

Análise dos parâmetros que influenciam na compra de sutiãs tamanhos superiores a 46

Analysis of parameters affecting the purchase of bras sizes exceeding 46

AIEX, Viviane I Mestre

Universidade Estadual de Londrina
vivianeaiex@hotmail.com

MARTINS, Suzana I Doutora

Universidade Estadual de Londrina
suzanabarreto@onda.com.br

Resumo

Apesar da diversidade de modelos de sutiãs encontrados à venda no mercado, ainda existe grande dificuldade em adquiri-lo com satisfação por muitas mulheres, pois muitos não atendem alguns pré-requisitos ergonômicos, como conforto, usabilidade e funcionalidade, principalmente, para quem usa tamanho superior a 46. Considerando que a maioria das mulheres possuem biotipos diferentes, é compreensível que muitas se sintam insatisfeitas com os modelos de sutiãs encontrados nas lojas. Resultando na sensação de frustração, pois a maioria se sente excluída do modelo “padrão” ditado pela moda, o de serem magras ou de usarem tal numeração. Portanto, o presente trabalho visa detectar as maiores reclamações desse público em relação às opções de sutiãs ofertados, para determinar quais parâmetros devem permear os novos modelos.

Palavras Chave: Sutiãs. Ergonomia. Tamanho acima 46.

Abstract

Despite the diversity of models of bras found on the market, there is still great difficulty in acquiring it with satisfaction, because many do not meet some prerequisites ergonomic, such as quality, functionality and usability, especially for those who use size exceeding 46. Whereas most women have different body types, it is understandable that many feel unsatisfied with the bras models found in stores. Resulting in feelings of frustration, because most feel excluded from the “standard” model dictated by fashion, to be thin. Therefore, this work aims to detect the biggest complaints that public regarding the options of bras offered, ergonomic criteria to determine which should permeate the new models.

Keywords: Bras. Ergonomics. Size above 46.

INTRODUÇÃO

O Mercado acirrado de produtos em segmentos do vestuário e produtos de moda indica uma alta rotatividade de novas propostas a todo o momento. Porém, alguns segmentos de vestimentas, como moda íntima - em especial "sutiã", ainda necessita de muitas mudanças, principalmente relacionadas ao conforto, design e inovação para mulheres que usam numeração acima de 46.

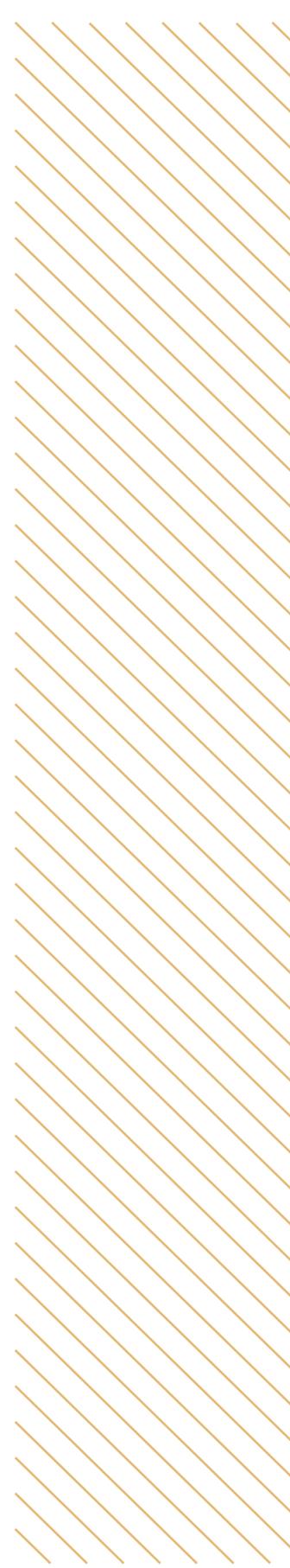
Há muitas opções de modelos que atendem do tamanho 38 ao 44, no entanto, do número 46 até o 52 existem poucas ofertas. Um dos problemas está relacionado nas diferentes medidas do corpo feminino, já que algumas mulheres possuem medidas de tórax mais largo, outras possuem mama maior, mas as costas menores, entre outros fatores, bem como uma mama ser maior do que a outra, o que acaba dificultando na hora da compra de um sutiã que se adeque perfeitamente às necessidades desse público.

Por outro lado, uma forte tendência também tem se despontado no setor *Moda Plus Size* para mulheres acima do peso, que em geral, usam roupas tamanho 46 ou maiores. Elas relatam sentir dificuldades em encontrar roupas de grife com este tipo de numeração e se dizem insatisfeitas com o que encontram no mercado. Desejam comprar roupas que valorizem seus atributos e que possuam conteúdo de moda. (ABIT, 2012)

O Brasil é considerado referência mundial em design de moda praia, *jeanswear* e *homewear*, tendo crescido também nos segmentos de *fitness* e *lingerie*. De acordo com a ABIT (2012), o faturamento da Cadeia Têxtil e de Confecção este ano foi de US\$ 67 bilhões, contra US\$ 60,5 bilhões em 2010. Sendo que, a produção média de confecção para vestuário, cama, mesa e banho foi de 9,8 bilhões de peças.

Segundo Galiotto (2013), o produto interno bruto (PIB) no Brasil, cresceu apenas 0,9% em 2012 sobre 2011. O governo esperava um maior crescimento, o que não ocorreu. Relatou que faltou competitividade do setor em exportar devido à concorrência externa. Além disso, tem o agravante da burocracia, maior carga tributária e infraestrutura que não acompanhou a necessidade do setor produtivo.

Já, em artigo publicado na Folha de São Paulo (PRADO, 2012), relata que o Brasil bateu recorde na importação de vestuário de outros países no primeiro bimestre de 2012 de 72,5% a mais do que em 2011. Isso se deve a valorização do real e o domínio da China no mercado mundial, tornando difícil a concorrência por menores preços. Relata que corpetes, anáguas e calcinhas de tecidos sintéticos cresceram quase 1.000%.



Por sua vez, Braga (2007) ressalta que a moda brasileira adquire cada vez mais visibilidade no mercado internacional, tornando-se referência de estilo, principalmente no segmento de *beachwear*. Isso se deve à profissionalização do setor de moda e também na realização de trabalhos aonde os estilistas se mantêm em seu próprio país, estimulando a expressão de seu povo e sua cultura através de cada coleção lançada no mercado nacional e estrangeiro, sendo que esse tipo de atitude se torna um fator positivo para o crescimento e destaque de novas ideias.

Castilho e Martins (2005) concordam que há uma constante busca por novidades e inovações na área da tecnologia e, que através do design de moda isso pode ser visto positivamente na construção das vestimentas, nas diferentes formas, nos volumes, textura, materiais e cores, ajudando na construção de linguagem da moda contemporânea.

