ao corpo e realçam as curvas. Use-os com tecidos fluidos para sobressair a cintura.



Figura 41 - Cintos

Bolsas: Com uma enorme opção de tamanhos, cores e modelos, porém não é necessário ter um estoque delas, ter um modelo que esteja de acordo com o look e com a situação é o suficiente.

Jóias e bijoux: São capazes de definir o estilo e a personalidade independente se é discreta ou maxi. As pérolas são atemporais e elegantes. As peças vintage tem uma pegada 50's, mesclam romantismo e irreverência. Os anéis com pedras delicadas ou imponentes podem ser usados juntos, criando um visual *cool*. Os maxibrincos geométricos são modernos e dispensam outros acessórios.

6.5. Entre guarda-roupas e lojas

Para obter informações sobre o quanto as consumidoras plus size estão satisfeitas com seu guarda-roupa atual e se as lojas do segmento estão

atendendo-as de forma plena, a pesquisadora do presente trabalho criou uma pesquisa para analisar quão bem atendida elas são quando estão diante das lojas, onde muitas vezes anseiam por atenção e saírem às compras com a certeza que retornaram satisfeitas.

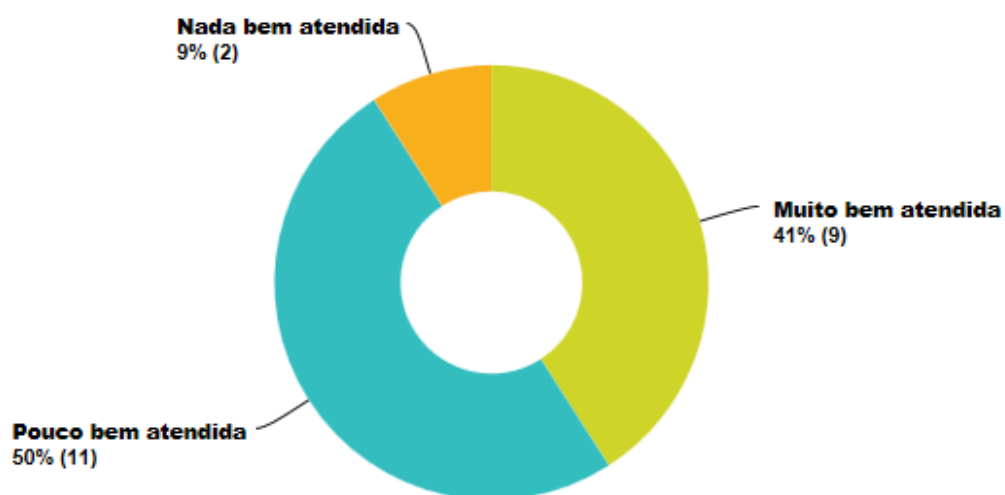
A pesquisa com dez questões foi divulgada no *facebook*, de forma que apenas as mulheres com manequim acima do 44 poderiam responder a mesma e ficou em aberto durante cinco dias. Com um total de vinte e duas mulheres reponderam a pesquisa.

A questão abordada foi proferida de forma simples e objetiva. A partir dos resultados foram gerados gráficos facilitando o entendimento e compreensão.

Pesquisa: Satisfação pessoal e eficiência das lojas com produtos Plus Size

Como você costuma ser atendida nas lojas que frequenta?

