

SILHUETAS E CORPOS NA MATURIDADE: COMO VESTI-LOS?

SILHOUETTE AND BODY AT MATURITY AGE: HOW TO DRESS THEM?

Jaqueline Ferreira Holanda de Melo¹
Maria Alice Vasconcelos Rocha²

1. RESUMO

O presente trabalho discute e analisa a variação do corpo feminino tomando por base as mensurações corporais obtidas com uma amostra de 25 consumidoras maduras com idade igual ou superior aos 50 anos. Para tanto, considera-se as variações do corpo humano assim como o sexo, a idade, o processo de envelhecimento e as preferências de consumo de produtos de moda-vestuário. Dentre os resultados, destaca-se a dificuldade em enquadrar essas mulheres no padrão de tamanhos existentes no mercado. Neste sentido, percebe-se que a segmentação de mercado atual existente ainda é inconsistente no atendimento das necessidades do crescente grupo de consumidoras maduras.

Palavras-chave: Vestuário. Consumo. Maturidade.

2. ABSTRACT

This paper discusses and analyzes the variation in female body using the measurements obtained with a sample of 25 mature consumers, over 50 years-old. The variations in the human body and other key variables such as sex, age, aging and consumption preferences were considered within the analyses. Among the results, it was observed that a standard set of commercial sizes becomes a major challenge for the fashion and clothing industry. In this sense, the movement targeting the grey market is still inconsistent taking into account the increase of the mature consumers' group.

Keywords: Clothing. Consumption. Aging.

¹ Aluna de Iniciação Científica do Curso de Bacharelado em Economia Doméstica da Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, PE, Brasil. Email: jaquelinefhm@gmail.com

² Professora Doutora do Departamento de Ciências Domésticas da Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, PE, Brasil. Email: modalice@dcd.ufpe.br

3. INTRODUÇÃO

A indústria brasileira do vestuário tem uma expressiva participação no produto nacional. Esta participação tende a crescer, dado o potencial do mercado consumidor brasileiro e as constantes mudanças na política econômica em nível global. Diversos fatores têm exercido forte influência nessa direção: a entrada dos produtos asiáticos, a estabilidade econômica, a implantação de novas tecnologias redutoras de custos, o fenômeno do endosso das celebridades e a valorização do design brasileiro. Esse último, aliado às tendências de moda, faz crescer o interesse geral dos consumidores e proporcionam uma elevação na qualidade da demanda pelas roupas no mercado.

Várias pesquisas enfatizam a insatisfação do consumidor com produtos de moda-vestuário em diversos mercados (KSA 1999; 2004). Parece existir uma lacuna ou falta de informação a respeito das reais necessidades dos consumidores, seja devido aos padrões de beleza e comportamento, seja devido à constante corrida por inovação que alimenta os ciclos de moda.

Como expressado anteriormente, ao olhar com mais profundidade a diversidade de consumidores/as, nota-se a preferência da indústria de moda-vestuário em satisfazer as expectativas dos consumidores jovens, sedentos por novidades e com um espírito de adaptação amplo. Por outro lado, é possível perceber a carência de estudos específicos que relacionem o amadurecer do ser humano e suas mudanças físico-corporais com a adequação das roupas.

Ao se levar em conta as projeções demográficas, observa-se que há uma tendência bastante evidente do aumento da média etária das populações, seja em nível mundial, seja no que tange ao envelhecimento da população brasileira. Portanto, cabe conhecer melhor as alterações necessárias para satisfação de um grupo de consumidores que tende a crescer e deixar de ser considerado um nicho de mercado em breve: as mulheres que ao envelhecer sentem as mudanças físicas de seus corpos, que eram jovens nas décadas de 60, 70 e 80, que participaram ativamente de movimentos sociais e culturais e que estes influenciam nas suas escolhas de produtos relacionados com o vestuário.

Considerando o exposto, este trabalho tem como objetivo principal aprofundar a investigação das preferências de consumidoras, com idade igual ou superior a 50 anos, para produtos de moda-vestuário, visando identificar conceitos de adequação anatômica

que influenciem na sua satisfação. Além disso, pretende-se mapear a diversidade de formatos corporais das consumidoras maduras com os Indicadores prioritários para o Consumo de Moda-Vestuário visando promover junto à indústria de confecções reflexões sobre os tamanhos dos produtos de moda-vestuário que possam atender aos requisitos apontados como prioritários para as consumidoras maduras.

4. REVISÃO DE LITERATURA

O ser humano é detentor de inúmeras necessidades inerentes a sua vivência e sobrevivência. Ao longo do tempo, estudos a respeito das necessidades humanas foram desenvolvidos, onde Maslow (STEPHENS & HEIL, 1998) se destaca como o primaz e matriz de referência. Segundo Maslow (*apud* SAMPAIO, 2009) o ser humano está constantemente satisfazendo e criando suas necessidades e desejos.

Maslow (*apud* ROCHA, 1999) discute que o comportamento de uma pessoa é motivado de acordo com suas necessidades, que sendo satisfeitas geram-se novas necessidades, classificadas por ele em: Fisiológica, de Segurança, Social, Estima e Auto-realização. Tais necessidades apresentam fatores que as definem e que as diferenciam, como por exemplo, a de Segurança está vinculada a questões de preservação do corpo e da saúde.

De acordo com Lima (2000), a pessoa que tem desejos e necessidades é consumidor, sendo assim, todos os indivíduos são consumidores em potencial. Ainda segundo a autora, vestir-se é parte de uma necessidade natural, visto que o corpo humano é sensível às intempéries e ao tempo e, portanto, tem necessidade de ser coberto.

Seguindo essa linha de pensamento, a investigação de preferências de consumidores/as para produtos de moda-vestuário apresenta-se relevante, em especial na busca de caminhos que levem à satisfação real de suas expectativas propulsoras de consumo vestimentar. Assim, dada à proximidade da roupa com o corpo, há também a necessidade da identificação de conceitos de adequação anatômica que influenciam no suprimento dessas suas expectativas, sejam estas tangíveis ou intangíveis.

Flügel (1966) é um dos grandes contribuintes acerca da discussão que a roupa possui funções, e apresenta os três motivos fundamentais para a sua existência: o enfeite, o pudor e a proteção. O enfeite tem a finalidade essencial de embelezar a

aparência física, de modo atrair olhares admiradores de outros e fortalecer a auto-estima, e o pudor, tende a ocultar as excelências físicas que possam atrair olhares, e geralmente evita que determinadas partes do corpo chamem muita atenção. Estas duas funções, mesmo sendo aparentemente contrárias, imbricam-se ainda, segundo o autor, numa necessidade de psicológica do ser humano. Já a função de proteção está ligada intimamente à proteção contra perigos e inconvenientes físicos e, não somente os perigos reais, mas também os imaginários, como por exemplo, a necessidade de proteção contra a ação dos maus espíritos.