Sendo assim, esse trabalho visa pesquisar os modelos de sutiãs (número 46 ou acima deste) no mercado nacional; analisar pelo menos três sites de marcas de sutiãs diferentes, mas que possuam mesmo nível de concorrência; analisar ergonomicamente (conforto, praticidade e qualidade) dos sutiãs apresentados; realizar Estudo de Caso em uma indústria da área de lingerie, situada na cidade de Londrina/PR., para verificação das peças propostas e também observar o nível de preocupação com modelos que propiciem usabilidade e conforto para este público que está sendo pesquisado e apontar as inovações existentes no mercado neste segmento, tanto em relação à estética do produto como a inserção de novos materiais.

REVISÃO DE LITERATURA

Uso da indumentária

O ser humano sempre utilizou roupas para se comunicar ou se proteger, também para representar determinada classe social, a profissão, caracterizar uma idade ou distinguir o sexo.

Na opinião de Câmara, Oliveira e Botelho (2007), com a necessidade de caçar, para sobreviver e perpetuar a espécie, o *Homo sapiens* passou a utilizar uma série de elementos para sua proteção. Tangas, capas, escudos, capacetes, faixas para a cabeça, proteção para os pés, entre muitos outros elementos, representaram um marco na evolução dos grupos sociais, bem como, um marco na evolução do próprio ser humano.

Castilho (2004, p. 39), diz que “o vestuário deve ser observado na sua contextualização em um determinado meio social, pois se manifesta como uma das mais espetaculares e significativas formas de expressão articulada e desenvolvida pela cultura humana”.

De acordo com Nery (2007, p. 9), “a indumentária sempre foi um reflexo do gosto contemporâneo, retratando de certa forma o desenvolvimento econômico, cultural e político”.

Antigamente era mais difícil terem tantas oscilações no mundo da moda como se vê hoje. Isso se deve principalmente à globalização, à facilidade de comunicação. Também, houve uma evolução no que diz respeito à tecnologia e introdução de novos materiais, o que acaba reforçando a demanda por novidades num período de espaço mais curto.

Nery (2007), ainda relata que nos primórdios muitas vezes a roupa teve função somente ornamental - com pinturas, uso de máscaras e joias. Um dos motivos era em relação ao homem. Este devia representar sua superioridade perante os outros ou inimigo e, a autoridade masculina sobre a mulher. Já às mulheres o uso de modismos se deve especialmente a sedução.

Segundo Sorger e Udale (2009), antes a roupa era desenhada para realçar e dar forma a silhueta humana. Atualmente, as roupas projetadas são para ter um caimento conforme cada biótipo. Isso se deve às mudanças culturais e sociais, como ter uma vida mais saudável, possibilidade de fazer cirurgias plásticas, o que em momentos anteriores era praticamente impossível de se realizar.

Segundo artigo na Folha de São Paulo (SUTIÃ... 2012), alguns cientistas encontraram em 2008, no Castelo de Lemberg (na Áustria), peças de lingerie feitas em linho de 600 anos aproximadamente - Idade Média. Para comprovar a idade da mesma, foi realizado testes com carbono 14. Porém, somente em 2012 fizeram a publicação devido a uma reportagem da “BBC History Magazine”.

Os pesquisadores acreditam que após este modelo, vieram os espartilhos e depois fizeram um redesign do primeiro, a lingerie não era apenas funcional, mas continha bordado e conseqüentemente tinha intenção de agradar alguém. Como mostra a Figura 1, a seguir, o modelo se parece com os atuais.

Observa-se que inicialmente as roupas não possuíam cores, poucas eram coloridas (tingidas) e vários fatores influenciavam como a cultura de um povo, o clima, pois ambientes frios ou quentes eram retratados nos modelos de vestimentas criados.



Figura1- sutiã de quase 600 anos**Fonte:** SUTIÃ... (2012).

De qualquer maneira, a “roupa” possui poder de expressão e isso fica visível em todos os períodos pela qual a civilização passou, desde a pré-história (Mesopotâmia, Egito, Idade do Bronze, Grécia, entre outros), até o momento atual, onde várias influências caracterizaram a evolução da moda, determinando o presente momento e os futuros.

Evolução dos Sutiãs

Vários achados arqueológicos e documentários mostram que antigamente não se usava peças íntimas, mas com o nascimento do pudor, nostalgia da juventude e do poder de sedução, aconteceu o surgimento desta criação.

Na visão de Fontanel (1998), o sutiã veio substituir o uso dos espartilhos, pois era incômodo e inadequado ergonômicamente. Aliás, muitas doenças foram ligadas ao seu uso excessivo, como gastrite, problemas no fígado, mau humor, deformações dos ossos. Muitas destas, relatadas por médicos da época.

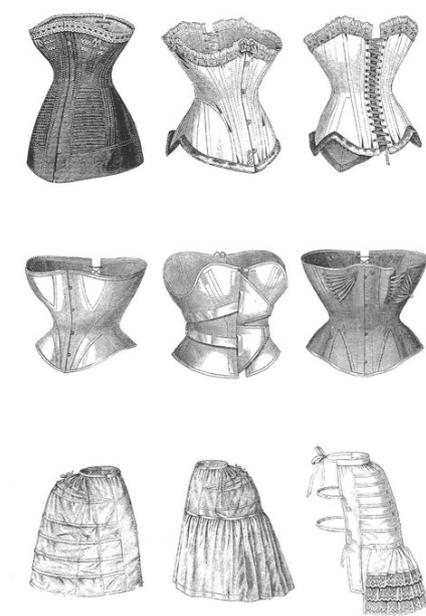
Nota-se que em muitas culturas a mulher ora exaltava a mama, em outras tentavam ocultá-la. Muitas usavam remédios para atrofiá-los, como iodo, pó de nenúfar (redução das glândulas mamárias), ou amarravam uma tira apertada para não deixar que os seios crescessem.

A mudança, a libertação do espartilho se deve principalmente às

necessidades das mulheres, que desejavam algo confortável e prático.

Sorge e Udale (2009) comentam que o início do uso do espartilho se deu por volta do século XVI. Vários artifícios fizeram parte dessa vestimenta como: espartilho que realçava o bumbum e os quadris, anáguas, anquinhas laterais e traseiras, entre outros, com intuito de modelar e tentar projetar o corpo ideal. A Figura 2, revela os diferentes tipos de espartilhos e anquinhas usadas naquela época.