Respondidas: 22 Ignoradas: 0



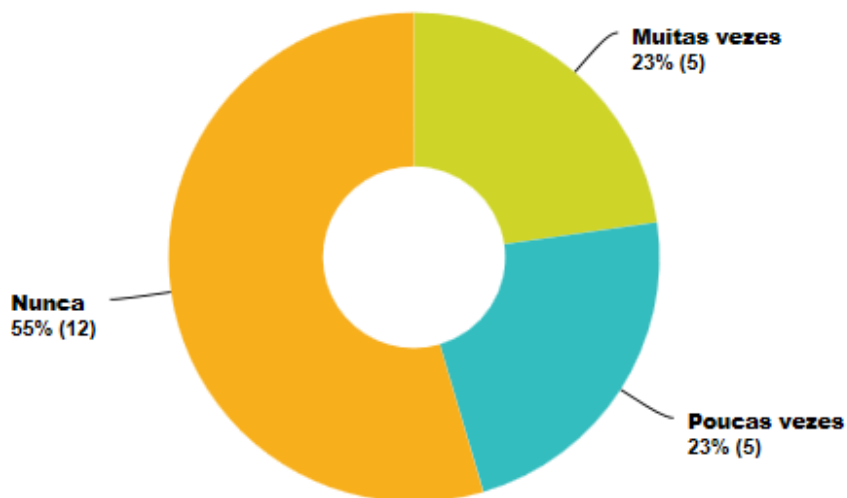
Opções de resposta	Respostas
▼ Muito bem atendida	41% 9
▼ Pouco bem atendida	50% 11
▼ Nada bem atendida	9% 2
Total	22

Figura 42 – Pergunta 1

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/s/BQM8MZT>

Você já reclamou ou presenciou alguma cliente Plus Size reclamar do espaço no provador?

Respondidas: 22 Ignoradas: 0



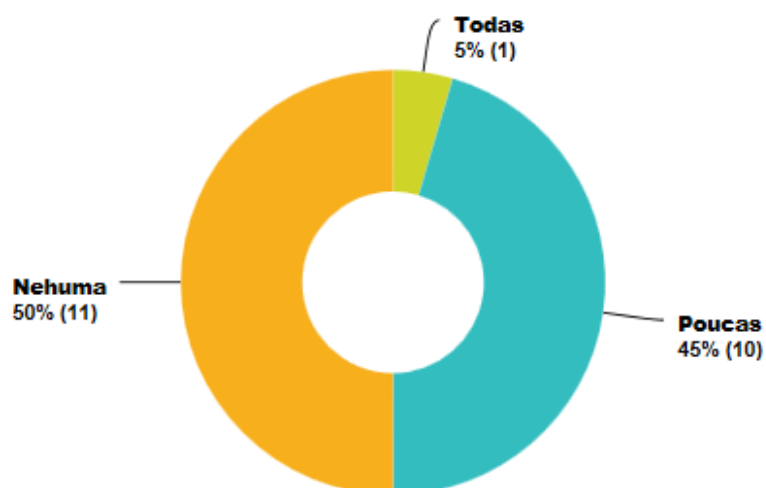
Opções de resposta	Respostas
Muitas vezes	23% (5)
Poucas vezes	23% (5)
Nunca	55% (12)
Total	22

Figura 43 – Pergunta 2

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/s/BQM8MZT>

Caso alguma roupa precise de ajustes, as lojas que você frequenta oferecem serviço de costureira no local?

Respondidas: 22 Ignoradas: 0



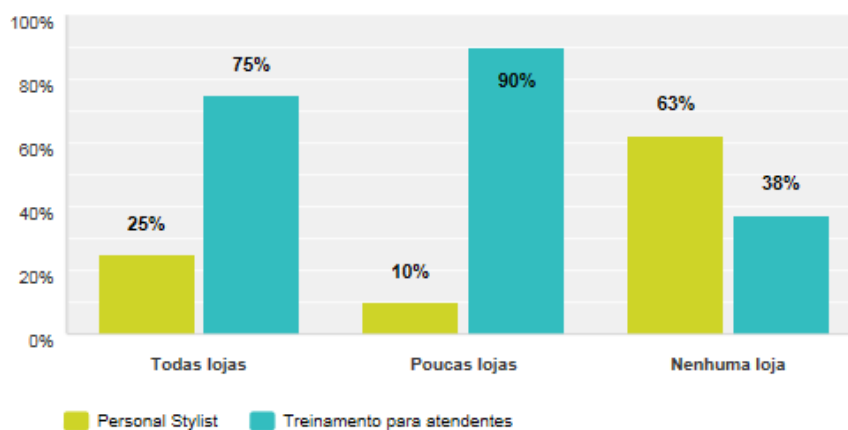
Opções de resposta	Respostas
Todas	5% 1
Poucas	45% 10
Nenhuma	50% 11
Total	22