A partir do exposto, adita-se ainda à discussão os estudos realizados por Rocha (1999, 2005, 2007), que apresentam os aspectos condicionantes do comportamento do/a consumidor/a do vestuário elencando 38 Indicadores para o Consumo de Moda-Vestuário: (1) Adequação Física; (2) Aparência Etária; (3) Beleza; (4) Bem Estar; (5) Caimento; (6) Clima; (7) Conforto; (8) Convenções Morais; (9) Cor; (10) Crenças; (11) Destaque; (12) Durabilidade; (13) Elegância; (14) Encantamento; (15) Estilo Pessoal; (16) Exclusividade; (17) Exposição do Corpo; (18) Fácil de Manter; (19) Funcionalidade; (20) Gênero Oposto; (21) Gosto; (22) Humor; (23) Ideologia; (24) Influência de Celebridade; (25) Julgamento de Imagem; (26) Marca; (27) Mesmo Gênero; (28) Moda; (29) Origens Raciais; (30) Ousadia; (31) Preço; (32) Profissão; (33) Qualidade; (34) Saúde; (35) Sazonalidade; (36) Sensualidade; (37) Tecido e (38) Versatilidade, e que podem formar as Necessidades de Maslow para as roupas.

Retornando à discussão sobre o corpo, Grave (2004) afirma que o corpo e o vestuário se comunicam num ritmo participativo. Nesse sentido, preocupações relacionadas com os movimentos e alterações corporais passam a ser estudados por diversas áreas, observando aspectos como sexo, raça, biótipo, atividade física, etc. Assim, os agentes que envolvem a vida cotidiana podem ser estudados pelo campo multidisciplinar da ergonomia, também conhecida como a ciência do conforto humano, visando a melhoria da qualidade de vida do indivíduo. Segundo Silveira (2004), essa área de estudo é definida por diversos questionamentos, sendo primordial considerar “como”, “quem” e “como”. Por fim, Moraes e Mont’Alvão (1998) defendem que a observação dos requisitos ergonômicos possibilita a maximização do conforto, satisfação e bem estar do usuário, assim como colaboram para a garantia da sua

segurança, minimização dos seus constrangimentos, custos humanos e cargas cognitivas, psíquica e física, dentre outros benefícios.

Ainda se falando em ergonomia, Menegucci e Santos (2010), a partir dos trabalhos de Iida (2005), consideram que a contribuição desta área do conhecimento pode ocorrer desde o início da concepção do projeto do produto, com o intuito de resolver problemas de qualidade do produto e destacam que nos produtos de vestuário, os princípios ergonômicos como as características do usuário, adequação e qualidade podem impedir a inadequação de formas e materiais. Mais que isso, Santos (2009) afirma que os estudos de ergonomia e de antropometria são fundamentais para a indústria do vestuário, pois é imprescindível “visualizar” o corpo antes de elaborar qualquer proposta de roupas.

No Brasil, mesmo com sua diversidade de corpos, caracterizada pela mistura de raças, e a conseqüente necessidade de conhecimento sobre tal diversidade com respeito à variedade corpórea, nota-se que há mais apoio ao sistema do culto à beleza e ao corpo padronizados, promovido pela publicidade e pela mídia. Segundo Formiga (2003), tal movimento foi estabelecido na década de 1960 com o apelo à magreza e à juventude, sendo esta, representada por jovens altamente consumidores das tecnologias e tendências continuamente lançadas no mercado.

No que tange à magreza, vale ressaltar que há esta variedade corpórea naturalmente entre os seres humanos, dentre aquelas apresentadas por Sheldon (*apud* IIDA, 2005). Essas variações contemplam corpos que podem ser: *ectomorfos* – formas alongadas, tendo o corpo e os membros longos e finos, com um mínimo de gorduras e músculos, *mesomorfos* – formas angulosas, apresentando uma cabeça cúbica, maciça, ombros e peitos largos e abdômen pequeno, possui pouca gordura subcutânea e; *endomorfos* – formas arredondadas e macias, com grandes depósitos de gordura.

Diante das variedades de corpos apresentadas, soma-se à discussão aquelas classificações de Aguiar (2004), que se destinam à identificação dos tipos físicos. Assim, segundo a autora, as silhuetas podem ser: **ampulheta** - ombros e quadris da mesma largura, cintura bem definida, costas largas e coxa volumosa; **triângulo invertido** – muito busto, ombros largos, quadris estreitos e pernas finas; **triângulo** – quadris e coxas mais acentuadas do que os ombros, ombros estreitos, quadris largos e coxas volumosas; **retângulo** – cintura não definida, harmonia entre as medidas do

ombro e dos quadris, braços e pernas finos em relação ao corpo e poucas curvas; e, por fim, **oval** – silhueta de formas arredondadas, volume nos quadris, cintura e busto, com barriga proeminente.

É relevante ainda mencionar que o sexo, o clima, a etnia, a genética, a classe social, a idade interferem nas variedades corpóreas e antropométricas (SILVEIRA, 2008). Assim, em relação ao culto à juventude, faz-se a ressalva de que o envelhecimento é, como todas as outras fases da vida, pertinente e relevante ao ser humano. Observa-se ainda que, segundo Narzi (2008), a expectativa de vida da população brasileira tem aumentado, e a participação demográfica das pessoas idosas, também chamadas de maduras, em sua maioria é de mulheres.

Outro aspecto considerável à discussão é a diferença entre os corpos de um jovem e de um idoso, dado que durante o envelhecimento há uma gradativa perda de forças e mobilidade, tornando os movimentos musculares mais fracos, lentos e de menor amplitude (IIDA, 2005). Contudo, como já exposto, a indústria do vestuário valoriza a magreza e a juventude difundidas no mercado. E, por sua produção em massa e necessidade de um corpo de referência, faz o uso de tabelas pré-definidas, que quando feito indiscriminadamente, resulta na inadequação dos produtos a muitos/as usuários/as, causando insatisfação para os/as mesmos/as (SILVEIRA, 2008).

A partir dessas abordagens, faz-se necessário considerar e estudar as variedades antropométricas da população, apesar da evidente dificuldade em customizar produtos para cada indivíduo em larga escala. Dificuldade esta que não torna impossível refinar as semelhanças existentes entre os biótipos e os grupos, para melhor satisfazê-los, como por exemplo: o público de consumidoras maduras de moda-vestuário, que tem reclamado da dificuldade em encontrar no mercado roupas que atendam suas necessidades.

No que se refere à roupa, um produto de moda-vestuário, faz-se mister somar à discussão as abordagens desenvolvidas por Rocha et al. (2009) e Batista e Rocha (2009) que investigaram três categorias de vestuário relacionados diretamente com o/a consumidor/a: a Roupa Ideal; a Roupa Predileta; e, a Roupa Encostada. Segundo as autoras, a Roupa Ideal é aquela que está no imaginário dos/as respondentes, a Roupa Predileta é aquela que lhe traz mais prazer em usá-la e a Roupa Encostada é a que traz

mais significados, pois pode estar encostada temporariamente por diversas razões, ou até definitivamente, embora pertença ao guarda-roupas do/a entrevistado/a.

Por fim, haja vista esta discussão também aludir às necessidades dos indivíduos em suas diversas esferas, como a psicológica, se torna importante ainda considerar, como as pessoas veem seus corpos, fazendo alusão à necessidade de Estima explicada por Maslow (apud CHIAVENATO, 1993), que está relacionada à maneira pela qual o indivíduo se vê e se avalia, denominado por muitos como autoimagem.