Figura 2- modelos de espartilhos e anquinhas

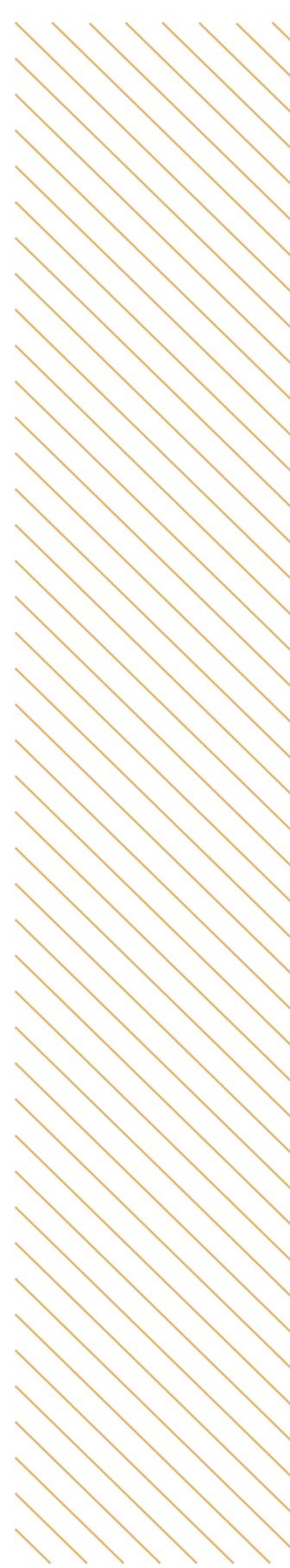


Fonte: Sorger e Udale (2009)

Para Rossetti (1995), os homens não tiveram mudanças nas vestimentas íntimas que causassem impacto, a troca de fraldas por cuecas simplesmente sofre alteração apenas do tamanho. Já as mulheres sofreram maiores modificações no vestuário, como mudança do espartilho pelos sutiãs, ora usavam saias mais ou menos rodadas, meias soquetes às meias de perna inteira, entre outros exemplos.

Fontanel (1998), diz que em 1913, uma americana, Mary Phelps Jacob inventou um novo sutiã, era curto, macio e separava os seios naturalmente, sem precisar forçá-los. Ela vendeu a patente do modelo para a Warner Bros em 1914.

Atualmente, existem várias formas de se adquirir um sutiã e muitas empresas estão se aperfeiçoando nas vendas *online*. Segundo o The New York Times (2012) o *Citi Research* dos EUA, no ano de 2011, os sutiãs foram responsáveis por 45,8% das vendas.



Informam que muitas mulheres reclamam da demora no atendimento nas lojas e do fracasso em encontrar um sutiã com boa vestibilidade e que fique bonito no corpo. Por isso, muitas empresas estão criando métodos que facilitem a medição da mama e consigam cada vez mais vender pela internet as peças íntimas e aumentar o nível de satisfação das mulheres.

Para Rosa e Silveira (2012), os produtos em geral usados por uma pessoa provocam uma sensação de identificação muito forte com aquele elemento, é como se tornassem uma unidade só, sendo assim, precisa se adequar perfeitamente no corpo da usuária. Pensando desta forma o uso de sutiãs tem essa relação com cliente, por isso é fundamental que pesquisas de conforto, usabilidade e praticidade continuem acontecendo.

Segundo Filipe, Carvalho e Montagna (2012), o design de *lingeries* são peças extremamente complexas de satisfazer uma usuária de imediato, requer paciência e muita procura por esta vestimenta no mercado, é o produto do vestuário que possui maior variedade de tamanhos. Isso se deve às diferenças culturais e às diversidades do corpo feminino.

Percebe-se então, as transformações pela qual as peças íntimas passaram desde o que se refere à tecnologia, quanto à evolução dos materiais, mais duráveis e confortáveis e as exigências das consumidoras cada vez maiores por inovações e modificações.

Ergonomia - conforto e usabilidade nas vestimentas e peças íntimas

Inúmeros detalhes se fazem presentes no processo criativo de sutiãs, como nas possíveis formas, nos recortes, posições dos tecidos, alinhamentos, entre outros fatores, como o peso do material, a sua sustentação e fabricação.

Contudo, o conforto no uso de sutiãs é extremamente importante tendo um peso maior do que outros itens. O designer precisa estar atento às alterações frequentes no modo de conceber um produto, desenvolver um olhar mais aguçado para perceber nos pequenos detalhes possíveis soluções.

De acordo com Martins (2007), a ergonomia visa o conforto, sendo assim, deve-se refletir principalmente no vestuário, já que é usado diariamente.

No entanto, Ilda (1997), afirma que todas as populações são compostas de indivíduos de diferentes tipos físicos ou biótipos. E, pequenas diferenças nas proporções de cada segmento do corpo existem desde o nascimento, e

tendem a acentuar-se durante o crescimento até a idade adulta, o que dificulta a construção de diferentes modelos.

A Figura 3 mostra as medidas do busto (cm) para verificação dos diferentes tamanhos nas proporções, conforme a Norma 13377, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (1995).

Figura 3- Tabela de medidas femininas

TAMANHO	PP		P		M		G		GG	
		34	36	38	40	42	44	46	48	50
BUSTO	74	78	82	86	90	94	98	102	106	108

Fonte: ABNT (1995)

E, mesmo com uma tabela para fundamentar as medidas, ainda existe a possibilidade de que esses produtos não agradem algumas usuárias. Pois, segundo Ilda (1997), o corpo humano se baseia em três modelos, o ectomorfo (magro), mesomorfo (tipo musculoso, de formas angulosas) e o endomorfo (formas arredondadas e macias, com grande acúmulo de gorduras).

Assim, percebe-se a dificuldade em encontrar vestimentas que se adequam perfeitamente a todas as usuárias, uma vez que elas podem até possuir ora a mesma altura ou o mesmo peso, porém haverá diferenças que serão significativas, como a influência da genética. No Brasil há uma mistura muito grande de várias etnias, resultando na dificuldade em atender um modelo único ou próximo da população.

Além do mais, Tilley e Dreyfuss (2005) relata alguns aspectos ergonômicos importantes como o envelhecimento natural das pessoas e, nas mulheres ocorre uma perda gradual da força relativa dos braços em torno de 50% em relação ao homem, quando alcança a terceira idade; também há diminuição da força nas mãos de 16 a 40% do que tinha anteriormente quando mais jovem. Sendo assim, esses dados são importantes e devem ser levados em consideração, visto que podem acabar se refletindo na facilidade ou não do manuseio de peças íntimas.

De acordo com Ilda (1997), existe o manejo fino (ponta dos dedos) e manejo grosseiro (palma da mão) para realizar várias tarefas. Deste ponto de vista, verifica-se que um sutiã deve ser composto não só de uma estética atraente, mas também ser fácil de usá-lo e retirá-lo, confortável e seguro para todas as idades e fases da vida.

Do ponto de vista de Alencar e Boueri (2012), o conforto é uma das principais características avaliadas pelo consumidor no momento da decisão pela compra de um produto. Isto se deve ao comportamento do homem

moderno, o estilo de vida agitado com jornadas de trabalho mais longas faz com que haja uma crescente busca pelo bem-estar durante todo o dia. Consideram o conforto como resultado de pesquisas e necessidades humanas e não apenas como um conceito subjetivo.