Figura 44 – Pergunta 3

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/s/BQM8MZT>

As lojas frequentadas possuem Personal Stylist ou as atendedoras recebem treinamento para oferecerem uma roupa que se encaixa melhor no seu biótipo?

Respondidas: 21 Ignoradas: 1



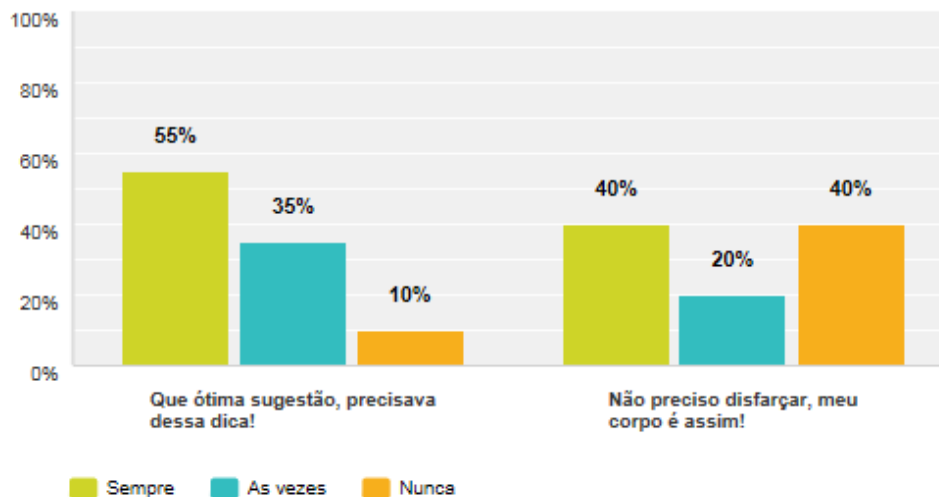
	Personal Stylist	Treinamento para atendedoras	Total
▼ Todas lojas	25% 1	75% 3	4
▼ Poucas lojas	10% 1	90% 9	10
▼ Nenhuma loja	63% 10	38% 6	16

Figura 45 – Pergunta 4

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/s/BQM8MZT>

Quando a atendente oferece uma roupa que disfarça a região abdominal ou disfarça o excesso de busto, como você reage?

Respondidas: 22 Ignoradas: 0



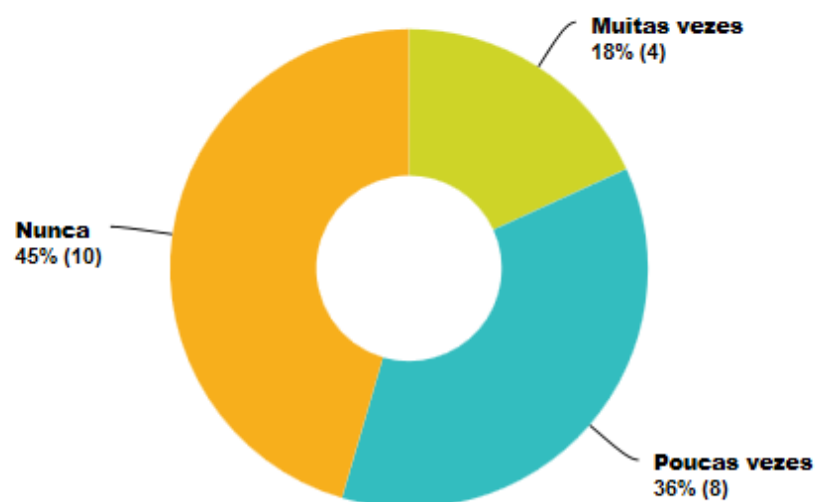
	Sempre	As vezes	Nunca	Total
Que ótima sugestão, precisava dessa dica!	55% 11	35% 7	10% 2	20
Não preciso disfarçar, meu corpo é assim!	40% 4	20% 2	40% 4	10

Figura 46 – Pergunta 5

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/s/BQM8MZT>

Já ocorreu de você devolver ou trocar alguma roupa por alguém ter comentado que a roupa te deixou mais gorda?