5. MATERIAIS E MÉTODOS

Para o alcance dos objetivos que se propõe este trabalho foi necessária a definição de uma amostra, formada por 25 mulheres com idade igual ou superior a 50 anos, moradoras da Região Metropolitana do Recife/PE, de diferentes classes sociais. As medições dos seus corpos foram realizadas no período de Dezembro de 2008 a Maio de 2009, onde foram avaliados a estatura e o peso, como também foram aferidas medidas transversais, longitudinais e circundantes do corpo.

Para assegurar um trabalho ético foi apresentado a cada mulher a ser entrevistada Um Termo de Compromisso, que explicava as fases da pesquisa, e assinado um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. No sentido de auxiliar a coleta de dados três questionários com variados estilos foram aplicados visando melhor compreender as preferências das consumidoras em relação a suas roupas Ideais, Prediletas e Encostadas, assim como caracterizar seus corpos e estilos de vida.

Para lidar de uma melhor forma no tratamento dos dados, interpretá-los e deles desenvolver considerações, os procedimentos metodológicos foram divididos em etapas, apresentadas a seguir.

5.1. Indicadores Imprescindíveis: Seleção Inicial

O início desta etapa é dada pela seleção de quais Indicadores para o Consumo de Moda-Vestuário propostos por Rocha (1999; 2007) e Rocha et al. (2005) contribuem para este trabalho em concordância com os objetivos da pesquisa, que são denominados neste trabalho de *Imprescindíveis*.

5.2. Indicadores: Prioridade das Mulheres Maduras

Nesta fase, são observados quais os Indicadores para o Consumo de Moda-Vestuário (ROCHA, 1999; 2007; ROCHA et al., 2005) que foram priorizados pelas mulheres maduras, seja pela maior presença ou pela menor presença destes em suas roupas. Os dados coletados são analisados por meio da classificação de roupas adotada por Rocha (2009) e Batista e Rocha (2009): ideais, prediletas ou encostadas e os Indicadores recorrentes denominados de prioritários.

5.3. Indicadores Coincidentes: Indicadores Imprescindíveis X Indicadores Prioritários

Neste estágio da pesquisa foram confrontados os Indicadores selecionados na primeira etapa, denominados de imprescindíveis com os Indicadores elencados na segunda etapa, denominados prioritários.

5.4. Análises de Morfologia Corporal: Corpo Real

Os dados coletados no questionário relacionado à morfologia corporal das mulheres são analisados em duas etapas distintas:

Parte 1: As análises consideram as morfologias corporais das mulheres de acordo com seus Índices de Massa Corpórea (IMC), calculados e interpretados de acordo com as recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS), ou seja, o peso em kg dividido pelo quadrado da altura em metros, determinando e correlacionando em qual classificação corporal estas poderiam estar de acordo com as abordagens de Sheldon (apud IIDA, 2005). Sabendo que a OMS recomenda como IMC ideal o que está entre o limite maior que 18 e menor que 25 e que considera acima de 25 pontos sobrepeso e maior que 30 pontos, obesidade; foi realizada uma correspondência que quando o IMC for menor que 18 pontos, os corpos são considerados ectomorfos; entre 18 e 25 pontos de IMC, os corpos são mesomorfos; IMC maior que 25 e menor que 30, os corpos são denominados de meso/endomorfos e acima de 30 pontos no IMC, corpos classificados como endomorfos.

Parte 2: Os valores das medidas brutas corporais aferidas nas mulheres são correlacionadas com as medidas propostas pela Norma Técnica NBR 13377 da ABNT³ para os tamanhos PP, P, M, G e GG no que tange os perímetros de busto, cintura e quadris. Após o enquadramento dos corpos das nestes tamanhos, foi feita uma correspondência com silhuetas definidas por (AGUIAR, 2004). Os tipos de silhuetas neste trabalho são denominadas de AVOX, onde a letra “A” representa a silhueta triângulo; a letra “V” a silhueta triângulo invertido, a letra “O” as silhuetas retangular e oval e a letra “X”, a silhueta ampulheta.

5.5. Análises de Morfologia Corporal: Corpo Ideal

Nesta etapa, os corpos das mulheres são classificados de acordo com os tipos de morfologia propostos por Sheldon (apud IIDA, 2005) e posteriormente feita a correspondência com os tipos de silhuetas recomendadas por AGUIAR (2004). Contudo, diferentemente da etapa anterior não foram levadas em consideração as medidas brutas das mulheres da amostra, mas sim os elementos que elas consideram mais marcantes nos seus corpos, seja em relação ao seu peso, suas medidas de busto, cintura e quadris, seja ao tamanho comercial do seu corpo – PP, P, M, G e GG. Os resultados desta auto-avaliação são denominados nesta pesquisa como padrões subjetivos.

5.6. Correlações entre Corpos: Reais e Ideais

Nesta etapa foram confrontadas as análises das morfologias dos corpos nas categorias Real e Ideal. Neste sentido, são observadas as semelhanças e diferenças, mulher a mulher, entre as classificações baseadas nas tipologias de Sheldon (apud IIDA, 2005) e o IMC, nas tipologias relacionadas com os tamanhos da ABNT e as tipologias de Aguiar (2004) provenientes dos corpos reais e as classificações obtidas segundo os padrões subjetivos oriundos dos corpos ideais.

³ NBR 13377: Medidas do corpo humano para vestuário: padrões referenciais. Associação Brasileira de Normas Técnicas, 1995.

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As análises dos dados, discussão dos resultados e equivalência com a literatura revisada são apresentadas a seguir, de acordo com a sequência exposta na seção relacionada aos materiais e métodos.

6.1. Indicadores Imprescindíveis: Seleção Inicial

A seleção dos indicadores imprescindíveis foi feita a partir dos Indicadores para o Consumo de Moda-Vestuário desenvolvidos por Rocha (1999; 2007) e Rocha et al. (2005), e considerando a necessidade de adequação de um produto ao usuário (SILVEIRA, 2008) e “*queda* impecável de cada modelo [*de roupa*] em cada silhueta”⁴, segundo Brandão (1976). Foram eles: **(1) Saúde** – representa a manutenção da condição de saudável através do vestuário; **(2) Conforto** – pressupõe a garantia da manutenção das necessidades fisiológicas atendidas com um grau maior de adequação; **(3) Adequação ao Biótipo** – expressa a preocupação do indivíduo em ser socialmente reconhecido e aceito dentro dos padrões eleitos pela sociedade; **(4) Bem Estar** – indica a aceitação dos hábitos e escolha do indivíduo pelo grupo social; **(5) Caimento** – indicador que pode expressar a preocupação do indivíduo em se apresentar bem e ser aceito socialmente. **(6) Versatilidade** – a capacidade de um produto do vestuário em ser adequado ou não para várias ocasiões.