Gonçalves e Lopes (2005) pensam que como a roupa está em contato constante com o corpo, este deve propiciar conforto, segurança e eficiência no seu uso. Deve ter boa qualidade dos materiais, ser ergonômica e garantir uma estética agradável, se quiser ter uma boa relação com o seu público-alvo.

Para Giesel e Souza (2012), itens principais na concepção de uma ideia se fazem principalmente através do equilíbrio nas proporções, na funcionalidade do produto, estética e conforto no seu uso.

Martins (2008) diz que a usabilidade é considerada como conjunto de princípios que organizados formam o passo a passo (algoritmo) para a avaliação da relação produto versus usuário. A usabilidade representa a interface que possibilita a utilização eficaz dos produtos, tornando-os amigáveis e prazerosos durante o uso, em particular os produtos do vestuário.

Sendo assim, confirma-se a importância de projetar um produto do vestuário que consiga se identificar às três qualidades descritas anteriormente e que seja prazeroso para o usuário, que este se sinta confortável ao utilizá-lo. Pois, de nada adianta ter uma peça esteticamente bonita, mas não ser agradável.

Para Martins e Fontenelle (2006), vive-se a era do *Easywear*: roupas que não aprisionam nem pesam, que não fazem sentir sua presença na pele. Fundem-se ao corpo, protegendo e embelezando discretamente. Esse conceito se reflete na tecnologia, cada vez mais eficiente.

Por sua vez, as exigências dos consumidores evoluíram muito, pois quando adquirem um produto de vestuário, além da relação qualidade e preço, eles procuram materiais e formas que reúnam suavidade e beleza, conforto e bem-estar, facilidade de manutenção e conservação. Podem-se somar a esses requisitos os fatores fisiológicos como impermeabilidade, elasticidade, hidrodinâmica, proteção térmica, conforto tátil, que também exercem motivação de compra.

MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia realizada para o presente trabalho fundamentou-se em

pesquisas bibliográficas e de internet (sites - análise similares), Quantitativas (25 mulheres entrevistadas pessoalmente e via *Google Docs*) e Qualitativas (cirurgiã plástica, psicóloga) e Estudo de Caso na YEVA - empresa do segmento de sutiãs

ANÁLISE DE SIMILIARES

Primeiramente, verificou-se a necessidade de encontrar modelos de sutiãs oferecidos no mercado, analisando três marcas diferentes (denominados A, B e C), mas que possuíssem mesmo nível de concorrência, devido à similaridade nos preços e opções de modelos ofertados. A seguir, poderá ser visto nas Tabelas 1, 2 e 3 os itens que foram levados em consideração e principais análises dos sutiãs da marca A, B e C, respectivamente.

Tabela 1- Análise de sutiãs da marca "A"

ASPECTOS	PROBLEMAS	CONSTRANGIMENTOS	SOLUÇÕES
Estéticos formais	- há bastante opções de modelos (com rendas e acessórios), porém não atendem a todos os tamanhos.	- não ter o tamanho de sutiã do modelo desejado.	- oferecer modelos para tamanhos maiores.
De uso	- a maioria das alças dos sutiãs são muito estreitas; - os bojos são pequenos e com enchimentos; - atrás, as laterais são estreitas.	- a alça estreita machuca o ombro, deixando marcas profundas (vergão) na sua parte superior; - a mama não cabe totalmente no sutiã; - o enchimento faz com que a mama pareça maior ainda e por causa do tecido a mais, faz suar e causar odor desagradável; - as laterais estreitas deixam marcas nas costas e causam acúmulo de gordura localizada.	- aumentar o bojo e retirar o enchimento. - aumentar a largura da alça do sutiã ou usar algo que não machuque ou deixe marcas; - aumentar a largura da parte detrás.

Tecnologia	- falta de novos materiais e processos fabricação.	- usar materiais e processos de fabricação ultrapassados.	- pesquisar e investir em tecnologia.
Material	- material de média qualidade; - o aro do bojo machuca ou sai a ponta para fora.	- o material utilizado na fabricação do sutiã possui baixa durabilidade. - a ponta do aro machuca a pele da usuária.	- melhorar a qualidade do material e o acabamento.
Acabamento	- a costura do acabamento às vezes causa desconforto.	- pode deixar marcas no corpo.	- aumentar controle de qualidade.
Mercado	- não atende a todos os tamanhos de sutiãs, somente até o 46.	- não encontrar o tamanho de sutiã desejado; - ter de usar sutiã de modelo ultrapassado.	- aumentar opções dos números de sutiãs.

Fonte: Arquivo do autor.

A seguir, pode ser visto na Tabela 2 os itens que foram levados em consideração e principais análises do sutiã da marca "B".

Tabela 2- Análise de sutiãs da marca "B"

ASPECTOS	PROBLEMAS	CONSTRANGIMENTOS	SOLUÇÕES
Estéticos formais	- os modelos ofertados acima do número ou igual a 46 só existem nas cores preta, branca e bege. - não possuem renda ou nenhum acessório.	- não ter modelos de sutiãs inovadores para comprar e nem o tamanho desejado.	- inovar no design das peças; - aumentar número dos tamanhos dos sutiãs.

<p>De uso</p>	<ul style="list-style-type: none"> - as alças dos sutiãs são muito estreitas; - os bojos são pequenos e com enchimentos; - atrás, as laterais são estreitas; - os bojos não possuem costuras transversais, o que ocasiona maior desgaste da peça e perda da sustentação da mama. 	<ul style="list-style-type: none"> - a alça estreita machuca o ombro, deixando marcas profundas (vergão) na sua parte superior; - a mama não cabe totalmente no sutiã; - o enchimento faz com que a mama pareça maior ainda e por causa do tecido a mais, faz suar e causar odor desagradável; - as laterais estreitas deixam marcas nas costas e causam acúmulo de gordura localizada. - a falta de costura transversal no bojo faz com que o sutiã se desgaste rapidamente. 	<ul style="list-style-type: none"> - aumentar o bojo e retirar o enchimento. - aumentar a largura da alça do sutiã ou usar algo que não machuque ou deixe marcas; - aumentar a largura da parte detrás. - adicionar costuras no bojo para reforçar sustentação da mama.
<p>Tecnologia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - falta de novos materiais e processos fabricação. 	<ul style="list-style-type: none"> - usar materiais e processos de fabricação ultrapassados. 	<ul style="list-style-type: none"> - pesquisar e investir em tecnologia.
<p>Material</p>	<ul style="list-style-type: none"> - material de média qualidade; - o aro do bojo machuca ou sai a ponta para fora. 	<ul style="list-style-type: none"> - o material utilizado na fabricação do sutiã possui baixa durabilidade. - a ponta do aro machuca a pele da usuária. 	<ul style="list-style-type: none"> - melhorar a qualidade do material e o acabamento.
<p>Acabamento</p>	<ul style="list-style-type: none"> - a costura do acabamento às vezes machuca. 	<ul style="list-style-type: none"> - pode deixar marcas no corpo. 	<ul style="list-style-type: none"> - aumentar controle de qualidade.



