

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
CURSO BACHARELADO EM MODA**

Paula Schmitz Teixeira

ERGONOMIA APLICADA AO VESTUÁRIO INFANTIL

Juiz de Fora

2016

Paula Schmitz Teixeira

ERGONOMIA APLICADA AO VESTUÁRIO INFANTIL

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof. Ms. Javer Volpini.

Juiz de Fora

2016

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Teixeira, Paula Schmitz.

Ergonomia aplicada ao vestuário infantil / Paula Schmitz Teixeira. -- 2016.

71 f. : il.

Orientador: Javer Volpini

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2016.

1. Moda. 2. Ergonomia. 3. Vestuário. 4. Infância. 5. Brincadeira de criança. I. Volpini, Javer , orient. II. Título.

Paula Schmitz Teixeira

ERGONOMIA APLICADA AO VESTUÁRIO INFANTIL

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

BANCA EXAMINADORA

Javer Volpini – UFJF (orientador)

Myrtes Raposo – UFJF

Rosely Aparecida Vieira dos Santos – Instituto Moda Brasil - JF

Examinado em: 09 de março de 2016.

Dedico este trabalho à minha mãe e
ao meu namorado por todo amor.

AGRADECIMENTOS

À minha família por tudo. Ao meu namorado pelo apoio e amor incondicional. À minha sogra e à minha cunhada pelo interesse em perguntar.

Aos companheiros da academia. Aos colegas que fiz durante o curso e, em especial, à Mariana, que foi minha companhia em muitas situações.

Aos professores do IAD, em especial ao Luiz e à Mônica por todo conhecimento transmitido. À Myrtes e à Rosely por aceitarem o convite para a banca.

Ao meu orientador Javer por todas as contribuições, prontidão e por partilhar seus conhecimentos.

Aos amigos, que são poucos, mas verdadeiros. Obrigada a todos!

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo desenvolver uma coleção para a marca *Ateliê Paula Schmitz* de primavera/verão 2017 com 15 looks infantis, desenvolvidos a partir do estudo e pesquisa sobre a ergonomia do vestuário, que tem como referência as medidas corporais aliadas às atividades deste segmento. Assim, esta prática foi fundamentada por aspectos da ergonomia e do público infantil de 4 a 8 anos. O resultado foi inspirado na temática “Brincadeiras de criança”, bem como em aplicações para a aprendizagem e a interação, que determinaram a fundamentação para a criação e o desenvolvimento da proposta de produto. Valoriza-se o trabalho em pequena escala com aplicações artesanais e interativas, aliadas ao conforto exigido pelo universo infantil.

Palavras-chave: Moda. Ergonomia. Vestuário. Infância. Brincadeira de criança.

ABSTRACT

This work aims to develop a collection of the brand Atelier Paula Schmitz spring / summer 2017 with 15 children looks, produced from the study and research on clothing ergonomics, which has reference to the body measurements combined with the activities of the public. So this practice was based on aspects of ergonomics and public child 4-8 years old. The result was inspired by “Children's games” and applications for learning and interaction, which determined the basis for the creation and development of product proposal. The work is valued in small-scale artisanal and interactive applications combined with the comfort of children.

Keywords: *Fashion. Ergonomics. Clothing. Childhood. Children's games.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 01:	Tabela de medidas corporais – NBR 15800.	27
Figura 02:	Painel referencial do público alvo.	30
Figura 03:	Logotipo.	31
Figura 04:	Símbolo gráfico.	31
Figura 05:	Etiqueta.	31
Figura 06:	Painel referencial da marca.	32
Figura 07:	Coleção <i>Alphabeto</i> meninas 2015/2016.	33
Figura 08:	Coleção <i>Alphabeto</i> meninos 2015/2016.	33
Figura 09:	Peças <i>Alakazoo</i> alto verão 2015/2016.	34
Figura 10:	Peças <i>Alakazoo</i> alto verão 2015/2016.	35
Figura 11:	Peças <i>Zig Zig Zaa</i> resort 2016 e alto verão 2015/2016.	36
Figura 12:	Peças <i>Zig Zig Zaa</i> resort 2016 e alto verão 2015/2016.	36
Figura 13:	<i>Quiet Book</i>	37
Figura 14:	Painel referencial do tema da coleção.	39
Figura 15:	Cartela de cores da coleção.	41
Figura 16:	Cartela de tecidos.	42
Figura 17:	Design de superfície têxtil.	43
Figura 18:	Painel referencial de inspirações.	44
Figura 19:	Croqui 01.	46
Figura 20:	Croqui 02.	46
Figura 21:	Croqui 03.	47
Figura 22:	Croqui 04.	47
Figura 23:	Croqui 05.	48
Figura 24:	Croqui 06.	48
Figura 25:	Croqui 07.	49
Figura 26:	Croqui 08.	49
Figura 27:	Croqui 09.	50
Figura 28:	Croqui 10.	50
Figura 29:	Croqui 11.	51
Figura 30:	Croqui 12.	51

Figura 31: Croqui 13.	52
Figura 32: Croqui 14.	52
Figura 33: Croqui 15.	53

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	A ERGONOMIA NO VESTUÁRIO	13
3	O SEGMENTO INFANTIL	23
3.1	ASPECTOS ERGONÔMICOS	24
3.2	SOBRE A MODELAGEM	25
4	O MERCADO	29
4.1	O PÚBLICO ALVO	29
4.2	O ATELIÊ PAULA SCHMITZ	30
4.3	CONCORRÊNCIA	33
4.3.1	<i>Alphabeto</i>	33
4.3.2	<i>Alakazoo</i>	34
4.3.3	<i>Zig Zig Zaa</i>	35
5	DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO	37
5.1	TEMA	37
5.2	MATRIZ REFERENCIAL	40
5.3	CARTELA DE CORES	40
5.4	TECIDOS	41
5.5	DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL	43
5.6	INSPIRAÇÕES	44
5.7	MIX DE PRODUTOS	44
5.8	CROQUIS	46
6	PROTOTIPAGEM	54
6.1	LOOK 01: VESTIDO E SHORT	54
6.1.1	Croqui	54
6.1.2	Fichas técnicas	55
6.1.3	Fotos	59
6.2	LOOK 02: BLUSA E SHORT	60
6.2.1	Croqui	60
6.2.2	Fichas técnicas	61
6.2.3	Fotos	65

6.3	LOOK 03: CAMISETA E BERMUDA	67
6.3.1	Croqui	67
6.3.2	Fichas técnicas	68
6.3.3	Fotos.....	72
6.3.4	Fotos dos 3 looks.....	74
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
	REFERÊNCIAS	78

1 INTRODUÇÃO

As roupas, que vão muito além do simples ato de vestir, possuem também as funções de proteção e conforto, dando liberdade aos movimentos, de modo a atender necessidades do consumidor. Assim sendo, nos apoiamos (ao longo de todo trabalho) nos princípios da antropometria e biomecânica como base teórico/metodológica.

Como foco do estudo, será abordado o vestuário voltado para o público infantil nas idades entre 4 e 8 anos, levando em consideração as medidas corporais para entender e construir as modelagens mais apropriadas para a faixa etária focada. Analisando e aplicando os estudos da ergonomia, acreditamos ser possível aprimorar os produtos que atendam as necessidades infantis, com a proposta de atribuir conforto em todas as suas atividades.

Este trabalho também abordará o desenvolvimento de uma coleção da marca *Ateliê Paula Schmitz* referente à estação primavera/verão 2017. Os croquis foram desenvolvidos sobre o tema “Brincadeira de criança”, envolvendo todo tipo de brincadeira que é direcionada para este público e nas peças foram utilizadas medidas ergonômicas (baseadas na tabela abnt), assim como aplicações artesanais inspiradas em *Quiet Book's*.

O desenvolvimento da criança ocorre de forma rápida fazendo com que cada idade tenha uma necessidade diferente, que varia de acordo com o biótipo e as atividades. Por este motivo, ao criar roupas para o vestuário infantil, é necessário pensar no conforto e na segurança, bem como na interação com as peças.

Nas brincadeiras, por exemplo, há muitos movimentos, que requerem uma roupa apropriada. Isto demanda do designer, atenção e cuidado, que permita a liberdade da criança. Por isso é importante que a modelagem seja adequada, não apenas às medidas, mas também aos seus movimentos. É frequente os pais comprarem roupas para seus filhos com numeração maior à das respectivas faixas etárias. As crianças se desenvolvem de maneiras diferentes, umas mais rápidas, outras nem tanto. Isto acarreta em uma variedade de biótipos na mesma idade, por isto é importante um estudo ergonômico para atender aos diversos tipos de medidas e necessidades.

Na ergonomia do vestuário, os estudos antropométricos são importantes quando aliados à observação dos movimentos do corpo e assim dar à roupa o conforto necessário, por isso as modelagens desta coleção serão baseadas na tabela de medidas da norma ABNT 15800, anexada posteriormente neste trabalho. Desta maneira, esperamos que este estudo contribua para melhorar o modo de pensar o vestuário infantil fornecendo assim, produtos de qualidade para o consumidor, assim como maneiras lúdicas de fazer com que as crianças interajam com suas roupas.

O trabalho abrange mais seis seções, além desta introdução. A segunda delas tratará de forma mais aprofundada os fatores ergonômicos tangenciados com o desenvolvimento de produtos para vestuário. Aborda as principais questões observadas pelo estudo da ergonomia.

A terceira seção focará no segmento de moda infantil, analisando um pouco sobre os aspectos ergonômicos e sobre a modelagem, tão importante para qualquer público, mas principalmente para as crianças.

Na quarta seção a pesquisa abordará a relação do mercado com este segmento infantil, traçando o perfil do público alvo, apresentando a marca *Ateliê Paula Schmitz* e a concorrência, pontuando três importantes marcas deste mercado.

Já a quinta seção tratará do desenvolvimento da coleção, que envolve o tema “Brincadeira de criança”, percorrendo todas as etapas da metodologia de desenvolvimento de produto em design de moda. Assim apresentará o tema da coleção, a matriz referencial, a cartela de cores, os tecidos, o design de superfície têxtil, o mix de produtos e os croquis desta coleção.

Na sexta seção, serão apresentados os protótipos, composto de três *looks* da coleção elegidos para serem confeccionados, acompanhados de seus croquis, suas respectivas fichas técnicas e fotos. E, por último, as considerações finais, fechando com algumas reflexões sobre todo este processo, de modo a estimular que as peças sejam pensadas de forma ergonômica e de acordo com seu público para melhor desempenho das mesmas.

2 A ERGONOMIA NO VESTUÁRIO

O estudo da ergonomia é algo muito importante para a criação e o desenvolvimento de produtos e, ainda que esteja na matriz curricular de quase todos os cursos que trabalham com essa vertente, é possível observar que muitos profissionais deixam de aplicá-la em seus trabalhos. Trazendo-a para a realidade da cadeia produtiva em moda, é possível destacar a sua aplicação também na indústria do vestuário, oferecendo produtos que sejam concebidos sob os princípios ergonômicos.

É por meio deste estudo aplicado ao produto do vestuário que as necessidades dos consumidores serão mais bem atendidas. A ergonomia é uma base, de modo que possam ser seguidas as tendências de moda, utilizando matérias primas disponíveis e adequadas e observando todos os processos de produção do vestuário que envolverá a empresa, oferecendo design, conforto e qualidade a seus produtos. Acredita-se que, desta maneira, o objetivo de satisfazer os desejos do público-alvo será atingido. O estudo ergonômico deve ser observado desde a fase inicial com o processo criativo do produto, passando pela modelagem, prototipagem, corte, montagem, beneficiamentos e acabamentos finais.

Dessa forma, para entender melhor do que se trata a ergonomia, teremos alguns conceitos de estudiosos que a definem como “o estudo do relacionamento entre o homem e seu trabalho, equipamento e ambiente, e particularmente a aplicação dos conhecimentos de anatomia, fisiologia e psicologia na solução dos problemas surgidos desse relacionamento”. (IIDA, 1997, p. 1). Ela também pode ser entendida como um “conjunto de conhecimentos científicos relativos ao homem e necessários para a concepção de produtos e ferramentas, máquinas e dispositivos que possam ser utilizados com o máximo de conforto, segurança e eficácia”. (WISNER, 1987, p. 12).

A ergonomia não foca somente no trabalho, como será possível observar no caso do vestuário. Ela se baseia em conhecimentos das ciências do homem como a antropometria, a fisiologia, a psicologia e parte da sociologia, sendo essencial para a concepção de muitos outros produtos. Enquanto Wisner (1987) destaca a ergonomia aplicada aos produtos, lida (1997) trata mais das questões que envolvem o homem em seu ambiente de trabalho. Para este último, a ergonomia entende que produtos

não são considerados somente objetos, “mas como meios para proporcionar uma harmoniosa dinâmica do sistema homem-máquina-ambiente. Os estudos e pesquisas deste sistema visam possibilitar o adequado funcionamento de cada elemento”. (IIDA, 1997, p. 353).

Em relação aos produtos do vestuário é necessário o conhecimento das áreas indicadas pelos dois autores citados para melhor elaboração do produto numa relação íntima com o usuário. No vestuário, a ergonomia é fator determinante e pode ajudar na atuação do produto diante de seu público e do mercado em geral.

De acordo com Moraes e Mont’alvão (2003), a ergonomia pode ajudar a desenvolver formas de melhorar a relação do consumidor com o produto. Deste modo são utilizados teorias, princípios, dados e métodos em projetos para valorizar o bem-estar humano com o desempenho do elemento ou sistema.

A necessidade de desenvolver um produto que conquiste o consumidor de forma eficiente é frequente na indústria da moda. Para que as empresas se mantenham no mercado e se destaquem, elas buscam por algumas características relevantes na escolha pelo seu produto e as tomam como base. São elas: conceitos, temas culturais locais e regionais como inspiração para coleções, peças personalizadas e, por vezes, tem especificado os produtos como sendo ergonômicos, agregando valor a ele.

A preocupação com o bem-estar do indivíduo é essencial, já que se trata de um produto que estabelece relação íntima e permanente de contato tátil, visual e, por vezes, olfativo e audível. Neste caso, o suporte do produto é o corpo humano, que é uma estrutura tridimensional articulada em constante movimento, capaz de reagir de forma diferenciada entre os semelhantes que sofrem os mesmos estímulos no meio ambiente onde convivem.