Segundo Rocha (1999), o indicador **Saúde** faz parte da Necessidade Fisiológica; o indicador **Conforto** é parte integrante da Necessidade de Segurança e os indicadores **Adequação ao Biótipo**, **Bem Estar**, **Caimento** e **Versatilidade** compõem parte da Necessidade Social. Salienta-se que os indicadores que compõem as Necessidades de Estima e de Auto-realização no estudo de Rocha (1999) e relacionados aos atributos intangíveis de uma peça, não serão aprofundados nesta pesquisa.

No propósito do alcance da satisfação com o produto por meio da necessidade corporal, destaca-se que os indicadores escolhidos como prioritários estão ligados à antropometria e à ergonomia, pilares importantes ao desenvolvimento de uma roupa. Neste sentido, considera-se que a antropometria está relacionada com o conhecimento da forma e das medidas do corpo aplicado em projetos (BOUERI, 2008) e a ergonomia,

⁴ A *queda* a que Brandão se refere, atualmente é chamada caimento.

num sentido amplo, compreende o estudo dos critérios necessários para adaptar o ambiente e os produtos às características humanas (SILVEIRA, 2008).

6.2. Indicadores: Prioridade das Mulheres Maduras

Baseado nos trabalhos de Rocha (2009) e Batista e Rocha (2009) foram observados quais Indicadores para o Consumo de Moda-Vestuário (ROCHA, 1999; 2005; 2007) foram priorizados pelas 25 mulheres maduras da amostra. Vale salientar que a prioridade pode ter sido dada pelo fato dos indicadores estarem presentes ou ausentes (e desejados) em suas roupas e dessa forma, revelando os padrões ideais de uma roupa, seja ela predileta ou encostada.

Faz-se necessário explicitar que o termo priorizado se refere à maior ou menor quantificação de um valor real, onde foi calculada a média de cada um dos Indicadores, coletados nos questionários referentes à Roupas Ideais, à Roupas Prediletas e à Roupas Encostadas, e apresentadas numa escala de 20 pontos.

Assim, a seguir, estão apresentados os dez indicadores que foram considerados como os prioritários numa Roupas Ideal, Predileta e Encostada, conforme as declarações das mulheres maduras da amostra, juntamente aos dez menos presentes.

Como pode ser observado na Tabela 1, dentre os 38 Indicadores de Rocha (1999, 2005, 2007) mais presentes na **Roupa Ideal** foram eleitos como prioritários: Aparência Etária, Caimento, Clima e Adequação Física. Por outro lado, os Indicadores menos presentes foram: Convenções Morais, Influência de Celebridade, Crenças e Marca.

Tabela 1 - Média dos indicadores da roupa ideal

Indicadores Mais Presentes		Indicadores Menos Presentes	
APARÊNCIA ETÁRIA	18,4	ESTILO PESSOAL	11,6
CAIMENTO	19,8	IDEOLOGIA	11
CLIMA	19,8	ENCANTAMENTO	10,2
ADEQUAÇÃO FÍSICA	19,6	MODA	10
COR	19,4	PROTEÇÃO	9,8
SAZONALIDADE	19	QUALIDADE	9,6
VERSATILIDADE	19	CONVENÇÕES MORAIS	9
EXPOSICAO DO CORPO	18,8	INFLUÊNCIA DE CELEBRIDADE	9
BEM ESTAR	18,6	CRENÇAS	7,8
FUNCIONALIDADE	18,6	MARCA	7,2

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

Ao analisar a **Roupa Predileta**, pode-se observar (Tabela 2) que os indicadores mais presentes foram: Gosto, Conforto, Convenções Morais, Bem Estar, Cor, Sazonalidade, e, os menos importantes foram: Exposição do Corpo, Etnicidade, Marca, Profissão, Ousadia e Influência de Celebridade. É interessante destacar que o Indicador “Influência de Celebridade” não foi considerado importante no padrão da Roupa Ideal nem no padrão de Roupa Predileta.

Tabela 2 - Média dos indicadores da roupa predileta

Indicadores Mais Presentes		Indicadores Menos Presentes	
GOSTO	19,67	IDEOLOGIA	15,67
CONFORTO	19,5	MESMO GENERO	15,5
CONVENÇÕES MORAIS	19,5	JULGAMENTO DE IMAGEM	15,33
BEM ESTAR	19,33	SENSUALIDADE	15,17
COR	19,17	EXPOSICAO DO CORPO	14,83
CAIMENTO	19	ETNICIDADE	13,83
FÁCIL DE MANTER	18,83	MARCA	13,57
FUNCIONALIDADE	18,67	PROFISSÃO	13,57
HUMOR-ASTRAL	18,67	OUSADIA	13,17
TECIDO	18,43	INFLUÊNCIA DE CELEBRIDADE	8,83

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

Ao analisar os dados referentes à **Roupa Encostada**, pode-se observar (Tabela 3) que os indicadores mais presentes foram: Durabilidade, Fácil de Manter, Qualidade, Cor, Convenções Morais, Funcionalidade, e, os menos: Profissão, Bem Estar, Ousadia, Conforto, Ideologia, Influência de Celebridade. Neste ponto de análise, destaca-se que o Indicador “Cor” está presente tanto na roupa Encostada assim como na Roupa Predileta. Novamente o indicador “Influência de Celebridade” não está presente, mostrando que este indicador parece não pesar sobre a escolha de roupa das mulheres da amostra.

Tabela 3 - Média dos indicadores da roupa encostada

Indicadores Mais Presentes		Indicadores Menos Presentes	
DURABILIDADE	17,22	SENSUALIDADE	9,91
FÁCIL DE MANTER	16,52	ADEQUAÇÃO FÍSICA	9,57
QUALIDADE	15,3	JULGAMENTO DE IMAGEM	9,57
COR	14,78	MODA	9,22
CONVENÇÕES MORAIS	14,43	PROFISSÃO	9,22
FUNCIONALIDADE	14,36	BEM ESTAR	8,55
TECIDO	14,26	OUSADIA	8,52
BELEZA	14,09	CONFORTO	8,35
EXPOSICAO DO CORPO	14,09	IDEOLOGIA	7,48
PREÇO	13,22	INFLUÊNCIA DE CELEBRIDADE	5,91

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

Enfim, observando que entre os dez indicadores mais presentes nas três categorias de roupas (Tabelas 1, 2 e 3) foram Funcionalidade e Cor. Enquanto dentre os dez indicadores menos presentes (Ideologia e Influência de Celebridade), é possível que para as mulheres da amostra, independente da categoria da roupa, a priorização das suas vontades prevalece, não se deixando “Influenciar por Celebridades” ou por uma “Ideologia”. Por outro lado, o destaque para a Cor e Funcionalidade sinaliza que as suas personalidades são importantes.

6.3. Indicadores Coincidentes: Indicadores Imprescindíveis X Indicadores Eleitos

Considerando a etapa de verificação de Indicadores coincidentes, observa-se primeiramente que na Roupa Ideal, Caimento, Versatilidade, Adequação Física e Bem Estar, correspondem a quatro dos Indicadores Imprescindíveis selecionados na fase inicial. Já na Roupa Predileta apenas três indicadores imprescindíveis são correspondentes aos eleitos como prioritários: Conforto, Bem Estar e Caimento.