Mercado	- modelos ultrapassados	- usar modelos pouco inovadores	- oferecer mais modelos, inovar.
----------------	-------------------------	---------------------------------	----------------------------------

Fonte: Arquivo do autor.

Pode ser visto na Tabela 3 os itens que foram levados em consideração e principais análises do sutiã da marca "C".

Tabela 3- Análise de sutiãs da marca "C"

ASPECTOS	PROBLEMAS	CONSTRANGIMENTOS	SOLUÇÕES
Estéticos formais	- os modelos ofertados acima do número ou igual a 46 só existem nas cores preta, branca e bege. - não possuem renda ou nenhum acessório.	- não ter modelos de sutiãs inovadores para comprar e nem o tamanho desejado.	- inovar no design das peças.

<p>De uso</p>	<ul style="list-style-type: none"> - as alças dos sutiãs são muito estreitas; - os bojos são pequenos e com enchimentos; - atrás, as laterais são estreitas; - os bojos não possuem costuras transversais, o que ocasiona maior desgaste da peça e perda da sustentação da mama. 	<ul style="list-style-type: none"> - a alça estreita machuca o ombro, deixando marcas profundas (vergão) na sua parte superior; - a mama não cabe totalmente no sutiã; - o enchimento faz com que a mama pareça maior ainda e por causa do tecido a mais, faz suar e causar odor desagradável; - as laterais estreitas deixam marcas nas costas e causam acúmulo de gordura localizada. - a falta de costura transversal no bojo faz com que o sutiã se desgaste rapidamente. 	<ul style="list-style-type: none"> - aumentar o bojo e retirar o enchimento. - aumentar a largura da alça do sutiã ou usar algo que não machuque ou deixe marcas; - aumentar a largura da parte detrás. - adicionar costuras no bojo para reforçar sustentação da mama.
<p>Tecnologia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - falta de novos materiais e processos fabricação. 	<ul style="list-style-type: none"> - usar materiais e processos de fabricação ultrapassados. 	<ul style="list-style-type: none"> - pesquisar e investir em tecnologia.
<p>Material</p>	<ul style="list-style-type: none"> - material de boa qualidade. 	<ul style="list-style-type: none"> - sem problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> - sem problemas.



Acabamento	- não há problema.	- sem problemas.	- sem problemas.
Mercado	- não atende a todos os tamanhos de sutiãs, somente até o 48.	- não encontrar o tamanho de sutiã desejado;	- aumentar opções dos números do sutiã.

Fonte: Arquivo do autor.

Observou-se que alguns modelos das três marcas pesquisadas são bonitos e atraentes, porém com as alças extremamente finas. Sendo que, na grande maioria é visível que o bojo não dá sustentação à mama, pois são bem decotados e não possuem suportes ou detalhamentos que reforcem o sutiã. No geral, verificou-se que a maioria das três marcas possuem as seguintes características:

sutiãs somente nas cores preta, bege e branca;

as alças são muito finas;

baixa inovação no *design* dos sutiãs, os modelos são muito simples principalmente os destinados aos números 46 ou superiores a este;

recortes nos bojos que não facilitam a sustentação da mama;

parte detrás dos sutiãs muito estreitas;

baixa qualidade do material e do conforto;

baixa numeração dos modelos ofertados.

Pesquisa Quantitativa - usuárias de sutiãs tamanho 46 ou acima desta numeração

Para dar continuidade à pesquisa verificou-se a necessidade de entrevistar mulheres entre 20 e 70 anos de idade (total de 25), que possuíssem mamas com numeração igual ou superior a 46. Elaborou-se então, um questionário com perguntas abertas e fechadas, para apurar os fatos e conseguir determinar os problemas que realmente mais incomodam na compra e no uso de um sutiã. Os itens analisados se referem:

ao tipo físico da usuária;

das dificuldades em encontrar um modelo que dê sustentação;

o nível de satisfação;

itens que mais incomodam ou agradam na compra de um sutiã.

Os principais resultados detectados no questionário de 5 (cinco) perguntas, pode ser visto no quadro 1 a seguir:

Quadro 1- Pesquisa Quantitativa

<p>1. Questão referente ao tipo físico da entrevistada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 4% estão um pouco acima do peso e usam sutiãs tamanho inferior a 46; - 12% são magras e usam sutiãs tamanho igual ou superior a 46; - 32% estão bem acima do peso e usam sutiãs tamanho igual ou superior a 46; - 52% estão um pouco acima do peso e usam sutiãs tamanho igual ou superior a 46.
<p>2. Nível de satisfação dos sutiãs encontrados no mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 28% acham médio; - 72% acham ruim.
<p>3. Perguntado se a alça do sutiã já incomodou, deixando marcas nos ombros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 4% disseram que nunca incomodou; - 96% disseram que a alça já incomodou deixando marcas nos ombros.
<p>4. Indagado sobre a satisfação dos elementos que compõem o sutiã.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 4% disseram que está satisfeito e que nada nunca incomodou; - 96% disseram que algum componente já incomodou sim. <p>Sendo os mais citados: aro, bojo pequeno ou mal executado, tecido que causa alergia, acabamento mal executado na lateral, bojo que não sustenta, má durabilidade e qualidade dos materiais e alças finas que machucam.</p>

Fonte: Arquivo do autor.

A questão 5 possuía respostas de múltipla escolha, e se referia aos itens que gostariam de encontrar num sutiã. Veja os detalhes no Quadro 2.

Quadro 2- Características desejáveis na compra de sutiãs

5. Principais características desejáveis na compra de um sutiã	Porcentagem (25 mulheres)
bojo sem enchimento	68%
bojo com enchimento	16%
Indiferente ter ou não bojo com enchimento	16%
bojo grande, adequado para o tamanho da mama	64%
alça mais larga	60%
regulador da alça mais eficiente	64%
lateral mais estreita	4%
lateral mais larga	68%
fecho fácil de abotoar e abrir	40%
material de melhor qualidade e maior conforto	88%
parte detrás mais larga e com material que dê sustentação às costas	64%
mais opções de cores, de modelos e que deem sustentação	80%
uso de outros materiais como rendas, tecidos e acessórios de enfeites	64%
opções de sutiãs multiusos (a usuária poderia usar ou alterar as alças, as laterais e os bojos, aumentando-os ou diminuindo-os)	68%
Outras opções. Quais?	12% Gostariam de sutiãs sem bojo e com aro.

Fonte: Arquivo do autor.

Observa-se então, que existe uma demanda com características específicas e desejáveis para sutiãs tamanho 46 ou superior. E, que muitos não estão sendo atendidos, como no caso do sutiã que ofereçam melhor qualidade e conforto, mais opções de cores, laterais e alças mais largas, entre outros itens.