Respondidas: 22 Ignoradas: 0



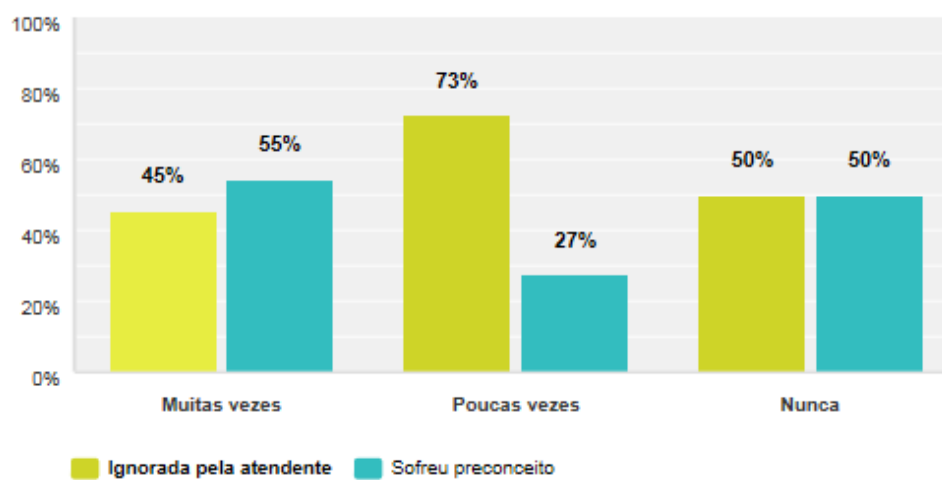
Opções de resposta	Respostas
Muitas vezes	18% 4
Poucas vezes	36% 8
Nunca	45% 10
Total	22

Figura 47 – Pergunta 6

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/s/BQM8MZT>

Você já foi ignorada por alguma atendente de loja ou sofreu algum preconceito?

Respondidas: 20 Ignoradas: 2



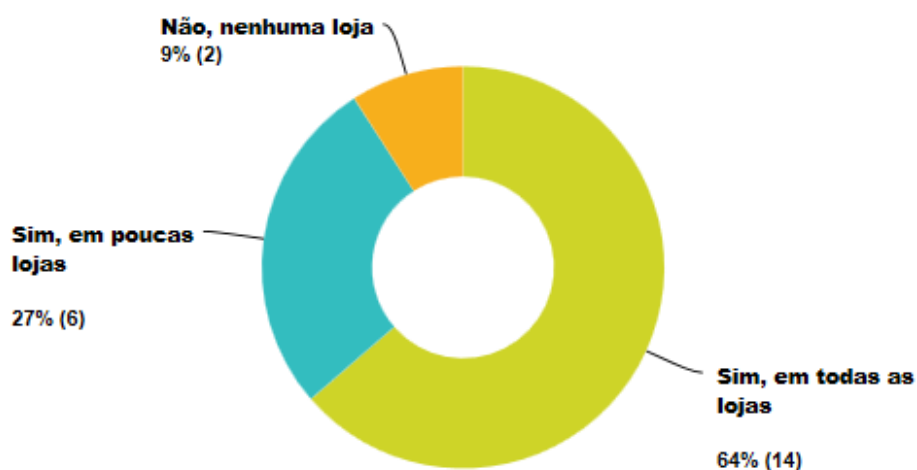
	Ignorada pela atendente	Sofreu preconceito	Total
Muitas vezes	45% 5	55% 6	11
Poucas vezes	73% 8	27% 3	11
Nunca	50% 2	50% 2	4

Figura 48 – Pergunta 7

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/s/BQM8MZT>

Você percebe que as roupas Plus Size tem preço superior, comparando com roupas de tamanhos menores?