A Roupa Encostada não apresentou em nenhum dos seus Indicadores eleitos como prioritários correspondência direta com os Indicadores Imprescindíveis. Entretanto, dentre os menos presentes, três indicadores foram coincidentes: Adequação Física, Bem Estar e Conforto, o que talvez explique a motivação da roupa estar encostada.

A partir de tal verificação, pode-se sugerir que para melhor da satisfação das necessidades das consumidoras maduras, a roupa deve conter Indicadores como Caimento e Versatilidade e, principalmente Adequação Física, Bem Estar, Conforto. Tais indicadores são importantes por se apresentarem tanto presentes na Roupa Ideal e na Roupa Predileta, ou presentes na Roupa Ideal e menos presentes na Roupa Encostada, ou ainda, presentes na Roupa Predileta e menos presentes na Roupa Encostada.

É relevante ressaltar que o indicador Saúde, não foi identificado nem como mais ou menos presente nas três categorias de roupas. O referido indicador contribui para a manutenção da condição de vida saudável por meio do vestuário, está ligado às questões antropométricas e ergonômicas necessárias ao aumento da qualidade de vida e

satisfação de consumidores/as. Portanto, este resultado sugere um aprofundamento do tema em trabalhos futuros.

6.4. Análises de Morfologia Corporal: Corpo Real

Para a primeira parte da presente análise, adotou-se a equivalência na classificação de Sheldon (*apud* IIDA, 2005) e no Índice de Massa Corporal (IMC) das mulheres da amostra. Tendo em mãos o peso e altura, seus IMCs foram calculados, sendo encontrado que 20 das 25 mulheres estavam acima do recomendado pela OMS, ou seja com IMC entre 18 e 25 pontos (Tabela 4). Neste ponto, ressalta-se que a recomendação da OMS está relacionada com a saúde e não com aspectos estéticos, tão importantes no setor do vestuário.

Tabela 4 - Índice de massa corpórea das mulheres da amostra

Mulher	Idade	IMC
A01	54	27,266
A02	51	28,353
A03	54	29,053
A04	54	29,061
B01	57	28,508
B02	57	28,580
B03	55	40,742
B04	55	22,039
C01	63	20,569
C02	62	30,700
C03	62	34,294
C04	64	30,408
D01	65	25,530
D02	69	27,816
D03	68	28,084
E01	72	32,250
E02	72	30,359
E03	72	24,034
E04	71	26,740
F01	73	27,888
F02	75	24,238
F03	74	25,721
G01	81	29,667
G02	84	27,476
G03	80	28,444

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

Entretanto, conforme foi estabelecido inicialmente, o corpo que apresentasse IMC entre 18 e 25 pontos seria Mesomorfo, abaixo deste limite Ectomorfo, entre 26 e 33 pontos (sustentando a variação de sete pontos do limite) considerados Meso/Endomorfo e acima dos 33 pontos, Endomorfo. Contudo, buscando uma maior precisão na equivalência nas classificações pretendidas, foram adotados integralmente os padrões da OMS. Portanto, para Meso/endomorfo o intervalo foi instituído entre 25 e 30 pontos, enquanto que Endomorfo acima de 30 pontos (Tabela 5).

Tabela 5 - Classificação Morfo-corporal de Sheldon para a amostra

Classificação	Ectomorfo <18	Mesomorfo 18<IMC<25	Meso/endomorfo 25<IMC<30	Endomorfo >30
Nº de Mulheres	0	4	15	6

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

Desta maneira, como pode ser visto na Tabela 5, o corpo de nenhuma das mulheres foi classificado como Ectomorfo, enquanto que quatro foram classificadas como Mesomorfo, 15 como Meso/Endomorfo e, seis como Endomorfo.

Para a segunda parte desta análise, foi desenvolvida uma tabela identificada como “**Tamanhos e Medidas BCQ**”, sendo a sigla referente ao busto, cintura e quadris (Tabela 6). Tal tabela foi constituída da seguinte forma: partindo da norma 13377 da ABNT, que possui uma grade de tamanhos com as categorias PP, P, M, G e GG que estima medidas corporais variantes e correspondentes aos perímetros do busto, da cintura e dos quadris. Dessa maneira, tendo à disposição as medidas corporais brutas das mulheres da amostras, as comparações foram realizadas.

Tabela 6 - Medidas de BCQ* e tamanhos pela ABNT para a amostra

Mulher	Idade	Medidas Brutas			ABNT			
		B	C	Q	B	C	Q	Comb.
A01	54	104,5	95	106,5	G-GG	GG	M	GG.GG.M
A02	51	98	86	105	G	G-GG	M	G.GG.M
A03	54	102	94	121	G	GG-	GG-	G.GG.GG
A04	54	104	94	108	G-GG	GG-	G	GG.GG.G
B01	57	109	92	100	GG	GG	P-M	GG.GG.M
B02	57	104	98	103	G-GG	GG-	M	GG.GG.M
B03	55	130,5	117	128	GG	GG-	GG-	GG.GG.GG
B04	55	98	87	96,5	G	G-GG	P	G.GG.P
C01	63	88	74,5	93	P-M	M	P	MMP
C02	62	113	107,5	106	GG-	GG-	M	GG.GG.M
C03	62	112	110	108	GG-	GG-	G	GG.GG.G
C04	64	111	101	109	GG-	GG-	G	GG.GG.G
D01	65	95	79	99	M-G	M-G	P-M	G.GM
D02	69	104	89,5	105	G-GG	GG	M-G	GG.GG.G
D03	68	106,5	88	106	GG	GG	M	GG.GG.M
E01	72	108	92	114	G	GG-	G-GG	G.GG.GG
E02	72	109	94	109	GG	GG-	G	GG.GG.G
E03	72	98	88	97	G	GG	M-G	G.GG.G
E04	71	100	98	102	M-G	GG	P-M	G.GG.M
F01	73	97	88	103,5	M-G	GG	M	G.GG.M
F02	75	93	84	96	M	G	P	MGP
F03	74	94	91	102,5	M	GG	P-M	M.GG.M
G01	81	97	98	108	M-G	GG	G	G.GG.G
G02	84	99	92	107	G	GG	M-G	G.GG.G
G03	80	-	95	107	-	GG	M-G	-

*Nota: B = Busto, C = Cintura, Q = Quadril.

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

Após o feito, foi inserida uma coluna denominada “**Comb.**” na análise, que refere-se à *combinação* dos tamanhos dos três perímetros do corpo utilizados, como por exemplo: **GG.GG.M**, onde pela ordem, o *primeiro GG* corresponde ao busto, o *segundo GG* corresponde à cintura e **M** corresponde aos quadris. Deste modo, correlacionou-se estas combinações com as classificações que AGUIAR (2004) apresentou para os tipos de silhuetas, denominado de AVOX (Tabela 7).

Tabela 7 - Idade e silhueta AVOX* das mulheres da amostra

Mulher	Idade	Silhueta
A01	54	V
A02	51	O
A03	54	A
A04	54	V
B01	57	V
B02	57	V
B03	55	O
B04	55	O
C01	63	V
C02	62	V
C03	62	V
C04	64	V
D01	65	V
D02	69	V
D03	68	V
E01	72	A
E02	72	V
E03	72	O
E04	71	O
F01	73	O
F02	75	V
F03	74	O
G01	81	O
G02	84	O
G03	80	-

*Nota: a letra "A" representa a silhueta triângulo; a letra "V" a silhueta triângulo invertido, a letra "O" as silhuetas retangular e oval e a letra "X", a silhueta ampulheta.