A seguir, pode ser visto na Figura 4 as marcas registradas nos ombros direito e esquerdo, respectivamente, de uma usuária (mama tamanho 46) que se propôs a usar um sutiã com alça mais fina por duas horas:

Figura 4- Marca nos ombros devido a alça fina do sutiã



Fonte: Arquivo do autor.

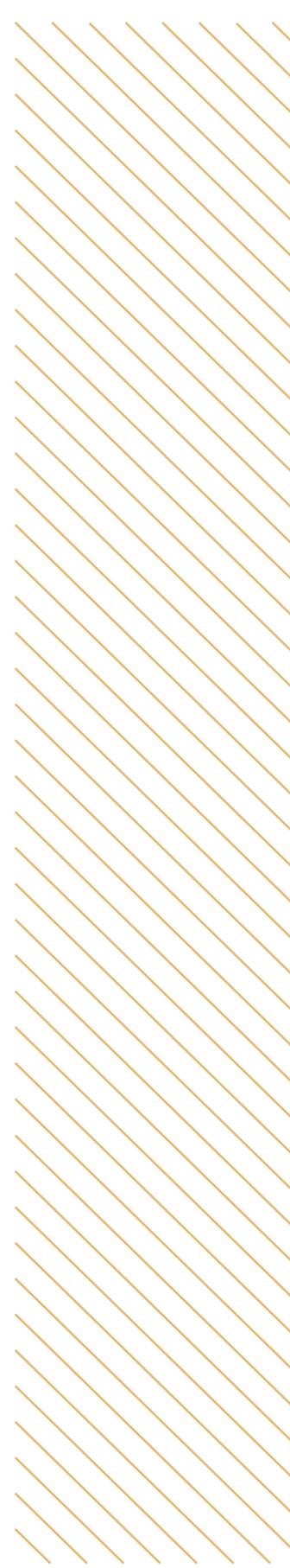
Revela-se nesta foto a constatação de uma das maiores reclamações descritas por uma grande parcela de usuárias, o incômodo da alça do sutiã. Este possuía uma boa estrutura e fornecia alto poder de sustentação da mama tamanho 46, no entanto tinha uma alça muito fina o que ocasionava lesão no ombro da usuária.

Além disso, a usuária ainda mostrou os ajustes e soluções que faz para tentar produzir um sutiã próximo do conforto, conforme se vê na Figura 5.

Figura 5- Autocorreções nos modelos de sutiã



Fonte: arquivo do autor.



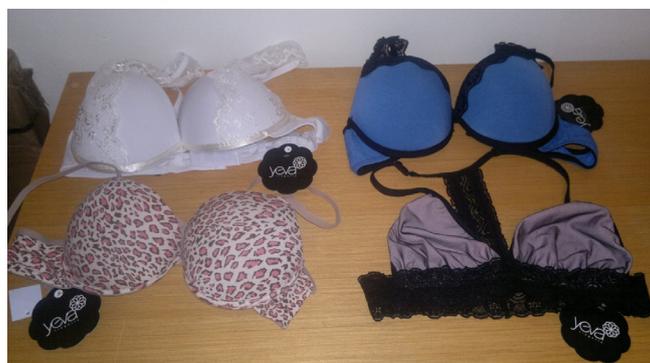
Sendo assim, foi realizada a troca da alça para melhorar o seu uso. Mas, só achou no mercado um modelo de alça com uma cor diferente do sutiã e também não era de boa qualidade, este não era resistente, fazia com que o regulador descesse sozinho sem auxílio da usuária, outro fator que também ocorria era o encaixe do sutiã fixado na base da alça, que sempre escapava. Precisou ser costurado a base para que não saísse do encaixe e ser posto um alfinete na alça para que não descesse a regulação como pode ser observado na imagem.

Estudo de Caso empresa YEVA

Foi realizada entrevista na empresa YEVA no dia 13 de março de 2013, e a gerente-proprietária relatou que o diferencial dos sutiãs que vende se deve ao material de tecidos naturais: algodão, bambu, modal e seda. E, a numeração de sutiã que mais vende é o 42 e 44.

As maiores reclamações de suas clientes são: o aro que solta; o tamanho do bojo; a parte detrás do sutiã, que é estreita ou pequena demais. A Figura 6 mostra alguns dos modelos oferecidos pela empresa.

Figura 6- sutiãs da marca Yeva



Fonte: Arquivo do autor.

Segundo a entrevistada, é preciso fazer estudo, modelagem e treinamento com funcionários para vender os modelos corretos nas lojas, sendo isto, um grande problema na prática.

Relata, que é difícil fazer vários tamanhos de peças na sua empresa porque existe a necessidade de comprar os materiais das fábricas em grandes quantidades. Exemplo: cada caixa vendida tem 50 pares de bojo. Os elásticos são vendidos 1.500 metros por cor e por largura. Esse fator acaba inviabilizando a opção de atender outras numerações, pois exigiria a compra de bojo maior

e elástico mais largo, o que encareceria demais a produção e fabricação das peças.

Para ela, há muitos tipos de bojos no mercado, porém as fábricas não usam, mesmo as grandes empresas de marcas famosas. Somente dois ou três modelos de bojos é que são empregados para construção de todas as opções vendidas no mercado.

Entrevista com profissionais da área médica e psicológica

Para finalização da pesquisa foram entrevistados no dia 02 de abril de 2013, um cirurgião plástico (Antônio Chiquetti) e uma psicóloga (Maria Rita Zoéga Soares – professora Doutora do Departamento de Psicologia da UEL, Universidade Estadual de Londrina) para averiguação de como o uso incorreto do sutiã pode causar problemas ao corpo e à autoestima das mulheres.

Segundo o médico e cirurgião plástico Dr. Antônio Chiquetti, relatou que a recomendação para toda paciente com mamas volumosas é um sutiã de material firme e resistente, que possua tamanho adequado juntamente com as medidas clínicas associadas.

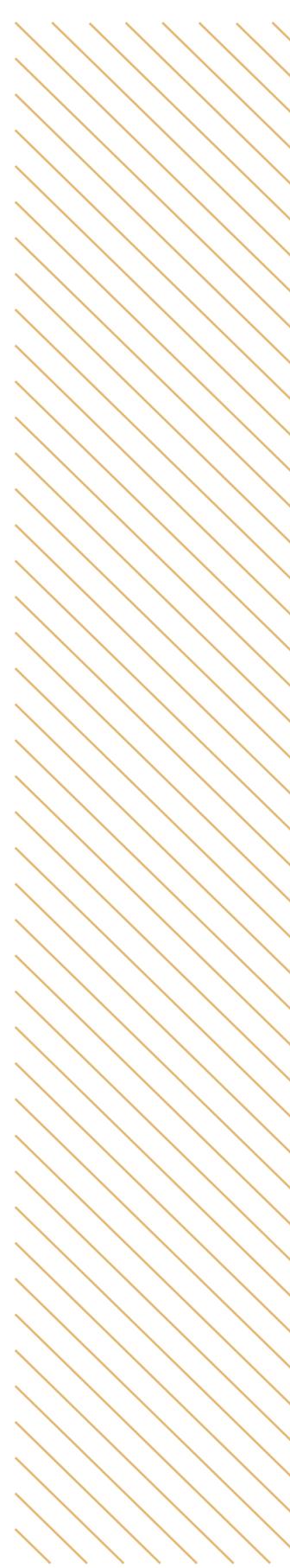
No entanto, também considerou a dificuldade de encontrar um sutiã que consiga compensar o excesso de peso, ou a má postura, a falta de atividade física regular, alongamento, entre outros.