Os fatores ergonômicos conferidos aos produtos do vestuário partem das medidas corporais, relacionando conforto e qualidade com índices de satisfação, saúde e bem-estar, que são questões cada vez mais exigidas. Para ter uma visão do produto como satisfatório em termos de qualidade, ele deverá reunir características adequadas ao perfil do público ao qual se destina, como funcionalidade, conforto e estética, percebidas antes e durante o uso dos produtos. Por isso é muito importante ter conhecimento do público alvo.

Os estudos ergonômicos cooperam na área do vestuário de modo geral, pois ajudam na evolução e na solução dos projetos de produto de uso cotidiano,

atentando-se para as tarefas desenvolvidas constantemente por seu público. Esses estudos, ao considerarem o bem-estar do homem na realização das funções do dia-a-dia, são importantes para auxiliar nos projetos de desenvolvimento de produtos de moda, neste caso específico, a serem percebidos com diferencial de qualidade, atendendo aos desejos e necessidades do consumidor.

A ergonomia no desenvolvimento de produto tem seu foco na utilização, no aprendizado, na eficiência, na segurança e no conforto, atendendo às necessidades do ser humano. É importante destacar que o produto de moda é uma afirmação de individualidade em determinado grupo e pode também compor o *status* e oferecer relações entre o indivíduo e a roupa, estabelecendo códigos sociais. O autor Merino (2005) acredita que os produtos feitos com base na ergonomia devem proporcionar vivências para pessoas de diferentes níveis culturais, faixas etárias, capacidades físicas e mentais, biótipos diferentes, força física, habilidades e linguística.

Estudos deste tipo são essenciais pois, por exemplo, são variadas as formas corporais da população e entre grupos de uma mesma população, o que é preciso ser constantemente avaliado. Desta forma, nos estudos ergonômicos, é muito importante contar também com a antropometria, que estuda as particularidades corporais dos povos e as medidas físicas do corpo, em questões de tamanho e proporções. É a partir deste tipo de estudo que surgem as bases para a concepção dos produtos de maneira ergonômica. Ao se pensar em antropometria, automaticamente se remete aos princípios básicos para o desenvolvimento de modelagens, que em sua gênese, trabalha com as medidas do corpo humano.

Merino (2005) propõe uma abrangência do público ao qual o produto ergonômico irá se destinar, porém, na indústria de moda, o desenvolvimento do produto parte de uma tabela de medidas referente a seu consumidor, e isso o faz ser mais restrito. As limitações partem do uso do produto em sua relação com o corpo humano, pois são variados os estilos de roupas e muitos são os produtos lançados sem testes de marketing, por terem alto custo, além do fato da facilidade com que cada ideia é copiada neste mercado.

No Brasil é possível assinalar alguns problemas da indústria do vestuário, que estão intimamente ligados à produção em larga escala. Talvez o principal deles seja o uso das tabelas de medidas que, enquanto não oferecem uma mínima padronização para os tamanhos dos produtos, por outro lado, não são tão flexíveis ao ponto de vestir vários biótipos. Isso também oferece um agravante para a

aplicação da ergonomia, principalmente se pensarmos em um país de dimensões continentais com uma grande variação climática, cultural e de influências colonizadoras, que deram origem a um povo um tanto quanto diversificado.

As etapas do desenvolvimento do produto são muitas, mas tudo vai variar de acordo com o produto e a empresa, pois partem de uma ideia inicial, depois as especificações, as alternativas de produção, a avaliação destas alternativas, a construção e os testes. Este desenvolvimento, que consiste na cadeia de confecção do produto de moda, pode variar, podendo retornar a determinadas etapas sempre que necessário, até chegar ao produto final e sua solução. (IIDA, 1993, p. 358).

Ao conceituar um produto de moda, Rech afirma que este compreende

qualquer elemento ou serviço que conjugue as propriedades da criação-design e tendências de moda, qualidade-conceitual e técnica, ergonômica, aparência-apresentação e preço, a partir das vontades e anseios do segmento de mercado ao qual o produto se destina. (RECH, 2002, p. 120).

Apesar disso, as fases de criação e desenvolvimento não compreendem todos os itens desejados para um produto de qualidade, e este deve atender aos desejos do consumidor antes e durante o seu uso. A qualidade do produto não depende somente do setor produtivo, mas desde quando ele foi pensado, seguido de todos os setores da empresa como o administrativo, o da direção e dos operários, mas especialmente nas fases de criação e modelagem, quando os aspectos ergonômicos serão trabalhados de forma mais eficaz.

É no processo produtivo que são visíveis as preocupações e a aplicação desses aspectos ergonômicos nos produtos relacionados à sua utilidade, eficiência, facilidade de uso, segurança, durabilidade, agradabilidade e preço acessível. Os produtos padronizados possuem maior controle em relação à qualidade e fidelidade do projeto em sua execução, de forma que as decisões tomadas em relação a ele sejam respeitadas, fazendo a produção seguir à risca o que foi projetado inicialmente.

Para que a empresa de moda tenha uma relação mais satisfatória com o consumidor é preciso que ela conheça a fundo o seu público-alvo e estabeleça comunicações entre eles, de forma que contribua para novos projetos da marca. Outro fator que contribui para o desempenho do produto é a atualização em relação às tendências de moda que influenciam na função do produto, principalmente nos tipos de matéria prima escolhida para cada estilo e segmento de mercado.

À medida que a indústria de moda estabelece esta relação com o seu consumidor, ela passará a conhecer os pontos fracos com relação à usabilidade do seu produto, oferecendo um olhar mais apurado para a aplicação de estudos ergonômicos. Este procedimento visa a satisfação de seu cliente, melhorando a qualidade e aumentando o conforto, agregando mais este valor ao seu produto e podendo se manter de forma competitiva no mercado, tendo este método como um diferencial.

É difícil classificar a dimensão do conforto como característica ergonômica para um produto de moda, pois na maioria das vezes ela se encerra em avaliações mais individuais. No entanto, esta aplicação ergonômica aos produtos consiste principalmente a aspectos físicos como: temperatura, sensações térmicas, medidas e formas adequadas para facilitar o uso, informações e segurança.

Segundo Rech (2002), o conforto no produto de Moda pode ser conceituado quando atende aos fatores estéticos de forma a agregar valor, “satisfazendo emocionalmente” o consumidor. Esses fatores que são percebidos pelo consumidor são o design contemporâneo, as cores, as formas, os aviamentos e o oferecimento de peças quase exclusivas. Porém, sabemos que não são só estes os fatores necessários para o conforto. Os seres humanos usam roupas na maior parte do dia, durante toda a sua vida. Isso faz com que seja essencial que o vestuário esteja numa perfeita interação com o usuário. Se o vestuário não proporcionar conforto nem boa interação com o corpo, além de um desconforto físico, ele pode afetar seu bem-estar e a sua saúde.

Como a moda deve investir na aplicação dos estudos ergonômicos ao desenvolvimento de seus produtos, esta deve ser realizada de modo apropriado, para proporcionar satisfação e conforto a seu cliente, bem como segurança e eficácia, que serão percebidos no momento de interação com o produto no corpo. Estes estudos ergonômicos serão melhor aplicados quando trabalhadas as questões das dimensões humanas e o uso eficaz dos dados antropométricos, pois acredita-se que um produto ergonomicamente qualificado deve apresentar uma boa adequação antropométrica.

Todos esses princípios científicos são importantes para a concepção do vestuário, porém a interação do usuário com o produto nem sempre possui a relevância necessária. Isso se torna um ponto negativo, pois, como prevê a ergonomia, o conforto (ou o desconforto) será percebido neste momento de

interação. É fator de extrema importância conhecer o usuário que irá interagir com aquele produto desde o início de seu desenvolvimento, na sua concepção, e não só na modelagem, como muitos acreditam. De acordo com Grave (2004), “a moda deve apresentar-se funcional para entoar a vida, deixando o fútil, atendendo às exigências da satisfação e das necessidades humanas”.

A respeito do lançamento de novos produtos, Baxter defende que esta “é uma atividade importante e arriscada, porém pode-se reduzir este risco se observados alguns princípios básicos como: orientação para o mercado, estudos de viabilidade e especificações e qualidade do desenvolvimento.” (BAXTER, 1998, p. 8).

Quando se refere à estética, os produtos básicos do vestuário têm menor risco na comercialização e é a sua qualidade que irá oferecer o diferencial. Esse diferencial é que irá qualificar o produto e agregar valor a ele, além dos aspectos físicos. Tanto produtos de tendências quanto os mais básicos sofrem pressões de concorrentes e, para Baxter 2003 “os projetos de produtos que são aplicados de forma eficiente nas indústrias minimizam as perdas em relação à conquista e satisfação do consumidor final”.

O consumidor de moda quer se expressar e ser moderno e, desta forma, os produtos que divulgam essa imagem são os apropriados para ele. O produto de moda sofre constante mudança, o que o caracteriza como “de moda”, e o consumidor, apesar de não saber exatamente o que quer, ele sabe como quer se sentir. E os produtos de moda devem traduzir isto para o seu público.

A ergonomia considera que todos os produtos são feitos para satisfazer as necessidades humanas e, de certa forma, estarão em contato com o homem em suas atividades. A concepção e o desenvolvimento de produtos de moda perpassam por algumas categorias de qualidade divididas em técnicas, ergonômicas e estéticas e o nível de qualidade dos produtos é definido por todo esse conjunto.

As qualidades técnicas referem-se ao funcionamento e eficácia na execução das funções, facilidade de manutenção – limpeza e manuseio; As qualidades ergonômicas incluem a compatibilidade de movimentos, a adaptação antropométrica, o fornecimento claro de informações, o conforto e a segurança oferecidos; As qualidades estéticas envolvem a combinação de formas e cores, materiais e texturas, para que o produto apresente um visual agradável. A interação entre estas três características de qualidade ocorre genericamente, porém a intensidade é por vezes relativa. (IIDA, 1997, p. 354).

Em cada tipo de produto uma qualidade pode sobressair mais do que as outras, isso depende da intensidade com que as qualidades são transferidas para o produto e estas são definidas de acordo com fatores econômicos e preferências do consumidor. No entanto, um produto que esteja desamparado de alguma dessas categorias, certamente deixará a desejar quando apresentado a seus clientes. Elas são imprescindíveis para a interação do produto com o usuário numa avaliação positiva.

Sobre a questão do diferencial do produto ainda é possível dizer que as indústrias do vestuário que conseguem integrar esses três tipos de qualidades ao seu produto e gerar soluções, desde a fase inicial do seu desenvolvimento, terão maior possibilidade de atender aos desejos do consumidor, trazendo maior competitividade a esse mercado. Além disso, para que o produto seja um destaque no mercado, é preciso identificar o nível de qualidade do mesmo, tendo um forte apelo estético para que as atenções sejam voltadas para ele, pois o produto dessa indústria é percebido, antes de qualquer coisa, por suas qualidades estéticas como as cores harmonizadas, as formas, os materiais, as texturas e o caimento.

Às vezes é necessário alterar os aspectos estéticos e ergonômicos de uma peça, pois os aspectos técnicos são pouco visíveis ao consumidor e, muitas vezes, mais difíceis de modificar. Porém, existem casos em que as qualidades técnicas dos produtos são resolvidas, enquanto é mais desafiador aliar as qualidades técnicas com as ergonômicas.

Tanto Lida (1997) quanto Rech (2002) afirmam que é possível perceber que as qualidades estéticas chamam muito mais atenção do consumidor e isso influencia na qualidade do produto. Ainda que possamos pensar primeiramente na questão estética, e somente depois nas técnicas e ergonômicas, veremos que se essas duas últimas não estiverem bem resolvidas, certamente elas afetarão a primeira (estética) que é mais visual.

Dessa forma podemos deduzir que a qualidade ergonômica apesar de ser um princípio para a concepção do vestuário, deve estar relacionada à sua qualidade estética, isso porque quando o vestuário não está de acordo com o corpo do usuário, tanto o ajuste, caimento da peça, a boa vestibilidade e o conforto acabam comprometendo a qualidade estética do produto. Quando o produto é concebido de forma antropométrica adequada, ele terá a qualidade ergonômica agregada à estética, satisfazendo de todas as formas o consumidor.

O vestuário se encaixa nos bens de consumo não duráveis e tem grande influência das tendências do mercado consumidor de moda. Por ser uma indústria muito ampla em todo o mundo, com diversas vertentes de processos produtivos, de pequenas confecções a grandes exportadores mundiais, ela ainda não sofre muitos processos de avaliação por parte dos órgãos públicos reguladores. Isso faz com que a incidência de oferta de produtos mal planejados dentro das categorias de qualidade ainda seja muito grande, agravada justamente pelo fato de a ergonomia ainda não ser amplamente difundida. Assim, defende-se a necessidade destes estudos, pois a ergonomia beneficia e proporciona atenção à saúde, à segurança, oferecendo conforto, durabilidade, estética e preço acessível, o que satisfaz tanto a indústria em seu crescimento, quanto o consumidor e só traz benefícios. A ergonomia deve ser introduzida desde o projeto inicial para que possíveis erros sejam identificados e, como resultado final, possa satisfazer o consumidor, oferecendo conforto e sendo agradável a ele. Dessa forma, a indústria do vestuário deve seguir critérios de avaliação ergonômica para melhor desempenho dos produtos em relação a seus usos.

Para que essas satisfações sejam presentes, além desta indústria ter que contar com profissionais específicos da área, é preciso que tenha um designer durante todas as fases de confecção do produto, auxiliando desde o início do processo. É melhor investir neste profissional do que dispensar gastos adicionais com possíveis erros. Acredita-se que o profissional da ergonomia será uma conquista em tempos futuros, porém, à medida que a ergonomia desperte o interesse das indústrias de moda e estas invistam nos estudos ergonômicos, o próprio criador de moda deverá ter condições de aplicá-los.