Respondidas: 22 Ignoradas: 0



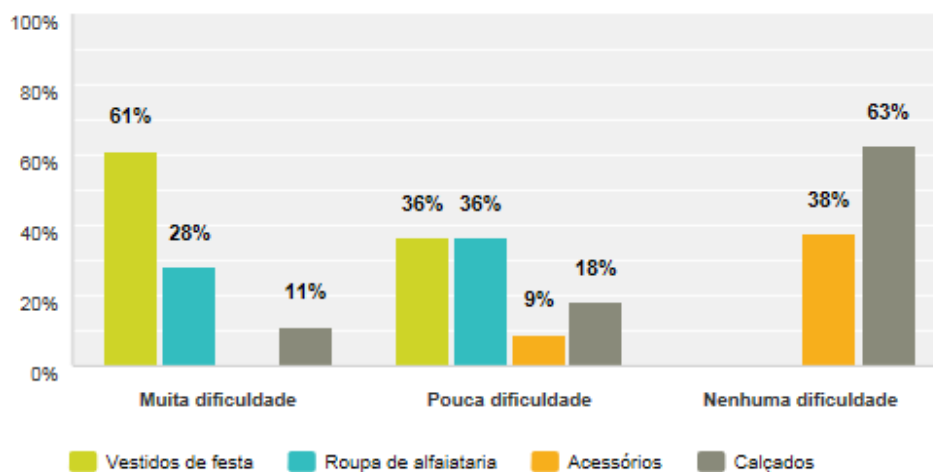
Opções de resposta	Respostas
Sim, em todas as lojas	64% 14
Sim, em poucas lojas	27% 6
Não, nenhuma loja	9% 2
Total	22

Figura 49 – Pergunta 8

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/s/BQM8MZT>

Você tem dificuldade de encontrar vestidos de festa, roupa de alfaiataria, acessórios e calçados?

Respondidas: 22 Ignoradas: 0



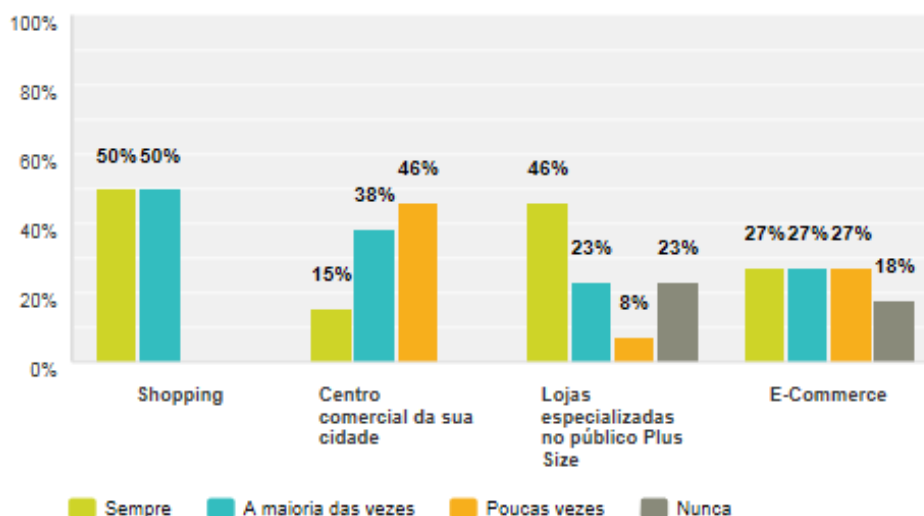
	Vestidos de festa	Roupa de alfaiataria	Acessórios	Calçados	Total
Muita dificuldade	61% 11	28% 5	0% 0	11% 2	18
Pouca dificuldade	36% 4	36% 4	9% 1	18% 2	11
Nenhuma dificuldade	0% 0	0% 0	38% 3	63% 5	8

Figura 50 – Pergunta 9

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/s/BQM8MZT>

Em quais dos comércios abaixo você costuma fazer suas compras?

