



12ª Jornada Científica e Tecnológica

SEGMENTO PETITE WEAR E A MODA FESTA: uma análise ergonômica

Vanessa S. MARIOZI¹; Franciele MENEGUCCI²

RESUMO

Esta pesquisa tem o objetivo de fomentar o desenvolvimento de uma coleção de moda festa feminina para o segmento *petite wear* (no que tange mulheres que apesar de estarem na fase adulta, tenham até 1.60m de altura), atendendo as principais demandas práticas e estéticas que foram evidenciadas por meio de um estudo ergonômico. Para isso, foram elaboradas revisões bibliográficas acerca dos conceitos de ergonomia e antropometria, do público *petite wear* e do segmento moda festa, bem como, foi aplicado um questionado direcionado ao público-alvo e elaborada uma análise comparativa de tabelas de medidas com a finalidade de identificar os requisitos fundamentais para propor uma coleção de produtos de moda.

Palavras-chave:

Segmento de público; segmento de moda; estudo antropométrico; tabela de medida; pesquisa de opinião.

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem origem em experiências pessoais da autora que pertence a gama de indivíduos com estatura corporal até 1.60m e a observação dessas demandas sobre a dificuldade de encontrar produtos que atendam pessoas com baixa estatura. Compartilhado com outras mulheres, foi possível afirmar a problematização.

Em pesquisas preliminares, verificou-se a utilização do termo *petite wear* para indicar tal segmento de público-alvo, assim como, a pequena quantidade de estudos em design de moda voltados às necessidades deste público. Essas reflexões contribuíram na formulação do problema de pesquisa “Como o estudo ergonômico do usuário pode contribuir no desenvolvimento de uma coleção de moda festa para o segmento *petite wear*?” que baliza este estudo.

A tabela de medidas é, sem dúvidas, uma das ferramentas mais importantes no desenvolvimento da modelagem. Os números são referentes ao tamanho de cada manequim, sendo estes do tamanho 36 ao 50, e com especificações como: “tabela para pessoas de 1.65 a 1.70 m”. Mas e os adultos que estão abaixo destes números? As tabelas de medidas convencionais não atendem as variações antropométricas e o mesmo fato se repete para quem veste número 34 (apesar de já adultos), para algumas pessoas o número 36 fica grande e, menor que isso, só na sessão

¹ Graduanda; IFSULDEMINAS - Campus Passos; vanessa.mariozi@alunos.ifsuldeminas.edu.br

² Orientadora; IFSULDEMINAS – Campus Passos; franciele.menegucci@ifsuldeminas.edu.br

infantil. A partir deste cenário, o objetivo desta pesquisa é facilitar o encontro do corpo de baixa estatura com a moda festa, atendendo as principais demandas práticas e estéticas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ERGONOMIA: HUMANO-ROUPA-FUNÇÃO

De uma forma simplificada e direta, temos que ergonomia nada mais é que adaptar o trabalho, ou qualquer outra atividade produtiva, ao Homem. Sendo ele o responsável por projetar o trabalho conforme suas capacidades e limitações. Iida (2005) ressalta que inicialmente somente as indústrias, os setores militar e aeroespacial recebiam aplicações ergonômicas. A agricultura, o setor de serviços e à vida diária das pessoas foram recentemente acrescentadas exigindo que obtivessem maior conhecimento sobre trabalhos exercidos por mulheres, deficientes físicos e idosos.

Ao acrescentarem as ações da vida diária “pode-se relacionar uma série de produtos com os quais as pessoas interagem cotidianamente, para diversos fins. As roupas são um exemplo significativo de produtos usados diariamente, em diferentes contextos e com diversos objetivos” (GRUBER; VERGARA, 2016, p. 3). Assim, as tabelas de medidas convencionais e indicadas pelas normas para a produção em escala demandam intervenções para que sejam adaptadas ao público de baixa estatura e IMC, tornando a antropometria um campo fundamental nesta pesquisa.

2.2 ANTROPOMETRIA

A antropometria é parte da ergonomia física. Como abordado na seção anterior, o trabalho, e o meio de produção, é adaptado para o ser humano, sendo de suma importância seus valores antropométricos para a realização dos meios que serão utilizados para a realização dos mesmos, podendo ser desde um lápis a um submarino.

Até a década de 1950, houve a tentativa de algumas nações de padronizar as medidas antropométricas, porém, três importantes fatores fizeram com que revisassem sua decisão; a aliança militar, os acordos de comércio internacional e a internacionalização da economia, “alguns produtos, produzidos em certos países, passaram a ser vendidos no mundo todo” (IIDA, 2005, p. 107). O Brasil, país miscigenado resultante de diferentes biótipos, é um dos principais que encontraria total dificuldade de padronização de uma tabela de medidas nacional. O que algumas indústrias do vestuário buscam fazer é, desenvolver sua tabela de medidas de acordo com a região e o grupo geodemográfico do público consumidor de sua marca.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Essa pesquisa pode ser caracterizada como bibliográfica e exploratória, pois seu objetivo é conhecer e ampliar o conhecimento sobre um tema pouco explorado. Para isso, fez-se o uso de procedimentos como, levantamento de revisões bibliográficas com o objetivo de: evidenciar conceitos relevantes sobre ergonomia e antropometria relacionados ao projeto de vestuário; identificar e descrever o usuário pertencente ao grupo denominado *petite*; compreender a composição das tabelas de medidas do vestuário e compará-las às tabelas de medidas de marcas voltadas ao público *petite*.