Como a ergonomia é um fator presente no cotidiano de todo ser humano, seja no trabalho, na escola, em objetos e, inclusive, no vestuário, espera-se que um profissional específico desta área possa supervisionar todo o desenvolvimento do produto, observando as necessidades, as habilidades e as limitações dos seres humanos. Para isso são necessários conhecimentos científicos e ergonômicos mais aprofundados para a concepção de objetos, sistemas e itens específicos que contribuam para as atividades humanas, proporcionando bem estar, saúde e segurança aos consumidores.

No desenvolvimento de um produto a ergonomia destaca fatores essenciais como sua utilização, aprendizado, eficiência, segurança e conforto, atendendo seu

consumidor. Esta é uma forma de dinamizar a harmonia entre o homem, os objetos e o ambiente. Os produtos desenvolvidos de forma ergonômica são direcionados para o maior número possível de pessoas de diversos níveis culturais, idades, de capacidade física e mental, tamanhos de corpos e força física, de habilidades e linguística, todos muito distintos e variáveis. (MERINO, 2005)

Para que o tamanho de uma peça do vestuário seja relativo às medidas do corpo do consumidor, estas devem ser definidas e identificadas pelo tamanho que mais se aproxime ao da tabela padrão normatizada. Em muitos estudos ergonômicos e antropométricos que são realizados, os indivíduos estão em posição estática, em pé ou sentado, e isso dificulta em relação ao vestuário pois a roupa, por fazer parte do dia-a-dia, está em constante interação com o corpo do usuário que está em frequente movimentação e, muitas vezes, ela pode limitar seus movimentos.

Sendo fato que o produto está em constante interação com o consumidor e que as medidas corporais utilizadas para a construção da modelagem, na maioria das vezes, são com base na posição estática, isso pode se tornar um grande problema, tanto para a empresa quanto para o consumidor. Caso as necessidades do consumidor não sejam supridas, ele pode atribuir um valor negativo à empresa e não consumir mais seus produtos.

Como os projetos de vestuário são elaborados a partir de tabelas de medidas antropométricas estáticas com o perfil do mercado consumidor, o alcance dos artigos torna-se mais restrito. Essas dificuldades provêm da íntima relação entre o produto e o corpo humano, os variados estilos e segmentos de mercado consumidor do vestuário e a propagação de grande parte das peças sem testes de aceitação pelo consumidor, devido aos altos custos para concretizá-los. Acrescentamos ainda a conseqüente facilidade com que uma nova ideia é copiada, pois quando o vestuário segue as tendências de moda do mercado, ele é esgotado na medida em que é consumido, fazendo com que este esteja em contínua transformação. Entre produtor e consumidor do vestuário, é criado um ambiente que evoca a perda das características de novidade após o seu uso. (GONÇALVES; LOPES, 2006).

Os dados antropométricos constatados por posição estática são tomados como referência para que sejam definidas as variáveis necessárias para consulta de dimensões corporais, de forma que sejam aplicadas da melhor maneira na modelagem do produto. Algumas dessas variáveis não terão relevância na

concepção da modelagem e serão levadas em conta outras medidas para um melhor resultado a partir do estudo.

Os movimentos são essenciais para este estudo na concepção do vestuário pois podem ocasionar muitas alterações em relação às dimensões do corpo. Para que o vestuário seja concebido de forma ergonômica, até mesmo simples movimentos do corpo devem ser levados em consideração, pois provocam alterações nas dimensões corporais, o que deve ser aplicado tanto nos projetos como na concepção do vestuário, proporcionando melhor conforto e liberdade em seu desempenho.

Para que as obtenções de medidas para o vestuário sejam aprimoradas, é necessário acrescentar nos estudos posições que possivelmente traduza os movimentos que o usuário faça, considerando alguns princípios da biomecânica, que diz respeito ao estudo das forças mecânicas que estão envolvidas nos movimentos do corpo humano, incluindo a interação entre os indivíduos e seu meio ambiente físico. (GRAVE, 2004).

3 O SEGMENTO INFANTIL

O segmento infantil abordado neste trabalho presume-se que seja compreendido por um público que vive em grandes cidades brasileiras, gostam de assistir televisão e são influenciados pelo marketing deste tipo de canal de comunicação. Estas crianças são, em sua maioria, de classe média, frequentam a escola e adquirem conhecimento para melhor absorção de informações deste meio de consumo.

Para que se entenda melhor a criança como consumidora, algumas características destas idades, entre 4 e 8 anos, devem ser observadas. Como é o seu modo de brincar, como é na escola e o quanto ela se faz importante para sua vida. Sua percepção de mundo e como capta informações também são importantes para perceber sua interatividade com os produtos direcionados a ela, por exemplo.

É interessante perceber também quando algo se trata de fantasia e quando é realidade para a criança, o que faz com que ela diferencie as coisas e como absorverá mensagens de modo que contribua para sua formação enquanto consumidora. É válido lembrar que nem todas as crianças da mesma idade possuem um mesmo nível de desenvolvimento e certas características voltadas a determinadas idades são referências.

As crianças que se encontram dentro desta faixa etária abordada têm como influência para o consumo a própria família, quando participam de atividades de compra em mercados e *shoppings*, por exemplo. A televisão também é grande influenciadora de consumo para este público. Ainda que a criança não tenha total consciência do que se trata a propaganda televisiva, de forma crítica, elas são capazes de associar cores, formas, movimentos e músicas a algo atrativo e que prende a atenção, oferecendo bem estar a elas. Os modismos dos desenhos animados e as novelas voltadas para o público infantil também são fortes influenciadores de consumo. As crianças sentem-se deslumbradas pelo objeto e surge a necessidade e desejo de possuí-lo.

É importante salientar que cada vez mais o consumidor infantil tem apresentado mais autonomia em suas escolhas de consumo, principalmente a partir dos 4 anos. De olho nesse importante mercado, as empresas têm investido em campanhas mais apelativas e, dessa forma, a moda não fica alheia a essa oportunidade. No entanto, ainda que a participação das crianças influencie bastante

a decisão de compra, elas estão mais aptas a eleger o fator estética (modelos, cores e padronagens). Existem critérios de escolha do vestuário que elas ainda não são capazes de analisar tais como a qualidade dos materiais e os fatores ergonômicos que proporcionam melhor vestibilidade e conforto. Nas próximas partes dessa seção trataremos um pouco mais destes aspectos, especificamente voltados ao segmento de moda infantil.

3.1 ASPECTOS ERGONÔMICOS

Como já apresentamos na seção anterior deste trabalho, a ergonomia é fator primordial na produção do vestuário, sendo importante responsável pelo sucesso dos produtos de moda. Sobre esse aspecto a maioria dos estudiosos dessa área defende a aplicação dos aspectos ergonômicos em todos os projetos de produtos que visam a interação direta com o ser humano. Heinrich corrobora com esse pensamento e defende que:

Atualmente, o vestuário caminha ao encontro da saúde, em diversos aspectos, buscando propiciar conforto, funcionalidade e principalmente qualidade de vida às pessoas. Nesse processo, as linhas de design dos produtos de moda possuem extrema importância, porém o sucesso total de um produto somente pode ser obtido se, além dos fatores anteriormente citados, ainda agregarmos valores ergonômicos, fazendo com que a roupa amplie e some os conceitos de conforto e estética. (HEINRICH, 2005, p. 17).

O público aqui abordado, entre 4 a 8 anos, se encontra no ápice de sua infância e, portanto, brincam na maior parte do dia, realizando todo tipo de movimento, ocasionando também um maior desgaste no uso de suas roupas. Assim, devemos observar que a construção do vestuário deve ser pensada a partir de materiais de qualidade, e também de maneira a proporcionar liberdade dos mais importantes movimentos como andar, sentar, pular, correr e brincar, principalmente se tratando de uma coleção voltada especialmente para estes momentos de lazer.

Barbosa e Guedes explicam que

roupas desconfortáveis dificultam esses movimentos podendo até acarretar problemas de saúde, como postura, reações alérgicas, má circulação causada por roupas apertadas, de transpiração por tecidos com má

condutibilidade de calor, problemas psicológicos. (BARBOSA; GUEDES, 2007, p. 8).

Para a projeção do vestuário infantil como conceito de design, é importante focar nas necessidades do ser humano, como destacado na seção anterior, para propor soluções viáveis e também novas, de modo a atender da melhor forma este público.

No vestuário infantil bem como os acessórios que os completam, é necessário não validar somente os aspectos estéticos e simbólicos, mas também as escolhas de configurações das peças como os tecidos que devem proporcionar conforto, um bom caimento, ser macio e resistente, valorizando a liberdade dos movimentos e favorecendo a transpiração.

3.2 SOBRE A MODELAGEM

O conforto é fator obrigatório em uma peça (ou pelo menos deveria ser), entretanto como não é tão perceptível para o consumidor, muitas empresas têm se preocupado mais com a questão estética para atrair o público, confiando em vendas melhores. O conforto será sentido precisamente durante o uso da peça, e por isso, ele se torna item fundamental para a fidelização dos clientes, que em um primeiro momento realiza a compra por gostar do visual, e depois volta para comprar mais devido à qualidade e o conforto oferecido pelos produtos. E nesse quesito, a construção da forma, por meio da modelagem, se apresenta como ferramenta essencial para valorizar o vestuário, cada vez mais adaptado ao biótipo e às necessidade de seu público alvo.

Para a construção da modelagem, Fischer (2010, p. 11) afirma que ao modelista “é essencial ter conhecimento aprofundado das formas do corpo e como suas medidas se transferem para as partes do molde”. Por isso é fundamental a aplicação correta da tabela de medidas, levando-se em conta, não somente a reprodução fiel do modelo oferecido pelo designer, mas principalmente as aplicações ergonômicas necessárias à usabilidade da peça. Spaine (2010) reforça que é na modelagem que deve ser aplicada a questão das necessidades de mobilidade do usuário assim como o conforto, que deve estar presente em várias situações do dia-a-dia para melhor adaptação da peça ao corpo.

É a partir da modelagem, que as criações se concretizam, com uma modelagem específica e direcionada para o público alvo que irá utilizar a roupa, confeccionadas para o conforto e satisfação do mesmo. Heinrich (2005) defende isso, afirmando que antes de iniciar qualquer tipo de modelagem, é fundamental que se conheça o corpo o qual a roupa se destinará. Segundo esta autora, como os padrões corporais sofrem variações entre as regiões do país, é importante que se façam constantes pesquisas, visando conhecer o seu público alvo e “adaptar as tabelas de medidas utilizadas na construção dos moldes, a fim de satisfazer a clientela e obter sucesso nas vendas”. (HEINRICH, 2005, p. 17).

A tabela de medidas é indispensável para a criação das roupas, pois é por meio dela que o modelista poderá desenvolver as modelagens, objetivando atender um público cada vez mais expressivo, que se encaixe dentro das variações propostas por essas tabelas.

No Brasil, a questão das tabelas de medidas sempre foi um tanto problemática, pois não existe uma regulamentação e cada empresa trabalha com uma tabela específica que mais se adequa às necessidades de sua clientela. Isso faz com que o consumidor nunca saiba de fato qual o seu tamanho na hora da compra. Essa questão se agrava ainda mais quando se trata de compras pela internet, onde não há a possibilidade de prova das roupas. Por causa disso está sendo desenvolvido um estudo antropométrico no país, visando não uma padronização conclusiva – o que seria muito limitador, principalmente em se tratando de um país com tanto variação de biótipos –, mas que ofereça um mínimo de critérios e informações para que o cliente, ao efetuar uma compra, tenha acesso a algumas medidas básicas que aquele determinado tamanho veste ou atenda.

Dentro dessa realidade, o segmento infantil foi pioneiro, estabelecendo os primeiros parâmetros dentro dessa vertente, propondo, desde 2009, uma tabela de medidas que se adequa às necessidades do mercado.

A ABRAVEST e todos os seus apoiadores defendem a Norma de Padronização do Vestuário Infantil/Bebê (NBR 15800) por acreditar que tamanhos baseados nas medidas, e não na idade (como anteriormente feito), são mais bem aceitos pela anatomia infantil, melhorando aspectos como conforto e praticidade. Além disso, a garantia de saber com certeza qual o tamanho da peça, leva o cliente a aderir sem receios ao e-commerce, facilitando as vendas e diminuindo as trocas; e também “abre os portões” do país para a exportação. (ABRAVEST, 2015).

Abaixo apresentamos essa tabela, expressa pela normatização NBR 15800 e seguida pela indústria do vestuário infantil brasileiro.

Figura 01: Tabela de medidas corporais – NBR 15800.