Respondidas: 22 Ignoradas: 0



	Sempre	A maioria das vezes	Poucas vezes	Nunca	Total
Shopping	50% 5	50% 5	0% 0	0% 0	10
Centro comercial da sua cidade	15% 2	38% 5	46% 6	0% 0	13
Lojas especializadas no público Plus Size	46% 6	23% 3	8% 1	23% 3	13
E-Commerce	27% 3	27% 3	27% 3	18% 2	11

Figura 51 – Pergunta 10

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/s/BQM8MZT>

A pesquisa anexada acima tem o propósito de analisar e saber um pouco sobre como as consumidoras plus size estão lidando com as dificuldades encontradas no dia a dia quando saem as compras.

Sobre a pesquisa pode-se afirmar que a maior parte das consumidoras que reponderam, estão pouco satisfeitas ou nada satisfeitas com o comércio.

Para entender o outro lado, o dos lojistas, foi entrevistada uma Consultora de Imagem Pessoal que atua no segmento, mais precisamente em uma loja 100% voltada para consumidoras plus size da cidade de Americana,

São Paulo. A seguir as perguntas feitas para a consultora e suas respectivas respostas:

Entrevistada: Daia Diehl, Consultora de Imagem Pessoal da loja Amiggas Moda.

Pesquisadora: **Você percebe algum o impacto psicológico nas clientes de numeração mais alta?**

Daia Diehl: Sim. Muitas delas chegam até a loja depressivas, tristes, infelizes com o próprio corpo e por não encontrar roupas que a vistam bem, que a deixem bonitas, que valorizem as curvas plus size.

Pesquisadora: **Quando a atendente oferece uma roupa que disfarça a região abdominal ou disfarça o excesso de busto, por exemplo como a cliente reage? Não preciso disfarçar, meu corpo é assim!!! ou Que ótima sugestão, precisava dessa dica!!!**

Daia Diehl: Muitas delas agradecem, ficam felizes com as sugestões. Toda mulher tem algo em seu corpo que não gosta e gostaria de disfarçar e quando descobrem técnicas da personal stylist ficam realmente felizes.

Pesquisadora: **Já houve caso de uma cliente plus size reclamar de espaço no provador?**

Daia Diehl: Não. Mas uma queixa constante é o calor ao provar as roupas.

Pesquisadora: **Já ocorreu caso de esgarçamento de roupas devido a cliente provar ou comprar sem provar, e estragar a peça?**

Daia Diehl: Já aconteceu sim. Aconteceu da cliente levar a peça sem provar e na troca da mercadoria a peça estava esgarçada.

Pesquisadora: Ocorreu de alguma cliente tentar devolver ou trocar alguma roupa pois a alguém comentou que a roupa a deixou mais gorda?

Daia Diehl: Não. Aconteceu da cliente levar a peça por que se sentiu bonita, mas no outro dia quando estava com a auto estima baixa voltou trocar por outra peça de tamanho maior, na intenção de disfarçar suas curvas.

Pesquisadora: E devolução porque a cliente levou um tamanho maior achando que é mais gorda do que parece?

Daia Diehl: Não. Só o caso de levar o tamanho ideal, mas querer um tamanho maior.

Pesquisadora: Como as atendentes da loja lidam para comunicar que determinada roupa não tem a numeração da pessoa?

Daia Diehl: Trabalhamos em parceria com diversas marcas que nos servem com tamanhos realmente especiais, mas para o caso de no momento não tem na loja a peça que a cliente deseja, elas são orientadas a anotar nome, telefone e o tamanho ideal da mercadoria para que dentro de uma semana a cliente volte a loja para provar.