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

A partir desta Tabela 7, verificou-se que duas mulheres têm silhueta triângulo "A"; treze tem a silhueta triângulo invertido "V"; nove tem a silhueta retangular/oval "O"; e nenhuma tem a silhueta ampulheta "X". Pela grande prevalência de silhuetas triângulo invertido e retangular/oval, sugere-se que provavelmente o busto das mulheres tende a aumentar com a idade, visto que muitas destas são mães. Vale ressaltar que após tal acontecimento na vida de uma mulher, seu corpo passa por mudanças aparentes, como o aumento do volume dos seios devido à amamentação.

6.5. Análises de Morfologia Corporal: Corpo Ideal

No que se refere aos dados relacionados com o corpo ideal, foi perguntado às mulheres da amostra como estas se viam em relação a seu peso: "um pouco abaixo do ideal", "na medida", "um pouco acima" ou "muito acima". Neste sentido, as respostas

das entrevistadas foram transformadas na classificação de Sheldon (*apud* IIDA, 2005) da seguinte forma (Tabela 8): Ectomorfo para “um pouco abaixo do ideal”; Mesomorfo para “na medida”; Meso/Endomorfo para “um pouco acima” e Endomorfo para “muito acima”.

Deste modo, nenhuma das mulheres declarou que estava “um pouco abaixo do ideal”, ou seja, subjetivamente nenhuma se classificou como Ectomorfo. Sete delas disseram estar “na medida” – Mesomorfo; onze se consideraram “um pouco acima” – Meso/Endomorfo e cinco das entrevistadas falaram estar “muito acima” – Endomorfo.

Tabela 8 - Padrão subjetivo de peso ideal (autoimagem) da amostra*

Classificação	“Um pouco abaixo do ideal”	“Na medida”	“Um pouco acima”	“Muito acima”
Nº de Mulheres	0	7	11	5

*Nota: Duas mulheres não responderam.

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

A segunda análise foi realizada considerando a classificação feita por Aguiar (2004). Vale salientar que a diferença para a análise anterior também está relacionada ao manequim comercial, denominado como “Mercado/Subjetivo” na Tabela 9, pelo fato de conter o tamanho que as mulheres da amostra declararam comprar/vestir: para busto (blusa), para cintura (saia) e para quadris (calça).

Tabela 9 - Medidas BCQ* e tamanhos comerciais (mercado/subjectivo)

Mulher	Idade	Medidas Brutas			Mercado/Subjectivo			
		B	C	Q	B	C	Q	Comb.
A01	54	104,5	95	106,5	G	PP	G	G.PPG
A02	51	98	86	105	M	M	M	M.M.M
A03	54	102	94	121	G	G	G	G.G.G
A04	54	104	94	108	G	G	G	G.G.G
B01	57	109	92	100	G	M	M	G.M.M
B02	57	104	98	103	GG	G	G	GG.G.G
B03	55	130,5	117	128	GG	GG	GG	GG.GG.GG
B04	55	98	87	96,5	M	G	M	M.G.M
C01	63	88	74,5	93	M	M	M	M.M.M
C02	62	113	107,5	106	G	GG	G	G.GG.G
C03	62	112	110	108	M	G	G	M.G.G
C04	64	111	101	109	G	G	M	G.G.M
D01	65	95	79	99	G	G	G	G.G.G
D02	69	104	89,5	105	M	M	OUTRO	M.M-
D03	68	106,5	88	106	M	M	M	M.M.M
E01	72	108	92	114	G	G	G	G.G.G
E02	72	109	94	109	G	G	G	G.G.G
E03	72	98	88	97	G	M	G	G.M.G
E04	71	100	98	102	M	M	M	M.M.M
F01	73	97	88	103,5	G	G	G	G.G.G
F02	75	93	84	96	M	M	M	M.M.M
F03	74	94	91	102,5	M	G	G	M.G.G
G01	81	97	98	108	M	GG	GG	M.GG.GG
G02	84	99	92	107	G	G	G	G.G.G
G03	80	-	95	107	-	G	G	-

*Nota: B = Busto, C = Cintura, Q = Quadris.

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

Nesta análise que traz a classificação AVOX e o Mercado/Subjectivo, observa-se que duas mulheres têm a silhueta triângulo invertido “V”; quatro mulheres têm a silhueta retangular/oval “O”; quatro mulheres têm a silhueta triângulo “A” e 14 mulheres têm a silhueta ampulheta “X”. Observa-se ainda que como a maioria das mulheres têm em suas mentes a idealização de seus próprios corpos, a correspondência com a silhueta da mulher esbelta, de cintura definida, que a sociedade toma como ideal, se torna recorrente.

6.6. Correlações entre Corpos: Reais e Ideais

Para a análise que correlaciona os corpos reais aos ideais, das sete mulheres que se declararam “na medida” seus corpos ideais, quatro correspondem, ou seja, tem

corpos reais mesomorfos, enquanto que os corpos reais das outras três entrevistadas, de acordo com os seus IMCs, classificam-se em meso/endomorfo. Se conclui, portanto, que estas últimas não se vêem como realmente são.

Das onze mulheres que responderam estar com seu corpo ideal “um pouco acima” – meso/endomorfo, quatro tem seus corpos reais na classificação endomorfos e uma tem corpo real mesomorfo, fato que demonstra que, como algumas das entrevistadas anteriores, também não se vêem como realmente se encontram.

Quatro das cinco mulheres que declararam estar com corpo ideal “muito acima” – endomorfo, apenas uma realmente se vê como é (corpo real) e quatro podem ter seus corpos reais classificados como meso/endomorfos, pois seus IMCs variam entre 25 e 30 pontos (Tabela 10).

Tabela 10 - Correlação entre os corpos

Mulher	Idade	Auto – visão	IMC	Sheldon (base IMC)
A01	54	Um pouco acima	27,266	Meso/endo
A02	51	Muito acima	28,353	Meso/endo
A03	54	Um pouco acima	29,053	Meso/endo
A04	54	Muito acima	29,061	Meso/endo
B01	57	Um pouco acima	28,508	Meso/endo
B02	57	Muito acima	28,580	Meso/endo
B03	55	Muito acima	40,742	Endomorfo
B04	55	Um pouco acima	22,039	Mesomorfo
C01	63	Na medida	20,569	Mesomorfo
C02	62	Um pouco acima	30,700	Endomorfo
C03	62	Um pouco acima	34,294	Endomorfo
C04	64	Um pouco acima	30,408	Endomorfo
D01	65	Na medida	25,530	Meso/endo
D02	69	Um pouco acima	27,816	Meso/endo
D03	68	Um pouco acima	28,084	Meso/endo
E01	72	-	32,250	Endomorfo
E02	72	Um pouco acima	30,359	Endomorfo
E03	72	Na medida	24,034	Mesomorfo
E04	71	Na medida	26,740	Meso/endo
F01	73	Muito acima	27,888	Meso/endo
F02	75	Na medida	24,238	Mesomorfo
F03	74	Na medida	25,721	Meso/endo
G01	81	Um pouco acima	29,667	Meso/endo
G02	84	Na medida	27,476	Meso/endo
G03	80	-	28,444	Meso/endo

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

De acordo com os tipos de silhueta (AGUIAR, 2004) e baseadas nos tamanhos encontrados por meio do cruzamento das medidas brutas dos corpos reais com as medidas propostas pela ABNT, os números divergem em relação ao resultado mostrado pelos padrões subjetivos, ou seja, corpos ideais.