Tabela Medidas Corpo



NBR 15800
Válida a partir de 27.12.2009

DESCRIÇÃO MEDIDAS	TAMANHOS ESTATURA	pp	p	m	g	gg	1	2	3	4	6	8	10	12	14
		recém-nascido	3 meses	6 meses	9 meses	12 meses	18 meses	2 anos	3 anos	4 anos	6 anos	8 anos	10 anos	12 anos	14 anos
BUSTO / TÓRAX		40,0	44,0	46,0	48,0	49,0	50,0	52,0	54,0	56,0	61,0	66,0	70,0	75,0	78,0
CINTURA		39,0	41,0	43,0	44,0	48,0	50,0	52,0	54,0	56,0	58,0	60,0	62,0	64,0	66,0
QUADRIL BAIXO		43,0	44,0	46,0	48,0	50,0	52,0	54,0	56,0	61,0	65,0	70,0	76,0	82,0	87,0
EXTENSÃO POSTERIOR DO TRONCO		16,0	18,0	19,0	20,0	21,0	22,0	23,0	25,0	26,0	28,0	31,0	35,0	37,0	39,0
COMPRIMENTO TRONCO FRENTE / CINTURA		16,0	17,0	18,0	19,0	20,0	21,0	22,0	23,0	24,0	26,0	28,0	31,0	33,0	35,0
LATERAL ENTRE CINTURA E BAIXO QUADRIL		7,5	8,0	8,5	9,0	9,5	10,0	10,5	11,5	12,5	14,0	15,0	16,0	17,0	18,0
COMPRIMENTO PAPILA MAMÁRIA / JUGULAR		8,0	8,5	9,0	9,5	10,0	10,0	10,5	11,0	12,0	13,0	14,5	15,5	17,0	18,0
LARGURA ENTRE PAPILAS MAMÁRIAS		8,0	8,5	9,0	9,5	10,0	10,5	11,0	12,0	14,0	15,0	17,0	18,0	19,0	20,0
COMPRIMENTO OMBRO / COTOVELO / PULSO		20,0	22,0	23,0	24,0	26,0	28,0	30,0	32,0	36,0	40,0	45,0	49,0	54,0	58,0
OMBRO A OMBRO		18,0	19,0	20,0	21,0	22,0	23,0	24,0	25,0	26,0	27,0	29,0	31,0	33,0	35,0
PULSO		10,0	10,5	10,5	11,0	11,5	11,5	12,0	12,5	13,0	13,5	14,0	14,5	15,0	16,0
BÍCEPS		13,0	14,0	14,5	15,0	15,0	15,5	16,0	16,5	18,0	19,0	20,0	22,0	24,0	26,0
COXA		20,0	25,0	27,0	28,0	29,0	30,0	31,0	33,0	35,0	38,0	40,0	43,0	46,0	48,0
JOELHO		17,0	21,0	21,5	22,0	22,0	22,5	23,0	24,0	25,0	27,0	29,0	31,0	33,0	35,0
PANTURRILHA		14,0	17,0	19,0	20,0	20,5	20,5	21,0	21,5	22,5	24,5	27,0	29,0	31,0	33,0
TORNOZELO		11,0	15,0	15,0	15,0	15,5	16,0	16,0	16,5	17,0	18,0	19,0	20,0	21,0	20,0
COMPRIMENTO CINTURA / TORNOZELO		31,0	34,0	37,0	40,0	44,0	47,0	52,0	57,0	62,0	69,0	77,0	84,0	90,0	94,0
ALTURA DO ENTREPERNAS		19,0	22,0	25,0	28,0	31,0	34,0	37,0	41,0	45,0	53,0	60,0	67,0	70,0	74,0
COMPRIMENTO CINTURA / JOELHO		16,0	18,0	20,0	22,0	23,0	25,0	27,0	30,0	34,0	39,0	44,0	48,0	52,0	54,0
CONTORNO GANCHO FRENTE / COSTAS		33,0	36,0	20,0	37,0	38,0	39,0	40,0	42,0	44,0	48,0	50,0	54,0	58,0	62,0
PERÍMETRO CABEÇA		39,0	42,0	44,0	46,0	48,0	50,0	50,0	51,0	51,0	52,0	53,0	54,0	55,0	56,0
PERÍMETRO PESCOÇO		21,0	22,0	22,5	23,0	23,5	24,0	25,0	26,0	28,0	29,0	30,0	32,0	34,0	35,0
GANCHO TOTAL (FRENTE / COSTAS PESCOÇO)		64,0	69,0	74,0	79,0	84,0	89,0	94,0	99,0	102,0	110,0	116,0	122,0	130,0	136,0

Fonte: ABNT.

Para Heinrich (2007) as tabelas de medidas utilizadas pela indústria são um conjunto de medidas necessárias para a construção da modelagem, tendo por base cálculos de médias obtidas a partir de um determinado número de pessoas. Portanto, os princípios ergonômicos devem ser aplicados na modelagem, considerando as necessidades humanas no uso do produto.

A partir da combinação e variações técnicas de modelagem que se pode criar formas da imaginação humana, e isso é um processo dinâmico que transforma o tecido de forma criativa pra elaboração do produto. É através do modelista que as medidas da tabela serão adaptadas ao modelo da roupa que será utilizada pelas crianças e de determinar o melhor tecido e modelos adequados à idade da criança, pois, o consumidor acredita que a modelagem ficará bem nele.

É importante variar modelos e modelagens para que se adequem de forma antropométrica e considerando o sexo, a idade e o biótipo. As peças devem trazer

um diferencial, com inovação e agregando valor, com variadas formas, volumes e caimentos, sem deixar de ser funcional e prática, cumprindo a sua função.

Na criação de desenhos e modelagens para roupas infantis é necessário observar a realidade da criança, que pratica diversas atividades, por isso os tecidos devem ser resistentes, confortáveis, flexíveis e as cores devem ser adequadas para confeccionar as roupas para crianças, sendo alegres e divertidas. As indústrias devem considerar questões como: qualidade, conforto, modelagem e cores fazendo com que a criança se vista de acordo com sua idade e suas necessidades assim como sua vestimenta.

Quando se trata de um vestuário pedagógico, a modelagem pode ser trabalhada de acordo com os conceitos da peça, ajudando na absorção de informações. Alguns elementos da modelagem podem ser aliados aos conteúdos ou temáticas das peças. Na próxima seção veremos sobre as inspirações utilizadas para compor a coleção da marca, com elementos de aprendizagem e interação.

4 O MERCADO

4.1 O PÚBLICO ALVO

A coleção apresentada neste trabalho foi elaborada para crianças da faixa etária de 4 a 8 anos, moradoras de Juiz de Fora e região, especialmente, que desenvolvem atividades relativas para cada idade. São crianças que vão à escola, interagem com outras crianças, brincam tanto ao ar livre quanto em ambientes internos, como em suas casas e na escola. Gostam de passear com a família, dos animais, de comer frutas, comida caseira e saudável, mas também frituras e doces, como quase todas as crianças. Suas brincadeiras muitas vezes desenvolvem o raciocínio como a montagem de peças, livros táteis e também estimulam a criatividade por meio da pintura, da música e da leitura de estórias infantis. Adoram brincar na areia, assistir televisão, mas estão sempre em família, dividindo momentos simples e especiais.

Essas crianças, especialmente as mais novas, ainda não vão às lojas comprarem suas roupas. São seus pais quem escolhem seu vestuário, na maioria das vezes mas, ainda assim, os produtos desta marca chamam a atenção delas pelas aplicações de elementos táteis, alegres e coloridos que podem contribuir para o seu aprendizado. São crianças que ainda não sabem opinar sobre elementos mais técnicos das roupas, como tecidos e modelagens, porém sabem identificar quando algo as incomoda. Assim, a coleção que será proposta foca principalmente no conforto deste público, utilizando tecidos como meia malha, algodão e tricoline, que possui qualidade e também favorece os momentos de lazer.

A seguir oferecemos uma colagem iconográfica deste público alvo, representando suas principais características e enfatizando seu universo de diversão.

Figura 02: Painel referencial do público alvo.



Fonte: Do autor, 2016.

4.2 O ATELIÊ PAULA SCHMITZ

A marca *Ateliê Paula Schmitz* terá como sede a cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais. É uma cidade com mais de quinhentos mil habitantes que possui grandes indústrias e seu comércio é referência para a região da Zona da Mata Mineira. É uma cidade que possui o ramo da moda como um dos principais fatores para o crescimento do mercado local. Há muitas confecções e lojas de roupas, tanto boutiques multimarcas, lojas de departamento e outras com fabricação própria, mas poucas marcas voltadas exclusivamente para o público infantil onde o foco principal seja o conforto, baseado nos estudos ergonômicos. As marcas ainda pecam muito em seguir um “padrão”, que na verdade varia de acordo com a confecção e modelagem, que são próprias, assim como os tamanhos que, na maioria das vezes, são menores que os da idade correspondida de fato.

O *Ateliê Paula Schmitz* usa o nome da designer, e traz um estilo próprio e personalidade ao público a que se destina. Abaixo apresentamos a assinatura visual da marca, composta pelo logotipo, por uma variação com símbolo gráfico e uma etiqueta para as peças de vestuário. Esta assinatura visual foi desenvolvida com o uso de cores e fontes lúdicas, de fácil entendimento, remetendo à diversão e à alegria, características que predominam no repertório de seus produtos.

Figura 03: Logotipo.



Fonte: Do autor, 2014.

Figura 04: Símbolo gráfico.



Fonte: Do autor, 2014.

Figura 05: Etiqueta.



Fonte: Do autor, 2014.

Para este mercado são desenvolvidas roupas mais voltadas para o segmento fashion. São peças produzidas em pequena quantidade, dando uma atenção maior ao conforto bem como suas aplicações interativas, feitas uma a uma, de forma mais artesanal.

Os produtos do *Ateliê Paula Schmitz* são resultados de uma pesquisa ergonômica junto à experimentações de cores, aviamentos, entre outros elementos. A marca é uma mescla de tendências e um estilo próprio e artesanal, fazendo com que o conforto e a diversão sejam evidenciados em suas produções, proporcionando uma melhor interação da peça com a criança, em especial nos momentos de lazer. O diferencial desta marca são roupas confeccionadas de acordo com dados ergonômicos e medidas padrão da ABNT.

Abaixo segue uma colagem iconográfica da marca, que resume algumas características do público a qual a marca se direciona.

Figura 06: Painel referencial da marca.



Fonte: Do autor, 2016.

4.3 CONCORRÊNCIA

Foram selecionadas três marcas concorrentes no mercado da região que atendem ao público infantil abordado neste projeto: *Alphabeto*, *Alakazoo* e *Zig Zig Zaa*. Essas marcas foram escolhidas porque prezam pelo conforto, ergonomia e bem estar da criança, bem como pela qualidade estética, acabamentos e materiais, assim como a nossa proposta.

4.3.1 *Alphabeto*

Alphabeto é uma marca mineira que investe na alegria e na energia da infância, elaborando peças confortáveis, práticas e estilosas a preços acessíveis. Além desta questão de satisfazer o público, tem seu diferencial nos bordados à mão, *silks* diferenciados e estampas exclusivas. Além de roupas, produzem outros itens como mochilas e capas de chuva com estampas de acordo com a coleção.

Esta marca veste crianças de 0 a 14 anos e segue as tendências de moda internacional, para que estejam sempre atualizados às exigências do consumidor. Suas coleções são harmoniosas e muitos *looks* são criados formando combinações, mas sem perder o foco principal que é criar peças confortáveis e resistentes, que acompanhem o ritmo das crianças. O objetivo da *Alphabeto* é vestir a criança como ela merece, como criança.

No site da marca, ao selecionar alguma peça é disponibilizada uma tabela de medidas para cada tamanho, podendo comprar via internet e evitando que o consumidor adquira o tamanho errado. A Seguir seguem algumas imagens que ilustram os produtos dessa marca.

Figura 07: Coleção *Alphabeto* meninas 2015/2016.



Fonte: <<http://www.alphabeto.com/meninas>>. Acesso em: 25 fev. 2016.

Figura 08: Coleção *Alphabeto* meninos 2015/2016.



Fonte: <<http://www.alphabeto.com/meninos>>. Acesso em: 25 fev. 2015.

4.3.2 Alakazoo

A *Alakazoo* atende ao público de 3 meses a 14 anos. Ela pertence à marca *Lunender* e faz moda para transformar a infância em um mundo mágico, com muita imaginação e descontração, com coleções divertidas e originais. Esta marca se atenta muito aos detalhes, remetendo às belezas e fantasias das crianças, conectando a vida real.

Assim como a *Alphabeto*, *Alakazoo* também se preocupa com o bem estar das crianças sem perder o estilo, acompanha as tendências do mercado e investe em tecnologia. Além disso apresenta preocupação com o caimento das peças e utiliza tecidos de primeira qualidade, sempre procurando aprimorar e inovar em seus produtos, utilizando estampas lúdicas e modelagens diferenciadas como atrativo em suas peças. A seguir apresentamos algumas imagens ilustrativas para meninos e meninas *Alakazoo*:

Figura 09: Coleção meninas *Alakazoo* alto verão 2015/2016.



Fonte: <<http://alakazoo.com.br/colecao/alto-verao-2015-2016/meninas/infantil>>. Acesso em: 25 fev. 2016.

Figura 10: Coleção meninos *Alakazoo* alto verão 2015/2016.



Fonte: <<http://alakazoo.com.br/colecao/alto-verao-2015-2016/meninos/infantil>>. Acesso em: 25 fev. 2016.

4.3.3 Zig Zig Zaa

A *Zig Zig Zaa* da *Malwee* é a primeira marca que contribui com o desenvolvimento das crianças. Além disso, é uma referência neste meio e seus produtos são para crianças de 0 a 8 anos. É uma marca inovadora e que busca surpreender; se atenta ao desenvolvimento e percepções deste público.

As peças desta marca apresentam intuito pedagógico e, além de estampas, trazem aplicações com relevos, frases e palavras que contribuem para a aprendizagem, inclusive a exuberância das cores. Para o desenvolvimento de suas coleções a marca conta com uma equipe de pedagogas que trabalham junto com os *designers* para que estas peças interativas estimulem os sentidos e a criatividade das crianças.

O site, assim como suas peças, possui uma grande interatividade, contendo muitos elementos chamativos e forte uso das cores de forma harmônica. Inclui jogos interativos, uma forma de se aproximar de seu público. Também conta com um canal onde as pedagogas falam através de vídeos e textos sobre o desenvolvimento infantil, uma forma de atrair a confiança dos pais destas crianças, por exemplo.

A seguir, algumas imagens dos produtos *Zig Zig Zaa*, de sua última coleção.

Figura 11: Coleções meninas *Zig Zig Zaa* resort 2016 e alto verão 2015/2016.



Fonte: <<http://www.zigzigzaa.com.br/colecoes/resort-2016/meninas/4-a-8-anos/>>;
e <<http://www.zigzigzaa.com.br/colecoes/alto-verao-2015/meninas/4-a-8-anos/>>.
Acesso em: 26 fev. 2016.

Figura 12: Coleções meninos *Zig Zig Zaa* resort 2016 e alto verão 2015/2016.



Fonte: <<http://www.zigzigzaa.com.br/colecoes/resort-2016/meninos/4-a-8-anos/>>;
e <<http://www.zigzigzaa.com.br/colecoes/alto-verao-2015/meninos/4-a-8-anos/>>.
Acesso em: 26 fev. 2016.

Estas marcas concorrentes citadas foram selecionadas como referência para o público consumidor e conseqüentemente como inspiração para a coleção a ser apresentada neste trabalho. Elas fabricam roupas com bons materiais, se preocupam com o desenvolvimento infantil, utilizando modelagens adequadas, além de trabalhar as estampas de forma lúdica, com texturas e cores como aliadas a estes itens, buscando um bom desempenho do produto para com seu público. Desenvolvem um vestuário para um mercado mais exigente que está disposto a pagar para ter esses elementos, muitas vezes, em uma única peça.