Pesquisadora: As atendentes tem orientação sobre cores ou estampas que podem ampliar ou reduzir a imagem ótica da cliente?

Daia Diehl: Sim, temos diariamente dentro da loja uma Personal Stylist que ajuda na orientação da melhor peça.

Pesquisadora: Já ocorreu caso de cliente que insiste ser um determinado tamanho e a atendente não oferecer a roupa para o provador, a fim de não esgarçar a peça na hora experimentar no provador?

Daia Diehl: Não. Costumamos atender ao pedido da cliente, se ela deseja determinado tamanho as vendedoras procuram mostrar peças que são de fabricação maior para aquela numeração e aos poucos chegar ao tamanho ideal com outras marcas.

Pesquisadora: O provador tem ar-condicionado prevendo a prova de pessoas plus size que transpiram mais?

Daia Diehl: Não. Nos provadores temos somente ventiladores, mas a loja é climatizada com o ar-condicionado.

Pesquisadora: Quando tem coleção nova as clientes vão conferir as novidades?

Daia Diehl: Sim. As novidades chegam a toda semana na loja e fazemos essa divulgação através de redes sociais diariamente, e-mail marketing e também por whatsapp.

Americana, 11 de maio de 2015

Através da entrevista acima e da pesquisa realizada, percebe-se que existe uma consistente diferença, qualquer mulher gostaria de comprar em uma loja que voltasse toda atenção para ela, porém tudo tem um preço. Principalmente se tratando de roupas plus size, onde o consumo de tecido é bem maior em comparação e tamanhos pequenos, isso afeta diretamente a consumidora que para ter uma roupa diferenciada ou até mesmo ser melhor atendida, paga mais por isso.

7. CONCLUSÃO

Gerenciando o trabalho por meio da bibliografia referenciada, conclui-se que o público plus size é um importante consumidor, mas que ainda se sente excluído, devido os padrões de beleza em relação ao corpo, que vigora há algumas décadas na moda. E que podem se isolar em personalidades diferentes.

Nota-se que o mercado da moda está conseguido aos poucos se abrir para o nicho. Observa-se isso pelas semanas de moda plus size, revistas especializadas e outras formas de chegar à consumidora e transformar o presente cenário.

Conclui-se que embora o crescimento seja a cada ano maior, ainda há muito a ser feito para o segmento plus size.

A partir do quarto capítulo foi desenvolvendo-se uma gama de indicações e ilustrações para apoiar as curvilíneas a se aceitarem como realmente são e partir para um *look* arrasador. Lembrando que a ideia não é ficar camuflando nenhuma parte do corpo e sim valorizá-lo por inteiro.

REFERENCIAS

- AGUIAR, Titta. *Personal stylist: guia para Consultores de Imagem*. 3. Ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.
- ARAÚJO, Mário. *Tecnologia do vestuário*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1996.
- Ata da reunião ABNT CB17 EM 25/06/15
- Bureau Moda&Mercado/ Prof^ª. Dra. Maria Alice Ximenes Cruz/ Curso de Imagem Pessoal/2015
- D'ESCRAGNOLLE, Paulo; POLLY, Vânia, *Inovação, estudos e pesquisas: Reflexões para o universo têxtil e de confecção*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.
- FISCHER, Mirkin Toby. *Os significados ocultos da roupa feminina: o código do vestir*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- GOFFMAN, Erving. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*, 10. Ed. Petrópolis: VOZES, 2002.
- GRAVE, Maria de Fátima. *A modelagem sob a ótica da ergonomia*. São Paulo: Zennex, 2004.
- http://adrianalibini.com.br/dt_portfolio/como-surgiu-a-moda-plus-size-brasil/
acesso em 05/05/15 às 19h35min
- <http://belezaplussize.blogspot.com.br/2010/01/o-que-e-uma-mulher-plus-size.html> acesso em 05/05/15 às 19h23min
- <http://blogsigbolfashion.com/2015/03/09/o-tecido-certo-para-a-roupa-certa/>
acesso em 09/05/15 às 15h25min
- <http://chic.uol.com.br/les-chics/noticia/donatella-caiu-na-garra-das-plus-size-mas-afinal-o-que-quer-dizer-este-termo-hoje> acesso em 04/05/15 às 21h
- <http://fwps.com.br/expositores-2-3/> acesso em 09/02/15 às 23h05min
- <http://grandesmulheres.com.br/wp-content/uploads/2012/09/s3.jpg>
- <http://inspireme.com.br/consultoria/> acesso em 26/04/15 às 17h10min
- <http://finissimo.com.br/2013/02/03/sobre-os-gordos-e-a-moda-excomunhao-ii/>
acesso em: 26/04/2015 às 12h00min
- <http://juromano.com/moda/lingerie-plus-size-7-detalhes-que-um-sutia-deve-ter>
acesso em 23/05/15 às 13h35min