Sendo assim, relata que não apenas o sutiã seja o “vilão”, mas também outros fatores devem ser considerados, como os descritos no parágrafo anterior.

Já a psicóloga Profa.Dra. Maria Rita Zoéga Soares revela que a autoestima da mulher pode ser afetada sim, pois o fato de não ter peças de sutiãs atraentes, com cores distintas, que sirvam na usuária, que sejam confortáveis e ergonômicas, podem fazer com que essas mulheres se sintam frustradas e diferentes das outras.

Pode sugerir que elas não são valorizadas pela indústria e conseqüentemente pelas outras pessoas. A indústria atende as necessidades de uma parcela da população e as pessoas que não são atendidas se sentem excluídas e diferentes (como se fossem erradas por não terem o mesmo tamanho de mama que outras mulheres).

Com certeza a indústria deve tentar oportunizar novos modelos e opções



de vestimentas íntimas para mulheres que usam sutiãs maiores do que o número 46, ela ganharia com isso na fidelização e satisfação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Por meio das pesquisas realizadas alguns problemas referentes ao *design* dos sutiãs e também ao processo de fabricação e padrões pré-estabelecidos. Às vezes pequenos detalhes poderiam fazer grandes diferenças com mínimas mudanças, como:

Usar alças mais largas;

Usar elásticos macios;

Usar materiais mais resistentes e de alta qualidade;

Inovar nos modelos, pois estão ultrapassados;

Usar materiais diferenciados para inovar e criar novas combinações e opções, favorecendo a novos recortes;

Criar sutiãs com possibilidade de multi-alterações (Ex.: aumentar largura da alça, bojo ou da base).

Com essa iniciativa por parte das empresas e fabricantes, a contribuição poderia ser vista: no aumento do desenvolvimento de sutiãs com um novo olhar de mercado; na criação de sutiãs que possuam ergonomia e qualidade de conforto e materiais; na elevação da autoestima da usuária; prevenir hematomas e/ou deformações do corpo; aumentar número de usuárias e da satisfação em usar o produto.

Além disso, o produto poderia ampliar seu campo de atuação, obtendo mais lucros, atendendo a uma demanda específica do mercado que se sente excluída, no caso: usuárias que possuem mamas tamanho igual ou acima de 46 e que encontram dificuldades em encontrar sutiãs bonitos, confortáveis e com material de boa qualidade.

Também, poderia alcançar outro nicho mercadológico, o de usuárias *plus size* e de obesas que vem aumentando cada vez mais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que realmente existe uma lacuna no *design* de moda para vestimentas íntimas e que precisa ser estudada e analisada de forma mais profunda.

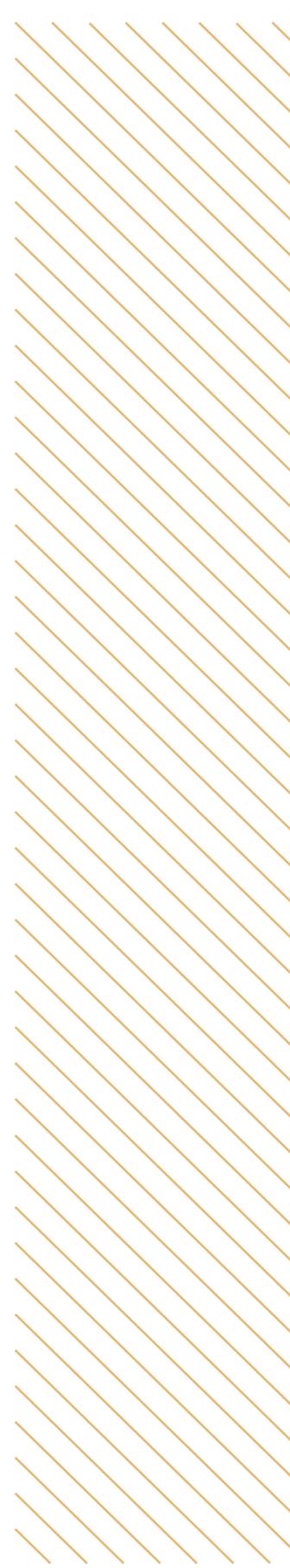
Há uma insatisfação muito grande por parte das consumidoras e isto não pode ser deixado de lado. Existe uma demanda crescente por conforto e usabilidade.

Porém, deve-se pensar que as empresas também ficam presas aos modelos devido ao alto custo dos materiais, o que muitas vezes inviabiliza a oferta de novas propostas. Porém, cabe à mesma criar novas opções e tentar driblar as dificuldades com novas opções de compras e parcerias.

Sendo assim, constata-se ser uma área crescente o ramo do setor têxtil, o que confere uma necessidade de estudos e investimentos contínuos de pesquisa em inovações, tecnologias, novos materiais e construção de modelos com preços mais acessíveis.

Observa-se também que devido às reclamações das usuárias na compra de peças íntimas muitos fatores estão mudando como a preocupação das vendas *online* - o que acontece com menos frequência devido à dificuldade em encontrar o tamanho ideal, a oferta de novos produtos com materiais alternativos (tecidos feitos de bambu, modal, entre outros), que não eram tão procurados ou existiam no mercado.

Além desses fatores, deve-se levar em conta também os socioculturais e tecnológicos que acabam influenciando no *design*. Muitas mulheres estão aderindo ao uso do silicone no Brasil para aumentar tamanho das mamas, isso requer novo *design* na criação dos sutiãs, novos materiais, o que não ocorria em anos anteriores. Mas, com a mudança cultural isso se reflete em várias áreas do cotidiano do ser humano, influenciando na vestimenta, na alimentação e educação.



REFERÊNCIAS

ABIT. Mercado Plus size. *Revista Digital Abit*, São Paulo, n. 66, 2012. Disponível em: < http://www.abit.org.br/convite/revista_digital/ed_66/>. Acesso em: 10 dez. 2012.

ALENCAR, Camila Osugi Cavalcanti de; BOUERI, Jorge. *O conforto no vestuário: uma análise da relação entre conforto e moda*. In: COLÓQUIO DE MODA, 8., 2012, Rio de Janeiro.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *NBR 13377: medidas do corpo humano para vestuário – padrões referenciais*. Rio de Janeiro, 1995.