5 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

5.1 TEMA

Para o desenvolvimento dos produtos apresentados neste trabalho buscamos inspirações no próprio universo infantil por meio das brincadeiras de criança. Dentro deste repertório elegemos um elemento que se destacasse como principal referencial, fazendo a ponte necessária entre a pesquisa realizada e os produtos apresentados na coleção. Esta relação se deu por meio do *Quiet Book*. Trata-se de um livro educativo e sensorial recheado de narrativas para o universo fantasioso do público infantil. A seguir temos uma imagem ilustrativa, colhida na internet, com alguns exemplos deste tipo de livro.

Figura 13: *Quiet Book*.



Fonte: <<https://br.pinterest.com/explore/livros-sentiam-943191732214/>>. Acesso em: 22 jan. 2016.

As imagens deste livro são expressas por meio de texturas e muito coloridas, geralmente desenvolvidas à base de feltro, contando ainda com aviamentos adicionais como zíper, velcro, cadarços, botões, entre outros. Todos esses acessórios e materiais que compõem a arte desse livro permitem um melhor desenvolvimento do raciocínio das crianças, além de desenvolver os sentidos, principalmente os táteis e visuais.

As brincadeiras e as cores também foram inspirações diretas para este trabalho. As aplicações junto de aviamentos delicados são diferenciais educativos e interativos que trazem elementos do *Quiet Book* para as roupas, proporcionando diversão e entretenimento para o público. Tendo algumas marcas conceituadas no mercado como inspiração, os *looks fashions* seguem as tendências de moda para a estação primavera/verão 2017.

Essas peças foram desenvolvidas para um público que, acima de tudo, procura por diversão e conforto nas suas atividades. Os clientes da marca *Ateliê Paula Schmitz* se sentirão confortáveis, com roupas alegres, sem se preocuparem durante os movimentos realizados. As peças prontas para usar são desenvolvidas através de uma modelagem apropriada para cada idade, seguindo a tabela de medidas da ABNT, apresentada na segunda seção deste trabalho.

Alguns elementos táteis como botões, franzidos, laços, cadarços e fitas presentes nessas peças, contribuem para o envolvimento e a aceitação da criança pelo produto. As modelagens são simples, leves e fluidas para que não haja possibilidade de incômodo para os usuários. Todos os detalhes das peças, assim como os tecidos, foram pensados para que a criança tenha liberdade em seus movimentos.

As brincadeiras infantis aliadas ao conforto são inspirações para este processo criativo. Desta forma, o tema que melhor se encaixa é "*Brincadeira de Criança*" que referencia todas as brincadeiras infantis que exigem todos os tipos de movimentos das crianças de forma confortável.

Foram levantados vários tipos de referência, em especial aquelas que contribuem para o desenvolvimento infantil, bem como a interação e o conforto com a mesma. Essas referências são táteis e educativas e a maior inspiração para as aplicações presentes nas peças veio do *Quiet Book*, que alia variados elementos e aviamentos à aprendizagem.

Para este tema foi elaborada uma colagem iconográfica com algumas atividades infantis que resumem a diversão e o bem estar deste público. As cores dessa coleção, além de seguirem tendências da estação primavera/verão 2017, destacam sobre esta questão da diversão e da alegria da infância. Além disso, as aplicações interativas das peças são feitas em feltro e botões, que são elementos táteis e muito coloridos, fazendo jus ao tema.

Outro importante fator para o desenvolvimento desta coleção são os tecidos utilizados, que foram escolhidos de forma a proporcionar o conforto e a liberdade que uma criança precisa para executar seus movimentos. São eles: malha, algodão e tricoline, que são tecidos leves, com bom caimento e resistentes. A seguir apresentamos a colagem iconográfica desenvolvida para o tema.

Figura 14: Painel referencial do tema da coleção.



Fonte: Do autor, 2016.

5.2 MATRIZ REFERENCIAL

MATRIZ REFERENCIAL							
REFERÊNCIA	TECIDO			COR		DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL	MODELAGEM
INSPIRAÇÃO	Artificial	Sintético	Natural	Fundo	Superfície		
Brincadeiras	X		X	Verde, roxo, rosa, laranjado estampado	Amarelo, vermelho verde, azul, rosa	Feltro, botões	Leve
Diversão			X	Amarelo, azul, azul claro, vermelho	Amarelo, vermelho verde, azul, rosa, roxo	Fitas, cadarço	Confortável
Lúdico			X	Estampado	Amarelo, vermelho verde, azul, rosa, roxo	Tule, laços, tecido franzido, feltro, zíper	Confortável
Liberdade			X	Azul, verde, vermelho	Amarelo, vermelho	Laços, cadarço	Fluido
Conforto	X		X	Azul, amarelo, azul claro, bege	Amarelo, vermelho laranjado	Tecido, feltro	Confortável, leve

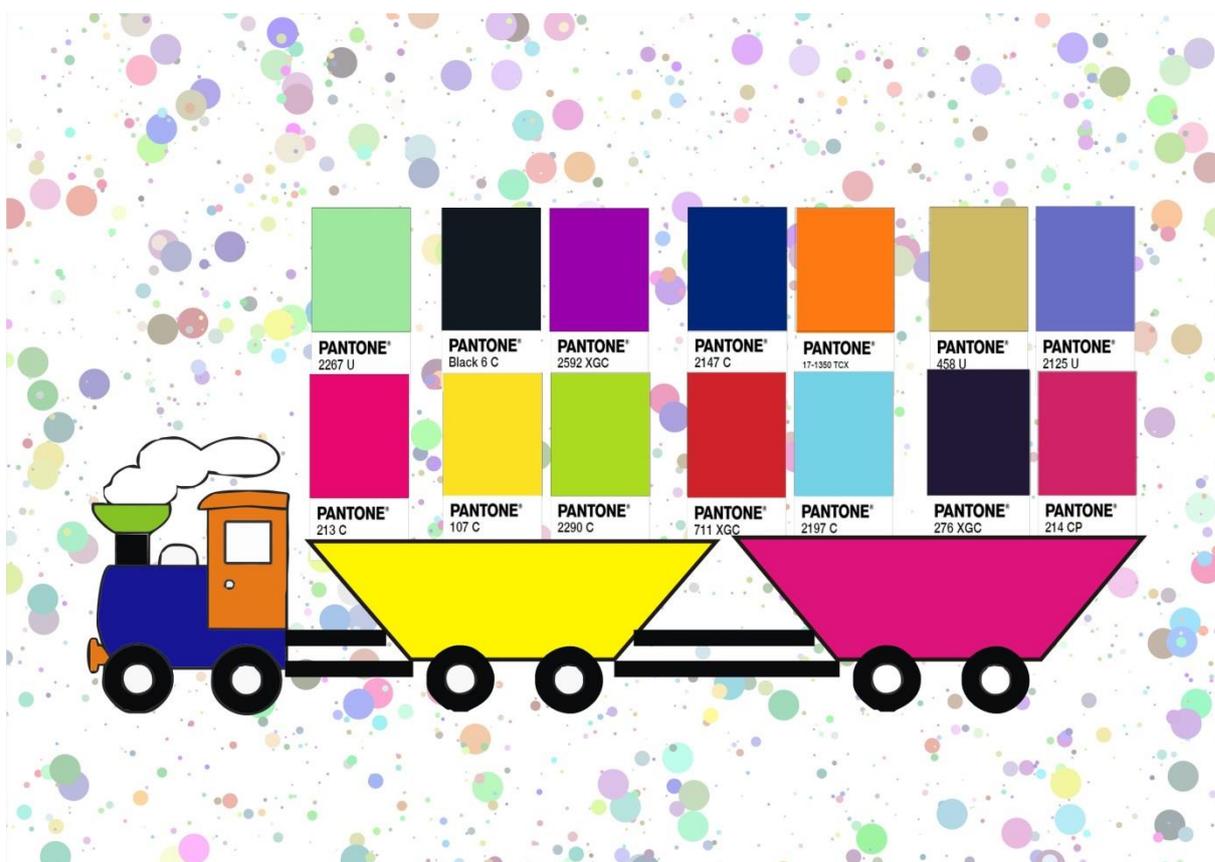
5.3 CARTELA DE CORES

As cores escolhidas para esta coleção são cores vibrantes e alegres para que possam compor junto à proposta do tema. Essa cartela de cores foi baseada em tendências do mercado, incluindo as marcas citadas na seção 4 deste trabalho.

Algumas cores mais fechadas como o preto e o bege chá foram incluídas devido às aplicações e estampas das peças. Estas cores estão presentes em todas as atividades do universo infantil: brinquedos, acessórios e em suas roupas.

A seguir apresentamos a cartela de cores de uma maneira lúdica, que configura toda a proposta do desenvolvimento desta coleção. Estas cores estão referenciadas conforme o sistema *Pantone*.

Figura 15: Cartela de cores da coleção.



Fonte: Do autor, 2016.

5.4 TECIDOS

Os tecidos que foram escolhidos para a coleção primavera/verão 2017 da marca *Ateliê Paula Schmitz* são tecidos que oferecem características tais como a fluidez da malha, o conforto do algodão e a resistência do tricoline.

A seguir oferecemos uma pequena amostra destes tecidos, acompanhados de sua composição têxtil, para que ser sentidos por meio do toque.

Figura 16: Cartela de tecidos.



Fonte: Do autor, 2016.

5.5 DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL

O design de superfície têxtil representa as transformações ocorridas sobre a superfície dos tecidos ou das peças de roupas confeccionadas, agregando valor e realçando algumas características iniciais. Neste caso, além do conforto oferecido pela modelagem e pelos tecidos, este item é que dá a característica do tema. Trata-se de aplicações coloridas e interativas que valorizam as criações e chamam a atenção principalmente das crianças.

A colagem iconográfica a seguir mostra algumas tendências e criações que ajudaram a inspirar as aplicações presentes nesta coleção.

Figura 17: Design de superfície têxtil.



Fonte: Do autor, 2016.

5.6 INSPIRAÇÕES

Figura 18: Painel referencial de inspirações.



Fonte: Do autor, 2016.

5.7 MIX DE PRODUTOS

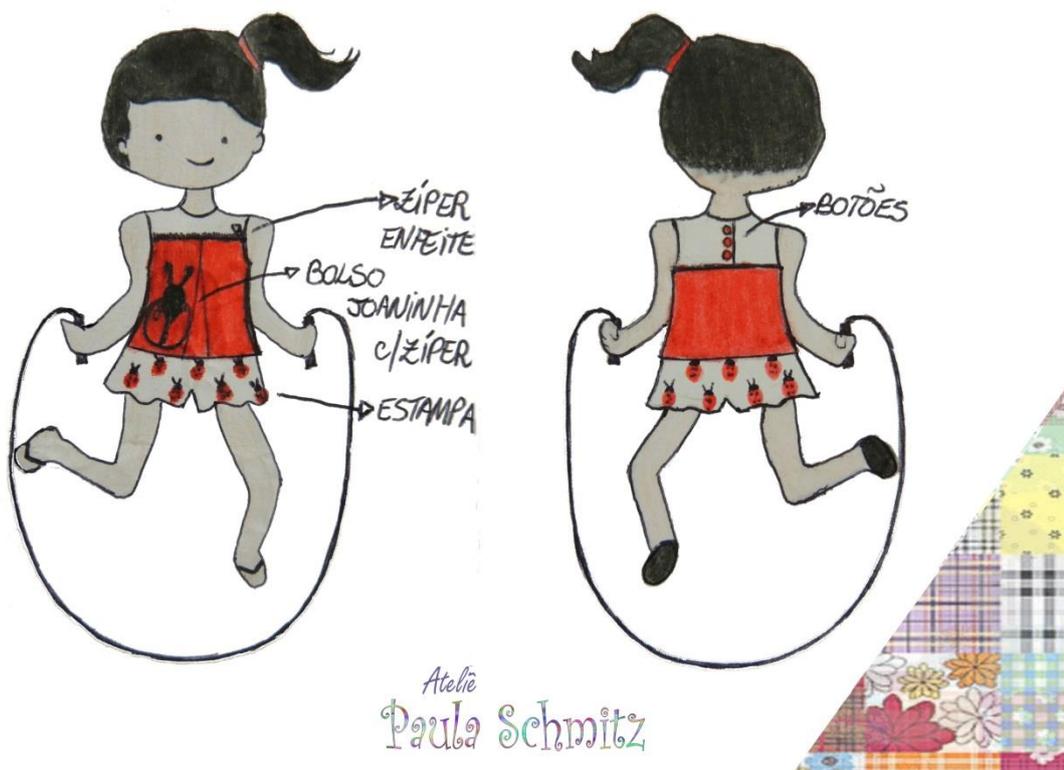
O mix de produtos da coleção *Brincadeira de criança* foi dividido em dois segmentos, para meninas e meninos. No primeiro deles, temos peças como blusas, shorts, vestidos, macacões e short saias. Já para o segmento de meninos, foram desenvolvidas peças como camisas, bermudas e macacões. Todas as peças apresentam variações de produtos de moda com parâmetros básicos, fashion e de vanguarda.