<http://modasobconsulta.blogspot.com.br/2009/01/o-que-consultoria-de-imagem.html> acesso 26/04/15 em às 14h15min

<http://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2015/05/sem-regras-8-itens-proibidos-que-mulheres-plus-size-podem-sim-usar.html> acesso em 04/05/15 às 20h15min

<http://sindivestuario.org.br/2015/01/moda-plus-size-movimenta-r-45-bilhoes/> acesso em 05/05/15 às 20h30min

<http://www.audaces.com.br/desenvolvimento/falando-de-desenvolvimento/2014/10/17/tamanho-plus-size-uma-necessidade-de-mercado>
http://www.bbc.co.uk/portuguese/videos_e_fotos/2015/04/150415_plussize_pu

acesso em 03/05/15 às 22h

<http://www.brasil.gov.br/saude/2013/08/obesidade-atinge-mais-da-metade-da-populacao-brasileira-aponta-estudo> acesso em 11/04/15 às 13h09min

http://www.dzai.com.br/heitorpeixoto/blog/blogdasplus?tv_pos_id=99406 acesso em 05/05/15 às 20h59min

http://www.ehow.com.br/combinar-roupas-usando-circulo-cromatico-como_70952/ acesso em 01/06/15 às 23h40min

http://www.historiamais.com/arte_grega.htm acesso em 26/05/2015 às 08h22min

<http://www.ramarim.com.br/mundo-fashion/tag/plus-size/> acesso em 01/06/15 às 23h50min

<http://www.renataperito.com/?p=598> acesso em 09/05/15 às 15h10min

<https://mundodesissi.files.wordpress.com/2011/08/saltogrosso.jpg>

http://i01.i.aliimg.com/wsphoto/v0/1738401193_2/Plus-size-11-das-mulheres-do-vintage-esculpidas-sapatos-casuais-bege-preto-primavera-oxford-shoes-para.jpg acesso em 01/06/15 às 22h55min

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

JONES, Sue Jenkyn. *Fashion design: manual do estilista*. Tradução de Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

McClelland DAVID, O poder é o grande motivador, Harvard Business. Review, janeiro- fevereiro 1995.

MEDEIROS, Maria de Jesus Farias. *Produto de moda: modelagem industrial com aspectos do design e da ergonomia*. Palermo: Universidade de Palermo, 2007.

Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) – Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2003.

PEZZOLO, D. B. Tecidos: história, tramas, tipos e usos. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2007

Revista Estilo Especial – Guia de Estilo – Ed. 11 – maio/2015

RODRIGUES, Iesa. *Modelagem Industrial Brasileira*. Rio de Janeiro: Guarda-Roupa, 2010.

SCHIFFMAN, Leon; KANUK, Leslie Lazar. *Comportamento do consumidor*. 6. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SOLOMON, Michael R. *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. 5. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.