A pesquisa exploratória teve o objetivo de identificar as demandas ergonômicas percebidas pelos usuários no segmento de moda festa, para isso foi aplicado um questionário utilizando o Google *Forms*, e divulgado através de mídias e redes sociais. E finalmente, aplicar os atributos identificados em uma coleção de moda festa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Primeiramente, através do *e-commerce* de grandes marcas nacionais (Amaro, C&A, Dzarm, Hering e Mariza), foi levantado os dados das tabelas de medidas de cada uma delas. Dentre as lojas selecionadas, deve-se considerar alguns pontos importantes. Primeiramente, nenhuma das lojas fornecia valores de alturas na tabela, somente valores de larguras, dificultando à escolha dos diferentes tipos corporais. A Amaro, a C&A e a Marisa, disponibilizam na página do produto, o tamanho (P, M ou G), a altura, e o comprimento do busto, da cintura e do quadril da modelo que vestiu a roupa para ser fotografada. Neste ponto o que deve ser ressaltado é, quando estas medidas são analisadas com vestidos longos sendo fotografados, apesar das modelos vestirem PP ou P, estas não tem alturas inferior a 1,68m de altura (a modelo da Amaro mede 1,68m, a da Marisa 1,77m, e da C&A 1,79m, nos vestidos longos que foram selecionados), ou seja, se nos menores tamanhos, P e PP, é necessário uma altura considerável, a tendência é que nos tamanhos M e G, o comprimento destes vestidos sejam maiores, não atendendo assim, pessoas de baixa estatura.

Em um segundo momento, houve a tentativa de encontrar, e selecionar (já que algumas não tinham criação e produção própria), marcas *e-commerce* brasileiras que tem como público alvo mulheres de baixa estatura. As encontradas foram: Anatomia, Cintura de Boneca, OUiPetite, Pequena Dona, Vickttoria Vick e 163. Observa-se que, há uma grande dificuldade de se achar estas marcas através do segmento, tanto nas redes sociais, quanto no Google.

Outro ponto importante é a ausência de valores referente à altura nas tabelas de medidas destas marcas, elas indicam que é um tamanho 36 ou 40 *petite*, porém não é especificado quais as alturas consideras *petite* para a marca. Este erro foi encontrado em duas das marcas, sendo que, apenas umas delas, disponibilizava uma tabela de medidas completa. As marcas que não possuem

tabelas de medidas disponibilizam somente medidas tiradas da própria peça, o que apesar de não contribuir com a pesquisa ajuda a cliente na escolha da numeração.

Já o questionário permitiu afirmar esta pesquisa, já que o mesmo foi respondido por 47 mulheres pertencentes ao grupo *petite*. Os resultados gráficos (gerados pelo formulário) nos permitiu ampliar a percepção do público diante dos dois segmentos, *petite wear* e moda festa. A dificuldade de encontrar vestuários, a necessidade de ajustes, o apelo ao mercado de moda, foram alguma das respostas obtidas. Em aspectos ergonômicos, ou de modelagens, o comprimento da barra seguido pela altura da cintura são os resultados com maior número de respostas. Também foi possível concluir que o termo “*petite wear*” jamais havia sido dito ou pesquisado pela maioria destas pessoas, porém, as mesmas confirmaram que gostariam de consumir produtos de marcas que se preocupassem com seu tipo corporal. Ainda analisando os resultados gráficos, a estética e a qualidade estarem presente primeiramente em 65% dos resultados a frente de “preço”, contribui para resultados futuros.

5. CONCLUSÕES

Até o momento devemos considerar e concluir que a presente pesquisa junto ao levantamento feito pela análise das tabelas e o resultado do formulário, consolidou e confirmou nossa problemática. Em um cenário geral do mercado de moda, o corpo de baixa estatura é desconsiderado em tabelas de medidas, visto que, estas ainda sofrem uma forte influência de tamanhos europeus. Quando afunilado este mercado e analisa-se apenas o segmento moda festa (roupas específicas para momentos formais) temos que o público *petite wear* se depara com pouquíssimas opções, ou até mesmo nenhuma opção. A roupa sob medida ainda é a maior e melhor opção adquirida por estas mulheres. Diante disto a presente pesquisa que irá se materializar em uma coleção voltada para a moda festa, tem o objetivo de facilitar o encontro deste segmento com o corpo *petite wear*, mudando o cenário atual. Acredita-se que faltam estudos para tornar visível este corpo, uma vez que as fábricas perceberem que os tamanhos menores (em alturas) irão reduzir produto e produção, talvez haja melhorias nos resultados.

REFERÊNCIAS

GRUBER, Crislaine; VERGARA, Lizandra Garcia Lupi. Ergonomia no desenvolvimento de produtos em micro e pequenas empresas do vestuário. In: **V Congresso Latinoamericano y IV Congreso Peruano de Ergonomia**, Lima. 2016.

IIDA, Itiro. **Ergonomia**: projeto e produção. 2ª. Edição. São Paulo, Edgard Blücher, 2005.

LONGHI, Tatiana Castro et al. Metodologia para o vestuário no setor de modelagem–tabela de medidas. **6º CONTEXMOD**, v. 1, n. 6, 2018.