A seguir apresentamos uma tabela que organiza a apresentação de todo esse mix de produtos:

PARÂMETRO DE PRODUTO					
Coleção: Brincadeira de criança			Marca:		
Estação: Primavera/Verão 2017					
MIX DE MODA → MIX DE PRODUTOS ↓	Básico	Fashion	Vanguarda	Total	%
Blusa Feminina	1	5	1	7	25%
Short Feminino	2	3	1	6	21,43%
Vestido	-	1	-	1	3,57%
Macacão Feminino	-	1	-	1	3,57%
Short-Saia	-	1	-	1	3,57%
Camisa Masculina	-	3	-	3	10,72%
Camiseta Masculina	1	2	-	3	10,72%
Bermuda Masculina	2	3	-	5	17,85%
Macacão Masculino	-	1	-	1	3,57%
TOTAL	6	20	2	28	100%
	21,43%	71,42%	7,15	100%	

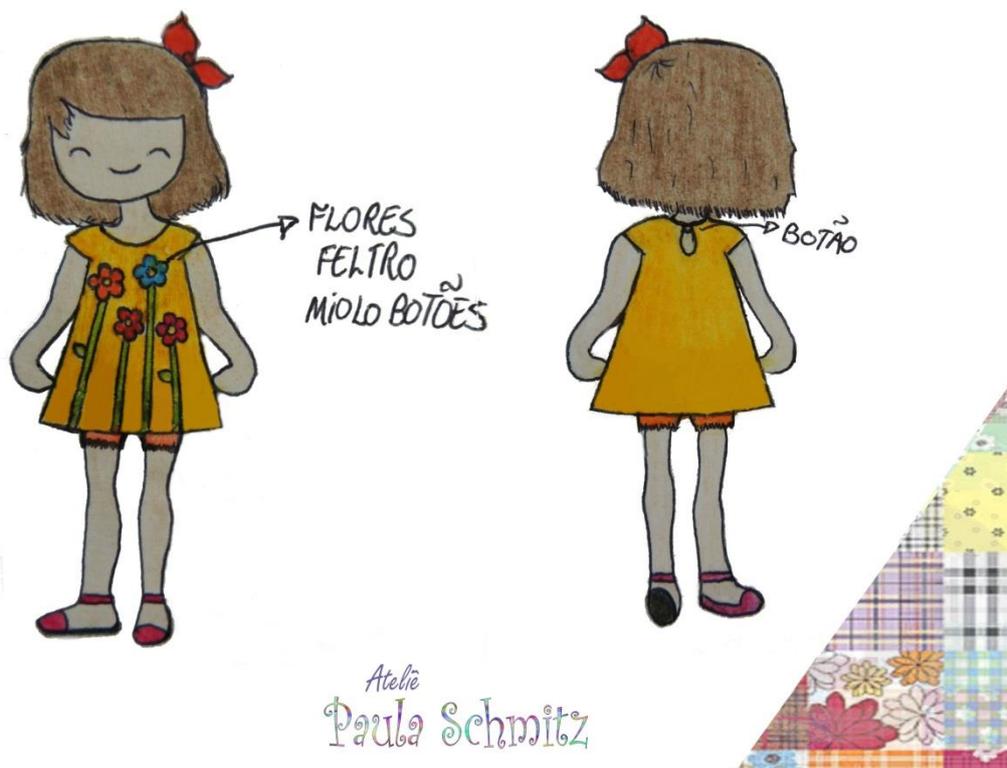
5.8 CROQUIS

Figura 19: Croqui 01.



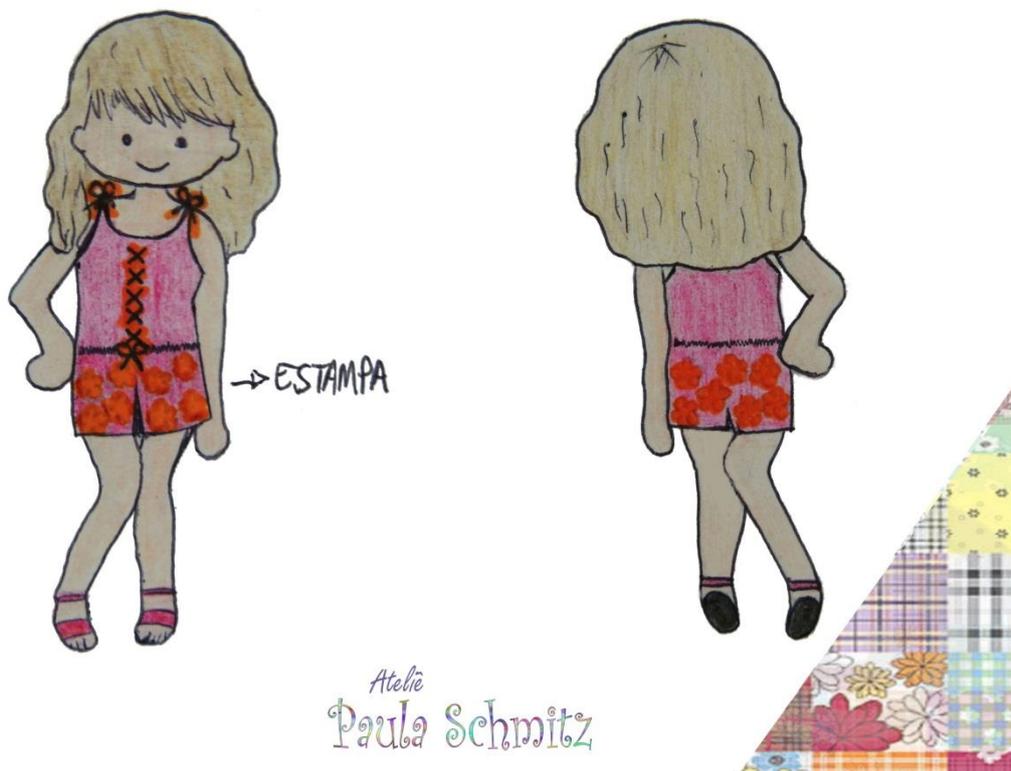
Fonte: Do autor, 2016.

Figura 20: Croqui 02.



Fonte: Do autor, 2016.

Figura 21: Croqui 03.



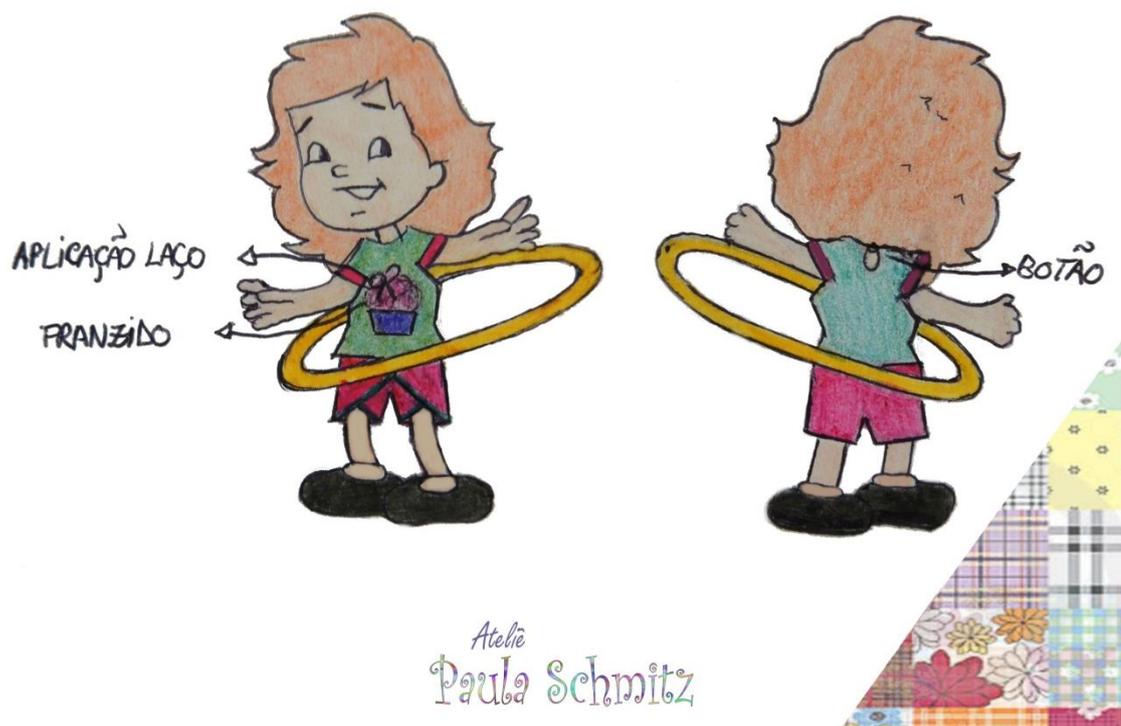
Fonte: Do autor, 2016.

Figura 22: Croqui 04.



Fonte: Do autor, 2016.

Figura 23: Croqui 05.



Fonte: Do autor, 2016.

Figura 24: Croqui 06.



Fonte: Do autor, 2016.

Figura 25: Croqui 07.

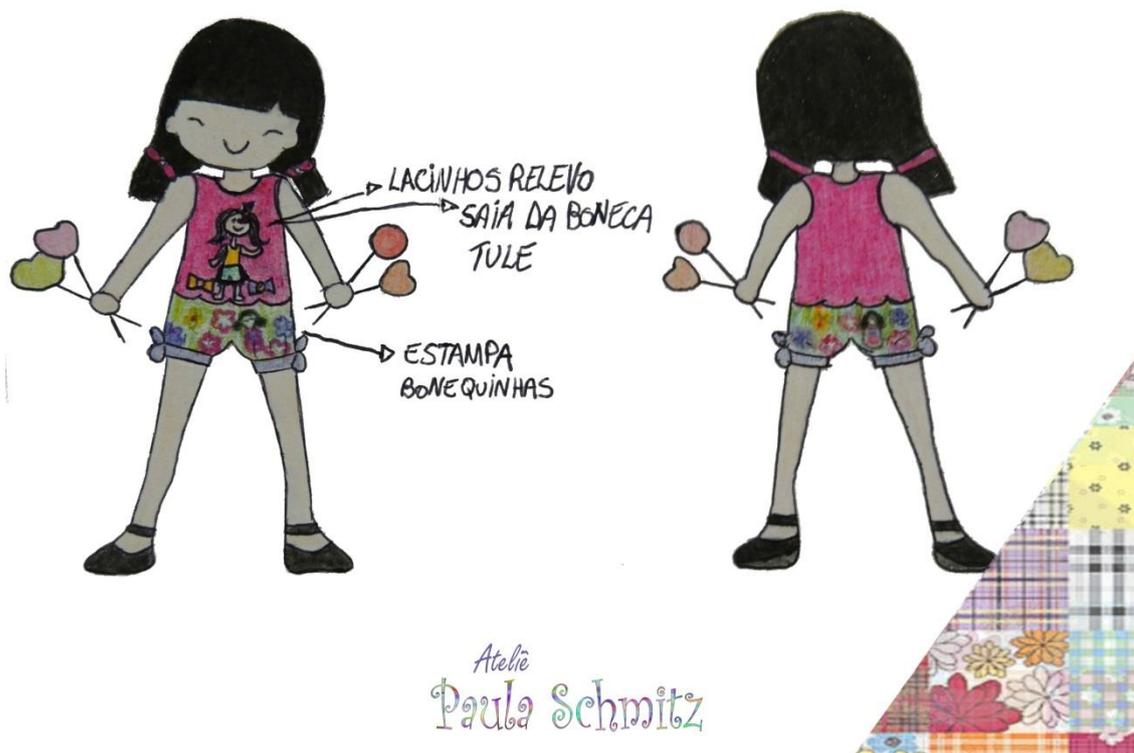


Figura 26: Croqui 08.