Tabela 11 - Idades, silhuetas, tamanhos e combinações

Mulher	Idade	AVOX (Subjetivo)	Comb. (Subjetivo)	AVOX (ABNT)	Comb. (ABNT)
A01	54	X	G.PPG	V	GG.GG.M
A02	51	X	M.M.M	O	G.GG.M
A03	54	X	G.G.G	A	G.GG.GG
A04	54	X	G.G.G	V	GG.GG.G
B01	57	V	G.M.M	V	GG.GG.M
B02	57	O	GG.G.G	V	GG.GG.M
B03	55	O	GG.GG.GG	O	GG.GG.GG
B04	55	O	M.G.M	O	G.GG.P
C01	63	X	M.M.M	V	MMP
C02	62	O	G.GG.G	V	GG.GG.M
C03	62	A	M.G.G	V	GG.GG.G
C04	64	V	G.G.M	V	GG.GG.G
D01	65	X	G.G.G	V	G.GM
D02	69	A	M.M-	V	GG.GG.G
D03	68	X	M.M.M	V	GG.GG.M
E01	72	X	G.G.G	A	G.GG.GG
E02	72	X	G.G.G	V	GG.GG.G
E03	72	X	G.M.G	O	G.GG.G
E04	71	X	M.M.M	O	G.GG.M
F01	73	X	G.G.G	O	G.GG.M
F02	75	X	M.M.M	V	MGP
F03	74	A	M.G.G	O	M.GG.M
G01	81	A	M.GG.GG	O	G.GG.G
G02	84	X	G.G.G	O	G.GG.G
G03	80	-	-	-	-

Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

Observando a Tabela 11, pode-se notar que apenas quatro mulheres apresentaram correspondência (destaque em amarelo) entre os “AVOXs”. Vale notar ainda que essa “equivalência” é total apenas no tipo de silhueta, mas não entre os tamanhos para a estruturação das *combinações* dos tamanhos (destaque em verde). Diante do exposto, é relevante pontuar que estas combinações dos tamanhos de busto, cintura e quadris para o “AVOX”, respaldado na ABNT, são baseadas nas diferenças perimetrais que priorizam corpos de modelos jovens. Considerando as proporções das

mulheres maduras, provavelmente, pode-se obter outras classificações de silhuetas que levassem em consideração outros padrões.

7. RECOMENDAÇÕES

Baseando-nos em todo o processo de análise e discussão acerca da Morfologia Corporal das mulheres da amostra, foram discutidas questões referentes às medidas adotadas em tabelas comerciais, mas pela prevalência de silhuetas triângulo invertido (treze casos) e retangular/oval (nove casos), é necessário lembrar que muitas das mulheres maduras são mães. Valendo-se assim lembrar, como dito anteriormente, que a maternidade altera o corpo de uma mulher, fazendo-a passar por mudanças temporárias e permanentes (CUNHA, 2005), que devem ser consideradas no estudo sobre roupas para mulheres acima dos 50 anos.

No entanto, em relação a essa prevalência, ressalta-se também em considerar o próprio processo do envelhecimento discutido anteriormente, no qual alterações corporais como a cifose, quando não congênita, ocorrem. É necessário levar em consideração que essas alterações são mais frequentes nesta fase da vida do que em outras (IIDA, 2005), e precisam de reflexão no desenvolvimento de roupas e demais produtos para um grupo de pessoas na maturidade.

Diante das análises, segundo Sheldon *apud* Iida (2005) salienta-se, ainda, a necessidade de considerar as intraclassificações e as interclassificações corporais, onde mulheres podem ser endomorfas quanto meso-endomórficas ou ectomorfas, independentemente dos tipos de silhuetas AVOX (AGUIAR, 2004) que possam apresentar, ou seja, uma silhueta “A”, pode ser encontrada tanto para uma pessoa de perfil ectomorfo quanto de um perfil endomorfo.

Assim sendo, definir um padrão de tamanhos se torna um grande desafio, embora já esteja sendo pensado em muitas áreas do conhecimento e países do mundo, sem muito sucesso mas alguns avanços. Neste sentido, o movimento de segmentação de mercado existente, ainda é pouco para o crescente grupo de consumidoras maduras. Não obstante a produção em larga escala seja a prevalente no mercado, há necessidade de abranger uma maior diversidade de públicos, variando antropometricamente seja por idade, etnia, classe, gênero, como aponta Silveira (2008).

Deste modo, sugere-se para futuros trabalhos sobre **tamanho de roupas**, que seja considerado aferição de medidas corporais, pois pelas imagens dos corpos de algumas mulheres que permitiram ser fotografadas, vê-se que grande parte dos problemas de caimento da roupa ou do tamanho (numeração) está ligada à circunferência da cintura (Quadro 1).

Quadro 1 - Imagens de algumas mulheres da amostra – foco na cintura



Fonte: Banco de Dados do próprio Projeto de Pesquisa.

O confronto dos dados contidos na Tabela 6, que apresenta as medidas de busto, cintura e quadris das mulheres pertencentes à amostra, com os da Tabela 12, que contém as medidas de circunferência segundo a NBR 13.377 da ABNT para o vestuário feminino, leva a algumas reflexões acerca dos tamanhos de roupas mormente presentes no mercado.

Tabela 12 - Medidas corporais para o vestuário feminino

Tamanhos	PP		P		M		G		GG		3G		4G
	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56	58	60
Busto	80	84	88	92	96	100	104	108	112	116	120	124	128
Quadris	88	92	96	100	104	108	112	116	120	124	128	132	136
Cintura	62	66	70	74	78	82	86	90	94	98	102	106	110
Cintura para Cós Baixo	72	76	80	84	88	92	96	100	104	108	112	116	120

Nota: Pessoas abaixo de 1,55m = curto (menos 4cm nos comprimentos do corpo e mangas); Pessoas acima de 1,70m = longo (mais 4cm nos comprimentos do corpo e mangas). Devido ao processo industrial, considerar uma variação de + ou - 1%. Fonte: <http://www.uniforme.com.br/medidas.html>

Disponível em: <http://www.uniforme.com.br/medidas.html>

Diante destas duas tabelas (6 e 12), pode-se observar que 16 mulheres têm a cintura a partir da numeração 48, tamanho G. Ao se avaliar o que vem sendo oferecido

no mercado, geralmente até a numeração 48 e não até a 60 (como compreende a NBR 13.377), urge a produção de modelos até a faixa posta pela ABNT, se há a pretensão de atender o público maduro.