BRAGA, João. *História da moda: uma narrativa*. 7. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

CÂMARA, Jairo José Drummond; OLIVEIRA, Williane Alves; BOTELHO, Róber Dias. ***Moda corporativa: uma análise pelo design, materiais e ergonomia***. Palermo: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, 2007.

CASTILHO, Kathia. *Moda e linguagem*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. *Discursos da Moda: semiótica, design e corpo*. 2. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

FILIFE, Ana Brígida; CARVALHO, Cristina; MONTAGNA, Gianni. *Design de soutiens – a perspectiva das utilizadoras*. In: CIMODE, CONGRESSO INTERNACIONAL DE MODA E DESIGN, 1., 2012, cidade de Guimarães.

FONTANEL, Béatrice. *Sutiãs e espartilhos: uma história de sedução*. Rio de Janeiro: Sextante, 1998.

GALOTTO, Fábio. *Brasil fecha 2012 com 'pibinho'*. *Folha de Londrina*, Londrina, 2 mar. 2013. Caderno Economia. p.1.

GIESEL, A.; SOUZA, P. M. The correlation between thermal comfort in buildings and fashion products. *Work: A Journal of Prevention, Assessment and Rehabilitation*, Amsterdam, v. 41, Suppl 1, p. 5561-5563, 2012.

GONÇALVES, Eliana; LOPES, Luciana. *Ergonomia no vestuário: conceito de*

conforto como valor agregado ao produto de moda. In: SANT'ANNA, Mara Rúbia (Org.). *Moda Palavra*. Florianópolis: UDESC/CEART, 2005. v. 4.

IIDA, Itiro. *Ergonomia Projeto e Produção*. São Paulo: Edgard Blücher, 1997.

MARTINS, Suzana Barreto. *Design, arte e Tecnologia*. 3. ed. São Paulo: Rosari, Universidade Anhembi Morumbi, 2007.

MARTINS, Suzana Barreto. *Metodologia OIKOS para avaliação da usabilidade e conforto no vestuário*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8., 2008, São Paulo. Anais... São Paulo, 2008.

MARTINS, Suzana Barreto; FONTENELLE, Germana. ***Equação da ergonomia no design de vestuário: espaço do corpo, modelagem e materiais***. ABERGO, 2006. Curitiba/PR.

NERY, Marie Louise. *A evolução da indumentária: subsídios para criação de figurino*. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2007.

PRADO, Maeli. Importação de vestuário bate recorde. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 28 mar. 2012. *Caderno de mercado*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/33847-importacao-de-vestuario-bate-recorde.shtml>>. Acesso em: 03 mar.2013.

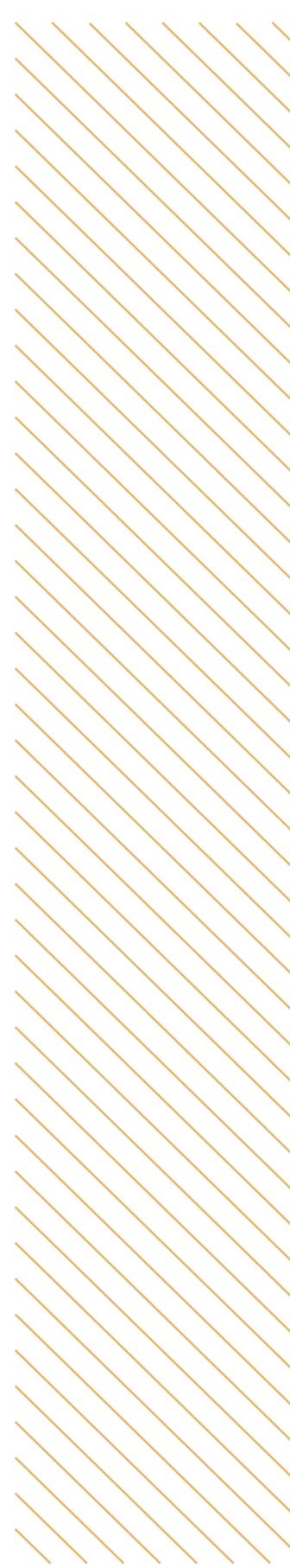
ROSA, Lucas da; SILVEIRA, Icléia. *Adaptação ergonômica do produto*. In: COLÓQUIO DE MODA, 8., CONGRESSO INTERNACIONAL, 5., 2012, Rio de Janeiro.

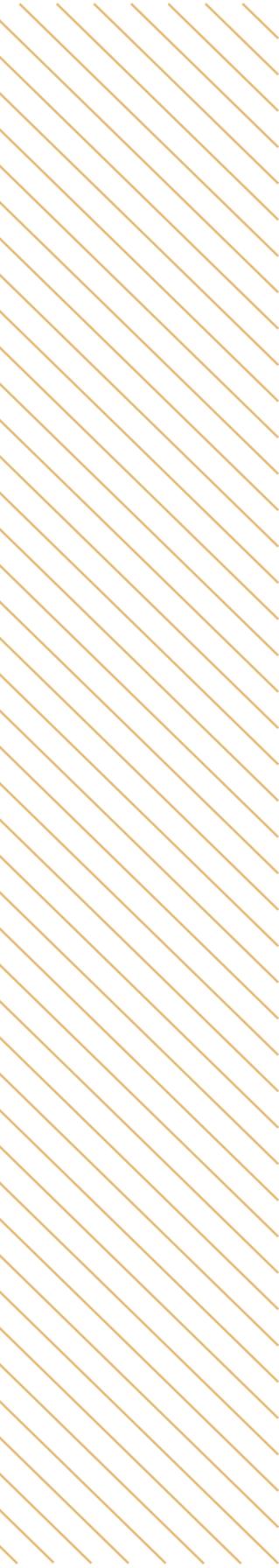
ROSSETTI, Ana. *Roupas íntimas: o tecido da sedução*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. *Fundamentos de design de moda*. Porto Alegre: Bookamn, 2009.

SUTIÃ medieval pode ser o mais antigo do mundo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 24 jul. 2012. *Caderno de ciências*. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/1124999-sutia-medieval-pode-ser-o-mais-antigo-do-mundo.shtml>>. Acesso em: 12 out. 2012.

TILLEY, Alvin R.; DREYFUSS, Henry. *As medidas do homem e da mulher - fatores humanos em design*. São Paulo: Bookman, 2005.





THE NEW YORK TIMES. *Tecnologia ajuda as mulheres a encontrar o sutiã perfeito*. Disponível em: <<http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2012/12/06/tecnologia-ajuda-as-mulheres-a-encontrar-o-sutia-perfeito.htm>>. Acesso em: 9 dez. 2012.

Recebido em: 08/04/2013.

Aceito em: 08/05/2013.