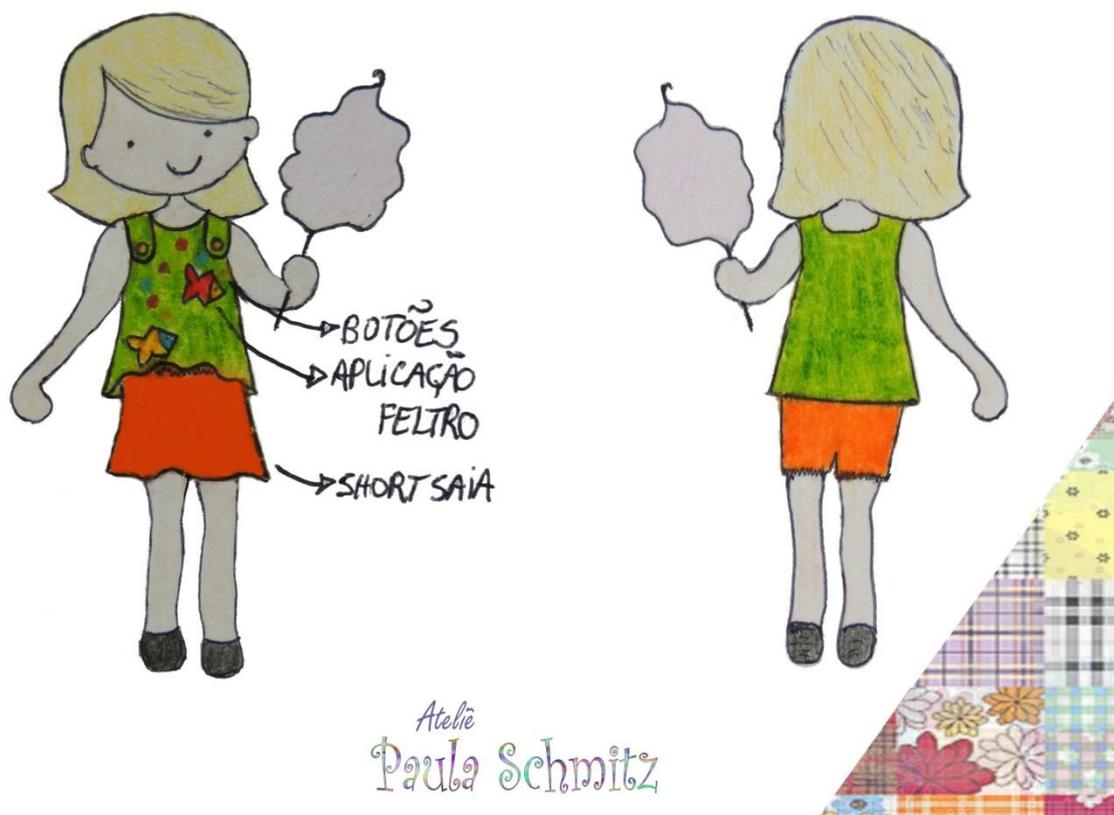
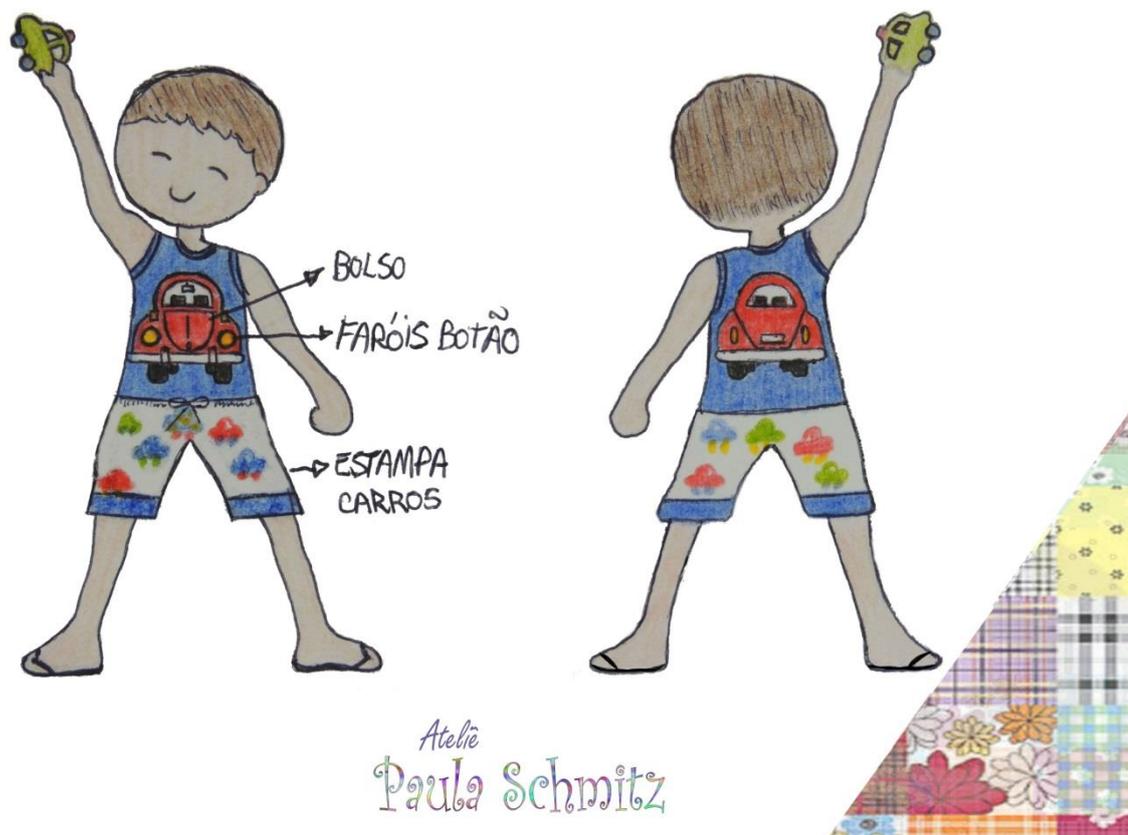
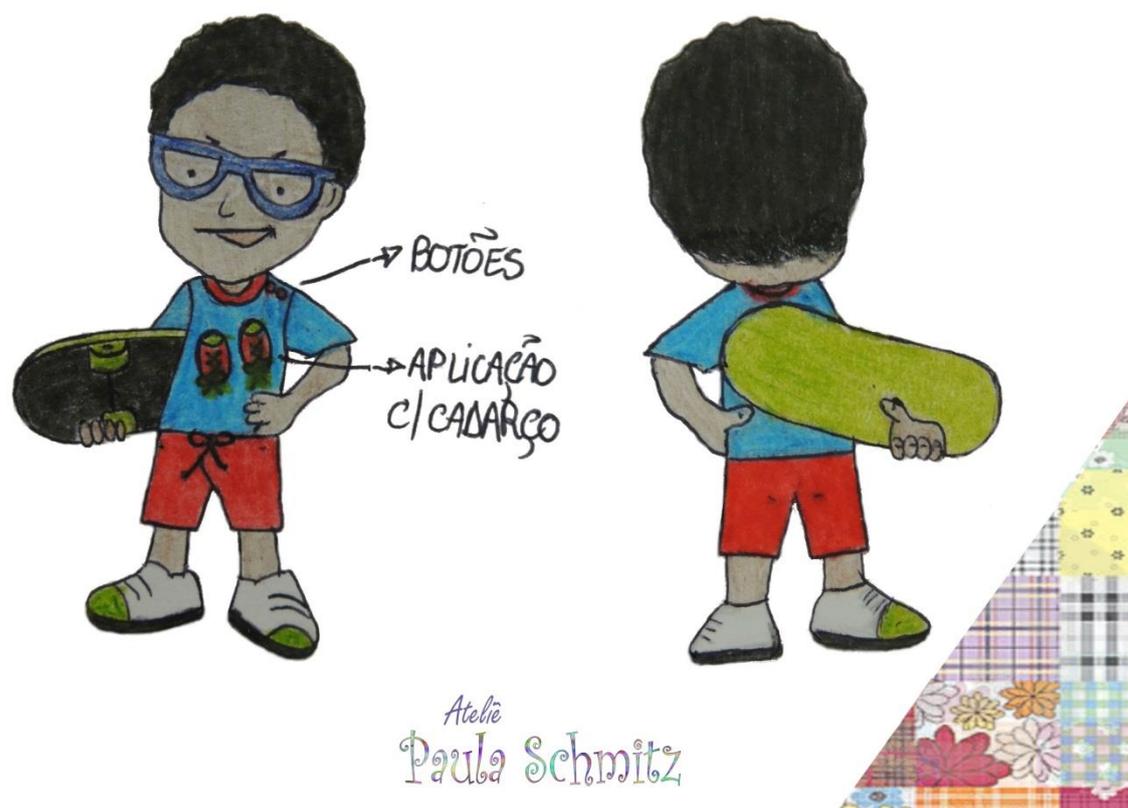


Figura 27: Croqui 09.



Fonte: Do autor, 2016.

Figura 28: Croqui 10.



Fonte: Do autor, 2016.

Figura 29: Croqui 11.



Figura 30: Croqui 12.

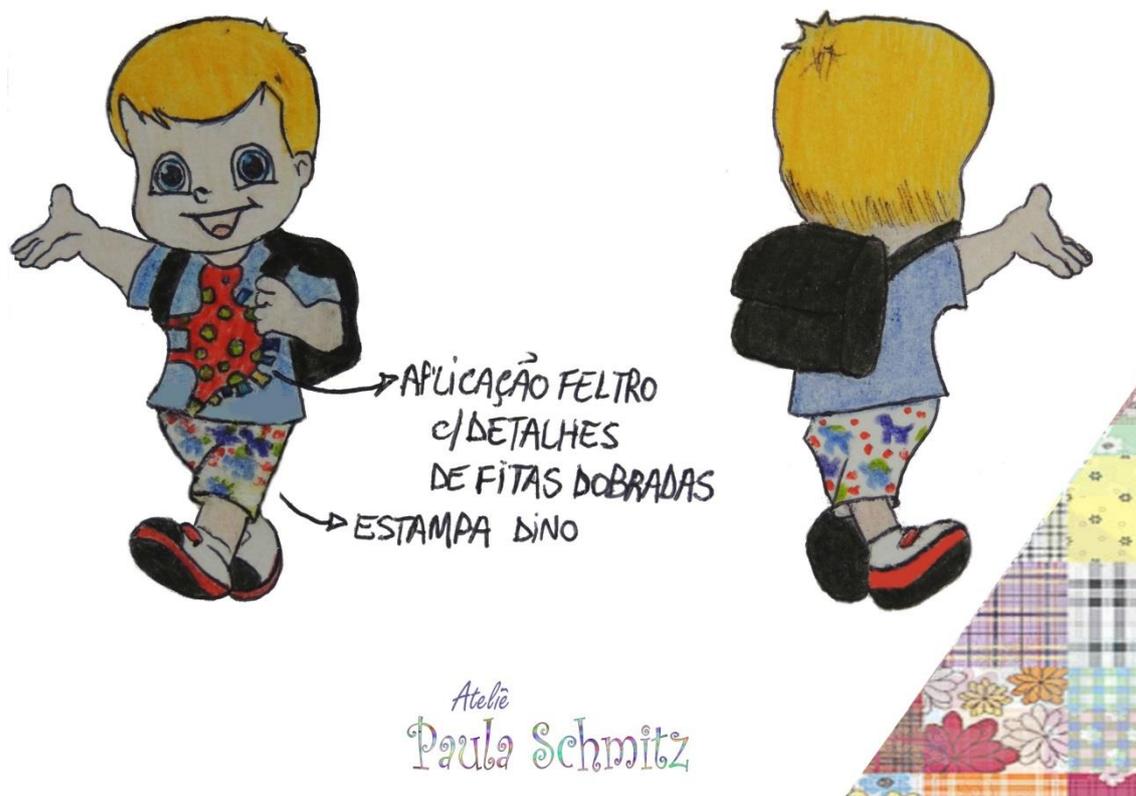


Figura 31: Croqui 13.



Fonte: Do autor, 2016.

Figura 32: Croqui 14.



Fonte: Do autor, 2016.

Figura 33: Croqui 15.



6 PROTOTIPAGEM

Como exigência desta modalidade de Trabalho de Conclusão de Curso do Bacharelado em Moda, de toda a coleção desenvolvida é necessário que três croquis sejam confeccionados e apresentados como peças prontas, modeladas, costuradas e montadas, com todos os acabamentos pertinentes, de acordo com a proposta apresentada na coleção desenvolvida.

Nesta seção do trabalho, portanto, oferecemos os produtos que foram confeccionados para apresentar à banca examinadora. Trata-se de dois looks para meninas e um para meninos, nos tamanhos 4, 6 e 8 anos, respectivamente.

A seguir, apresentamos os croquis, acompanhados de suas respectivas fichas técnicas.

6.1 LOOK 01: VESTIDO E SHORT

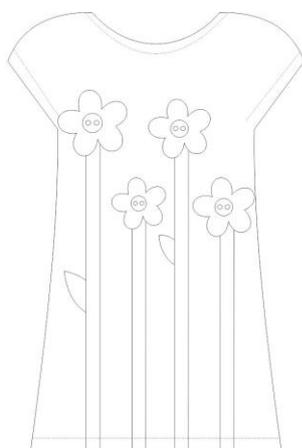
6.1.1 Croqui



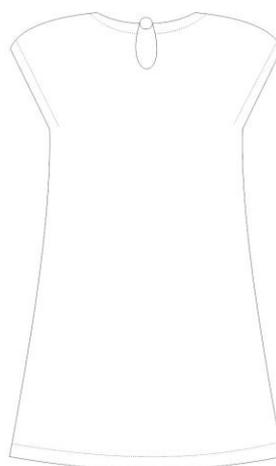
6.1.2 Fichas técnicas

FICHA TÉCNICA		Ateliê Paula Schmitz	
COLEÇÃO		REF.	
Brincadeira de criança		0001	
DESCRIÇÃO DO MODELO		DATA	
Vestido manga japonesa com aplicações flores		27/02/2016	
DESCRIÇÃO DAS ESPECIFICAÇÕES			
Vestido manga japonesa com aplicações de flores em feltro e botões. Abertura com botão nas costas. Bainha com agulha dupla na gola, mangas e barra. Ponto caseado nas aplicações.			

FRENTE



COSTAS



GRADE DO MODELO

pp	p	m	g	gg	1	2	3	4	6	8	10	12	14
RN	3m	6m	9m	12m	1a	2a	3a	4a	6a	8a	10a	12a	14a
								X					

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO	% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL		
Malha	100% algodão	-	Amarelo	DDD Malhas
Tricoline	97% algodão	3% elastano	Laranja	Marabá
Tricoline	97% algodão	3% elastano	Verde	Marabá

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Feltro	-	-	-	Várias	Caçula
Botão	-	-	4	Amarelo	Casa Mendes
Linha	100% poliéster	-	-	Várias	Caçula
Fio	100% poliéster	-	-	Amarelo	Caçula

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES

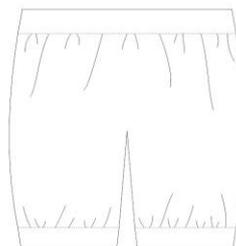
AMOSTRAS

--

FICHA TÉCNICA		Ateli Paula Schmitz
COLEÇÃO	Brincadeira de criança	REF. 0002
DESCRIÇÃO DO MODELO	Short com elástico.	DATA 27/02/2016
DESCRIÇÃO DAS ESPECIFICAÇÕES		
Short com elástico na cintura e na barra. Bainha simples.		