Assim, esta pesquisa recomenda ainda averiguar se os modelos que estão sendo ofertados para as consumidoras maduras seguem as tendências de moda ou são *demodées*, se levam em consideração o cuidado no desenvolvimento dos modelos para um público com necessidades específicas, que embora maduro, e acima ou abaixo do seu peso ideal, é informado e antenado.

É importante também destacar, a perspectiva de Heinrich, Carvalho e Barroso (2008), que discute as medidas utilizadas para categorizar o Tamanho (numeração), sugerindo uma proposta de aprimoramento do processo de obtenção de medidas corporais para que os produtos de moda-vestuário possam ser mais bem desenvolvidos. Tal processo considera a inserção de posições corporais que simulem os movimentos do indivíduo, considerando os princípios da biomecânica para tal. Os autores justificam tal processo pelo fato de que os movimentos ocasionam alterações nas dimensões músculo-esqueléticas dos diversos segmentos do corpo que devem ser contemplados no momento de se desenvolver uma vestimenta.

Por fim, sabendo que segundo Iida (2005), os produtos devem possuir três características desejáveis: qualidade técnica, qualidade ergonômica e qualidade estética; e que, dependendo do produto pode haver predominância de uma qualidade por outra, chama-se a atenção para o fato que a roupa, além da cumprir sua função básica de vestir, com qualidade ergonômica, é preciso focar com a mesma intensidade nas suas qualidades estéticas. Para concluir, vale lembrar que esta pesquisa investigou produtos de moda-vestuário para mulheres com opinião formada, que preferem o conforto à moda, sem, no entanto, desprezá-la, visto que, inclusive, viveram a época do lançamento da minissaia e de tantas outras modas e estilos revolucionários.

8. AGRADECIMENTOS

Ao CNPq pelo financiamento do Projeto “Estudo do Consumo de Produtos de Moda-Vestuário por Mulheres Maduras: Suporte para o Design Inclusivo” por meio do Edital 57/2008, ao Programa de Iniciação Científica da UFRPE/CNPq pela bolsa e a todas as mulheres maduras que colaboram para a realização desta pesquisa.

9. REFERÊNCIAS

AGUIAR, Titta. **Personal Stylist**: Guia para Consultores de Imagem. 2ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Orientações para medidas do vestuário: Norma NBR 13.377**. Disponível em: <<http://www.uniforme.com.br/medidas.html>>. Acesso em: 01 Jun 2010.

BATISTA, Maria Célia Padula; ROCHA, Maria Alice Vasconcelos. **Consumo e Estilo de Vida de Mulheres Maduras: reflexões por meio das roupas**. XX Congresso Brasileiro de Economia Doméstica, VIII Encontro Latino-Americano de Economia Doméstica e I Encontro Intercontinental de Economia Doméstica. UFC/ABED: Fortaleza, 2009.

BRANDÃO, Gil. **Aprenda a Costurar**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1976.

BOUERI, José Jorge. Sob Medida: antropometria, projeto e modelagem. In: **Design De Moda: Olhares Diversos**. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral da Administração**. 4ª ed. São Paulo: Makron books, 1993.

CUNHA, Fernanda Pinto dos Santos. **A gravidez da adolescente**. - Lisboa: Direcção-Geral da Saúde, 2005.

FORMIGA, Simone. O design do corpo como determinante da identidade feminina. In: **II Seminário Internacional Educação Intercultural, Gênero e Movimentos Sociais**, 2003, Florianópolis. II Seminário Internacional Educação Intercultural, Gênero e Movimentos Sociais. Identidade, diferença, mediações, 2003.

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

HEINRICH, Daiane Pletsch; CARVALHO, Miguel Ângelo Fernandes; BARROSO, Mônica Frias da Costa Paz. **Ergonomia e Antropometria aplicadas ao vestuário – discussão analítica acerca dos impactos sobre o conforto e a qualidade dos produtos**. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A6008.pdf> Acesso em: 07 Ago 2011.

IIDA, Itiro. **Ergonomia**: projeto e produção. 2ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Blucher, 2005.

LIMA, Paula Garcia. **Moda, necessidade e consumo**. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A6037.pdf> . Acesso em: 29 Jan 2010.

MENEGUCCI, Franciele; FILHO, Abílio Garcia Santos. **Proteção e conforto: a relação entre os tecidos e o design ergonômico do vestuário para idosos.** In: Anais eletrônicos do 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Disponível em: <<http://blogs.anhembri.br/congressodesign/anais/artigos/69803.pdf>> Acesso em: 01 Ago 2011.

MORAES, Anamaria de; MONT'ALVÃO, Claudia. **Ergonomia: Conceitos e Aplicações.** Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

NASRI, Fabio. **Demografia e Epidemiologia do Envelhecimento: O envelhecimento populacional no Brasil.** Disponível em: <<http://apps.einstein.br/revista/arquivos/PDF/833-Einstein%20Suplemento%20v6n1%20pS4-6.pdf>>. Acesso: 09 Out 2009.

ROCHA, Maria Alice Vasconcelos. **Contribuição ao Desenvolvimento de uma Metodologia para a Caracterização do Comportamento do Consumidor da Indústria do Vestuário: Uma Abordagem Segundo Maslow.** 1999. Mestrado em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Pernambuco. Pernambuco, 1999.

ROCHA, Maria Alice Vasconcelos. **Study of Consumer Clothing Behaviour and its Relevance to Successful Fashion Product Development.** PhD thesis in Fashion Design. University College for the Creative Arts/University of Kent, United Kingdom, 2007.

ROCHA, Maria Alice Vasconcelos, HAMMOND, Lynne, HAWKINS, David. Age, Gender and National Factors in Fashion Consumption. **Journal of Fashion Marketing and Management**, Volume 9, Issue 4, 2005, pp. 380-390.

ROCHA, Maria Alice Vasconcelos, HAMMOND, Lynne, HAWKINS, David. Os Indicadores do Consumo de Moda-Vestuário: compreendendo preferências por meio da roupa predileta. **Oikos** (Viçosa, MG), v.20, p.57 - 76, 2009.

SAMPAIO, Jáder dos Reis. **O Maslow desconhecido: uma revisão de seus principais trabalhos sobre motivação.** In: R.Adm., São Paulo, v.44, n.1, p.5-16, jan./fev./mar. 2009.

SANTOS, Cristiane de Souza dos. O Corpo. In: SABRA, Flávio. **Modelagem – Tecnologia em Produção de Vestuário.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.
SILVEIRA, Dierci. **Programa de Ergonomia nas Organizações: reflexões e estratégia para implementação.** Rio de Janeiro: CAPES/FAPERJ, 2004.

SILVEIRA, Icléia. Usabilidade do Vestuário: Fatores Técnicos/Funcionais In: **Modapalavra e- periódico**, Ano 1, n.1, jan-jul, 2008, pp. 21-39.

STEPHENS, D. & HEIL, G. **Maslow on Management: Maslow, Abraham, with Contributions and Commentary.** New York: John Wiley & Sons, 1998.

*Recebido em 20 de abril de 2011 Aceito em 05 de julho de 2011.