FRENTE

COSTAS



GRADE DO MODELO

pp	p	m	g	gg	1	2	3	4	6	8	10	12	14
RN	3m	6m	9m	12m	1a	2a	3a	4a	6a	8a	10a	12a	14a
								X					

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Tricoline	97% algodão		3% elastano	Laranja	Marabá

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Elástico	-				Caçula
Linha	100% poliéster		-	Várias	Caçula
Fio	100% poliéster		-	Amarelo	Caçula

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

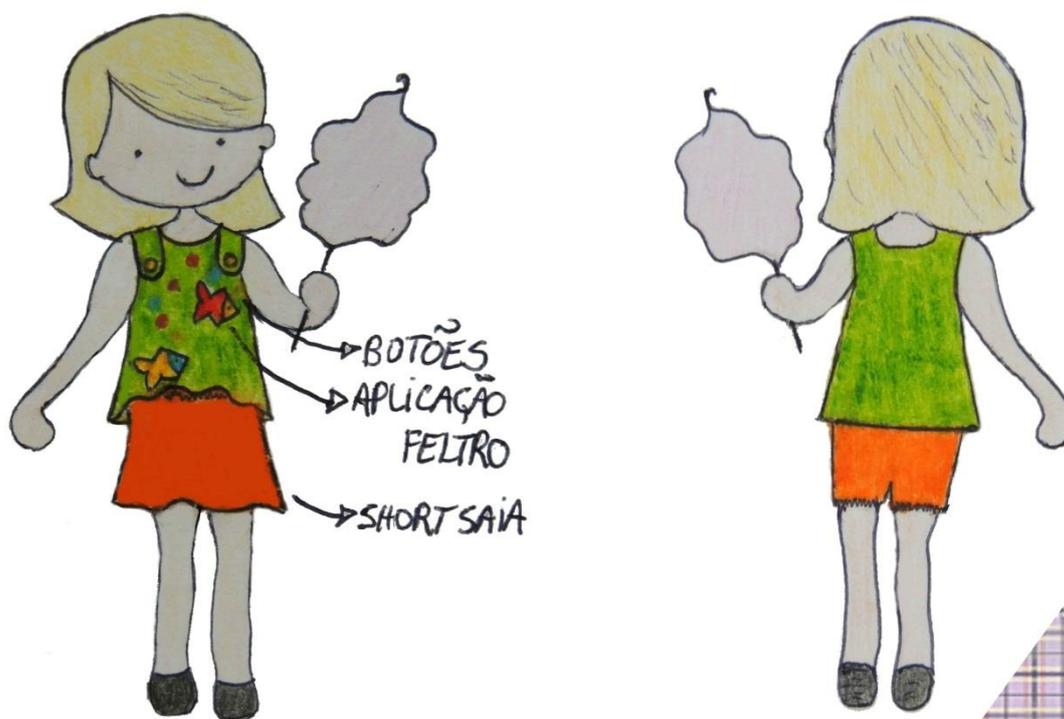
--

6.1.3 Fotos



6.2 LOOK 02: BLUSA E SHORT

6.2.1 Croqui



Ateliê
Paula Schmitz

6.2.2 Fichas técnicas

FICHA TÉCNICA		<i>Ateliê</i> Paula Schmitz
COLEÇÃO	REF.	
Brincadeira de Criança	0005	
DESCRIÇÃO DO MODELO	DATA	
Blusa peixinhos	27/02/2016	
DESCRIÇÃO DAS ESPECIFICAÇÕES		
Blusa com aplicação de peixes e botões, modelagem ondas na frente e detalhe nos ombros com botões. Bainha simples na gola, cavas e barra.		

FRENTE



COSTAS



GRADE DO MODELO

pp	p	m	g	gg	1	2	3	4	6	8	10	12	14
RN	3m	6m	9m	12m	1a	2a	3a	4a	6a	8a	10a	12a	14a
										X			

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Tricoline	97% algodão		3% elastano	Verde	Marabá

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Botão maior	-		2	Amarelo	Casa Mendes
Botão menor	-		7		Casa Mendes
Fio	100% poliéster		-	Azul	Caçula
Linha	100% poliéster		-	Azul	Caçula

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

FICHA TÉCNICA		Ateli Paula Schmitz
COLEÇÃO	REF.	
Brincadeira de Criança	0006	
DESCRIÇÃO DO MODELO	DATA	
Short saia	27/02/2016	
DESCRIÇÃO DAS ESPECIFICAÇÕES		
Short saia com elástico na cintura e barra do short. Costura simples na cintura e barra da saia e short		

FRENTE

COSTAS



GRADE DO MODELO

pp	p	m	g	gg	1	2	3	4	6	8	10	12	14
RN	3m	6m	9m	12m	1a	2a	3a	4a	6a	8a	10a	12a	14a
										X			

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Tricoline	97% algodão		3% elastano	Laranja	Marabá

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Elástico	-			-	Caçula
Fio	100% poliéster		-	Laranja	Caçula
Linha	100% poliéster		-	Laranja	Caçula

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

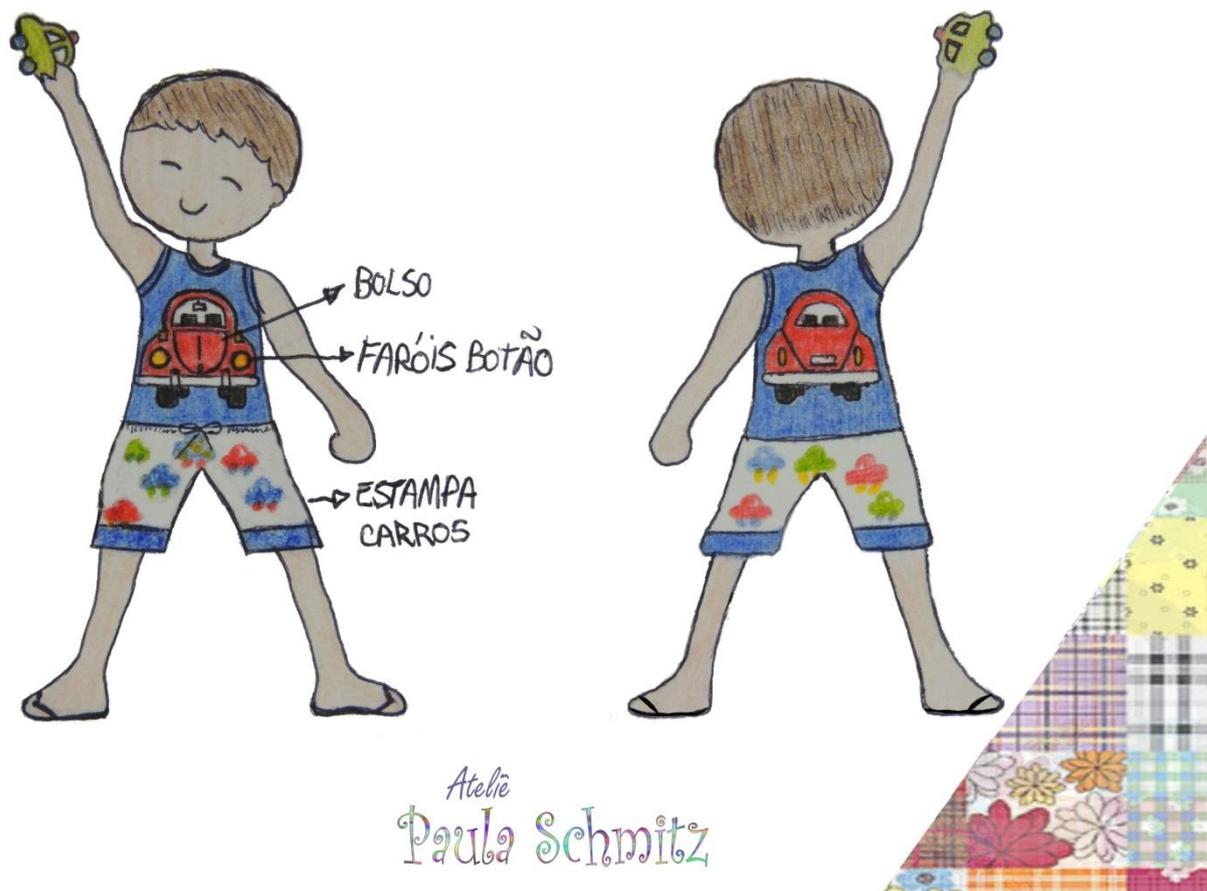
6.2.3 Fotos



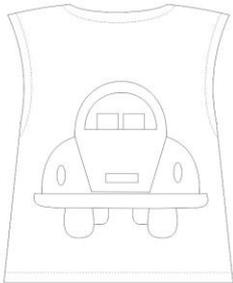


6.3 LOOK 03: CAMISETA E BERMUDA

6.3.1 Croqui



6.3.2 Fichas técnicas

FICHA TÉCNICA		Atelié Paula Schmitz
COLEÇÃO	Brincadeira de Criança	REF. 0003
DESCRIÇÃO DO MODELO	Camiseta carro.	DATA 27/02/2016
DESCRIÇÃO DAS ESPECIFICAÇÕES		
Camiseta aplicação carro e botões. Acabamento na cava e gola em ribana.		
FRENTE		COSTAS
		

GRADE DO MODELO

pp	p	m	g	gg	1	2	3	4	6	8	10	12	14
RN	3m	6m	9m	12m	1a	2a	3a	4a	6a	8a	10a	12a	14a
									X				

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Malha	100% algodão		-	Azul	DDD Malhas

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Ribana					DDD Malhas
Linha	100% poliéster		-	Azul	Caçula
Fio	100% poliéster		-	Azul	Caçula

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES

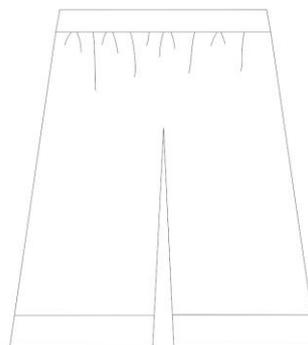
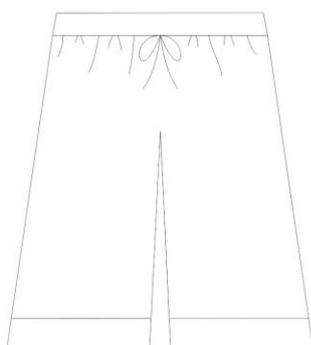
AMOSTRAS

--

FICHA TÉCNICA		Ateli Paula Schmitz
COLEÇÃO	REF.	
Brincadeira de Criança	0004	
DESCRIÇÃO DO MODELO	DATA	
Bermuda carros	27/02/2016	
DESCRIÇÃO DAS ESPECIFICAÇÕES		
Bermuda com estampa de carros, cadarço na cintura e detalhe na barra de tecido liso		

FRENTE

COSTAS



GRADE DO MODELO

pp	p	m	g	gg	1	2	3	4	6	8	10	12	14
RN	3m	6m	9m	12m	1a	2a	3a	4a	6a	8a	10a	12a	14a
									X				

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL	CORES	FORNECEDOR
		RENDIMENTO			
Algodão	100% algodão		-	Estampa	SJE Têxtil
Malha	100% algodão		-	Azul	DDD Malhas

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
		RENDIMENTO			
Cadarço		-		Azul	Casa Mendes
Linha	100% poliéster		-	Azul	Caçula
Fio	100% poliéster		-	Azul	Caçula

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

6.3.3 Fotos





6.3.4 Fotos dos 3 looks







(Fotos por Wallace Schmitz)

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ergonomia no vestuário infantil engloba vários fatores como a modelagem trabalhada a partir das medidas corporais, os tecidos, os aviamentos, os acabamentos e todos os aspectos que fazem parte da produção deste vestuário, visando sempre o conforto do usuário. A proposta de criar uma coleção de moda a partir da ergonomia aplicada ao vestuário infantil e trabalhando a interação nas aplicações sob o tema “Brincadeira de criança” foi de certa forma um desafio.

A marca *Ateliê Paula Schmitz* une diferenciais em suas peças que são produtos em pequena quantidade, artesanais, confortáveis, de cores alegres e seguindo as tendências do mercado. Além de proporcionar conforto, as peças interagem com seu público através das aplicações que contém elementos táteis e visuais.

Essa experiência foi muito satisfatória pois, à medida que foi sendo desenvolvida a pesquisa o interesse pelo assunto aumentava. As marcas citadas foram fontes essenciais, o que despertou ainda mais interesse para este tipo de roupa interativa.

As modelagens foram desenvolvidas a partir de uma base com o uso das medidas da tabela da ABNT e o modelo desenvolvido a partir da proposta, além disso, as aplicações artesanais ofereceram um diferencial ainda maior às peças pois são trabalhosas, expressivas, texturizadas e divertidas. Para a montagem foi seguida uma ordem mais comum como aplicar primeiramente os detalhes, depois overlocar e em seguida os acabamentos finais como a bainha. As aplicações foram cortadas manualmente, os botões aplicados por máquina e enfim, tudo conforme a proposta.

O curso me proporcionou maiores conhecimentos não só teóricos como prático, assim como este trabalho, pois para entender determinadas técnicas, a prática deve ser uma aliada. Este trabalho foi muito instigante e me proporcionou conhecer mais sobre ergonomia, algumas marcas e diferentes propostas e, com ele pretendo incitar outras pessoas a aprofundar mais este assunto e ao mercado, para que desenvolvam peças pensadas nas necessidades deste público, bem como para mim mesma, para continuar pesquisando e pensando num futuro onde a ergonomia seja prioridade sempre.

REFERÊNCIAS

- ABRAVEST. *ABRAVEST apresenta norma de padronização do vestuário infantil/bebê (NBR 15800)*. 24 de abril de 2015. Disponível em: <http://www.abraviest.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=108:htppwwwportaisdamodacombr&catid=1:noticias&Itemid=50>. Acesso em: 13 fev. 2016.
- BARBOSA, R. C. A.; GUEDES, W. *Vestuário e infância: entre a adequação e as determinações sociais*. In: ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE DISEÑO, 2007, Palermo. *Anales...* Buenos Aires, 2007.
- BAXTER, Mike. *Projeto de produto*. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.
- _____. *Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos*. 2. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2003.
- FISCHER, Anette. *Construção de vestuário*. Trad. Camila Bisol Brum Scherer. (Coleção Fundamentos do Design de Moda, v. 03). Porto Alegre: Bookman, 2010.
- GRAVE, Maria de Fátima. *A Modelagem sob a ótica da ergonomia*. 1. ed. São Paulo: Zenexx Publishing, 2004.
- HEINRICH, Daiane P. *Modelagem e técnicas de interpretação para confecção industrial*. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2005.
- _____. *Modelagem: ferramenta competitiva para a indústria da moda*. — Porto Alegre: SEBRAE/RS: FEEVALE, 2007.
- IIDA, Itiro. *Ergonomia: Projeto e produção*. São Paulo: Edgard Blucher, 1997.
- MERINO, Eugenio. *Introdução à ergonomia*. (Apostila da Disciplina de Ergonomia – UFSC). Florianópolis: UFSC, 2005.
- MORAES, A. de; MONT'ALVÃO, C. *Ergonomia: conceitos e aplicações*. Rio de Janeiro: IUSER, 2003.
- RECH, Sandra Regina. *Moda: Por um fio de qualidade*. Florianópolis: UDESC, 2002.

SPAINE, P. A. A. *Diretrizes teóricas para o processo de ensino da modelagem plana industrial do vestuário: sob o ponto de vista da indústria e do processo de ensino/aprendizado*. 2010. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Estadual Paulista, Bauru.

WISNER, Alain. *Por dentro do trabalho: Ergonomia: método & técnica*. Trad. Flora Maria Gomide Vezzà. São Paulo: FTd: Oboré, 1987.