

## PROJETO DE PRODUTO: *SLEEPWEAR* PARA MULHERES DE 40 A 60 ANOS

*Product design: sleepwear for women 40-60 years old*

Fittipaldi, Ana Beatriz Bianchi; Graduada; Universidade Estadual de Londrina,  
ana.beatrizbf13@.com.br<sup>1</sup>

Luz, Rodrigo Guimaraes Marques; Graduando; Universidade Estadual de Londrina,  
rodrigo.guimarkes@uel.br<sup>2</sup>

Silva, Maria Antônia Romão da; Me; Universidade Estadual de Londrina,  
antoni.mari@uel.br<sup>3</sup>

**Resumo:** O presente artigo relata parte dos estudos feitos para o desenvolvimento de uma coleção de *sleepwear*, voltada para atender as especificidades corporais de mulheres de 40 a 60 anos conciliando o Design de moda e recursos de modelagem como base para a execução projetual e resolução dos objetivos propostos.

**Palavras chave:** Design de Moda; recursos de modelagem; desenvolvimento de produto.

**Abstract:** This article reports part of the studies carried out to develop a sleepwear collection, aimed at meeting the body specificities of women aged 40 to 60 years, reconciling fashion design and modeling resources as a basis for the project execution and resolution of the proposed objectives.


**Keywords:** Fashion Design; modeling resources; product development.

---

<sup>1</sup> Graduada em Design de Moda pela Universidade Estadual de Londrina

<sup>2</sup> Graduando em Design de Moda pela Universidade Estadual de Londrina

<sup>3</sup> Doutoranda em Educação e Mestre em Educação (PPEDU/UEL). Membro dos grupos de pesquisa certificados pelo CNPq: Design de Moda; Cognitivismo e Educação. Especialista em Metodologia da Ação Docente e em Gestão do Design; Graduada em Design de Moda. Docente na Universidade Estadual de Londrina.



## **Introdução<sup>i</sup>**

Mulheres na faixa etária de 40 a 60 anos possuem diversas especificidades corporais, além de ser um período de mudanças biopsicossociais. Esse momento é demasiadamente sensível para a mulher devido a visão ocidental e capitalista sobre o envelhecimento do corpo e o papel produtivo feminino na sociedade.


Isto posto, o presente artigo tem como foco relatar o desenvolvimento de um projeto integrado elaborado por estudantes da 2ª série do Curso de Graduação em Design de Moda em uma Universidade Pública, que teve como objetivo geral desenvolver uma coleção cápsula, para uma marca de *sleepwear*, voltada para as mulheres de 40 a 60 anos, público com alto potencial de consumo, mas com pouca visibilidade mercadológica.

Dessa forma, para o desenvolvimento do projeto, utilizou-se uma abordagem bibliográfica e investigativa, aplicando a ferramenta *ModThink* (EMÍDIO, 2018) e o método projetual proposto por Sanches (2017).

## **Meia Idade e Menopausa**

Na sociedade Ocidental, percebe-se que a maturidade feminina ainda é um assunto delicado a se tratar, tanto no meio midiático como no acadêmico. Mulheres de 40 a 60 anos fazem parte da chamada meia-idade (DESCS, 2008), onde não são mais consideradas jovens e ainda não entraram na fase da velhice (DE ARAÚJO; BARBOSA, 2016). Sabe-se que as mudanças corporais advindas do envelhecimento são inevitáveis, porém, para as mulheres, além de mudanças físicas, há também as questões psicológica e sociocultural (MORI; COELHO, 2004; VEIGA, 2016) resultantes dos valores disseminados pela sociedade ocidental moderna que cultua a juventude, idealiza a aparência física e a produtividade, tornando o envelhecimento biológico um inconveniente que deve ser combatido (ANTUNES; SILVA, 2014; MOREIRA; NOGUEIRA, 2008; VEIGA, 2016).

A mulher de meia-idade, na maioria das vezes, não se sente bem em falar sobre esse período e tem dificuldades para lidar com o envelhecer que enfrenta, principalmente quando diz respeito à menopausa, que se torna um tabu (MORI; COELHO, 2004). O climatério é o último período menstrual do ciclo reprodutivo feminino e é responsável



por muitas mudanças corporais e psicológicas. Nesse período, os níveis hormonais ficam mais baixos e, em consequência disso, a mulher queima menos calorias, ou seja, fica mais fácil ganhar peso, pois a capacidade de metabolizar a gordura fica prejudicada. A produção de colágeno também diminui, por isso, a mulher pode notar flacidez no rosto e em outras partes do corpo.

Apenas por volta dos 35 anos as mulheres passam a se sentir confiantes e menos inibidas em relação aos seus corpos e sexualidade. Porém, é neste mesmo período que elas começam a passar por mudanças físicas que influenciam como elas enxergam a si mesmas e como se sentem. Por isso, é de grande importância recursos relacionados ao autocuidado e amor-próprio.

Em relação às mudanças físicas que as mulheres passam nesse período, outros sintomas como perda de massa muscular, ansiedade, insônia, depressão, dores articulares, dentre outros, também podem surgir, decorrentes da menopausa ou processo de envelhecimento (MORI; COELHO, 2004). É notório que mulheres de 40 a 60 anos estão claramente preocupadas com as questões corporais e consideram a moda como algo importante para se sentirem bem, inseridas na sociedade e como objeto para valorização do corpo. Portanto, escolheu-se como problemática do nosso projeto atender essas especificidades corporais e ajudar em sua autoestima.

### **Estudos de Modelagem**

Durante a primeira fase do *ModThink* (2018), *Análise do Problema de Modelagem*, a oportunidade de design problema foi verbalizada: de que forma atender as especificidades corporais da mulher madura por meio de recursos de modelagem?

A partir daí, realizou-se um *brainstorming* com recursos de modelagem com potencial de aplicação para solucionar o problema de design, considerando os processos de modificação corporal do público-alvo. A Figura 1 apresenta os recursos mapeados nessa etapa do projeto.



Figura 1 - Recursos de Modelagem



Fonte: os autores (2021)

Na segunda fase, *Investigação em Modelagem*, o enfoque foi investigar as especificidades corporais da mulher madura. Para tal, foi aplicado um questionário *online* via *Google Forms* destinado ao público-alvo sendo abordados os temas *sleepwear*, conforto e autoestima. Participaram da pesquisa 102 mulheres.

Como resultado, muitas responderam que estavam satisfeitas com seus corpos, porém apresentaram insatisfação com os produtos de *sleepwear* já existentes no mercado e como não as valorizam. Questões como modelagem, comprimento das peças e a desassociação entre beleza e conforto foram apontadas como problemas. Além disso, os manequins mais usados pelo público são os de tamanhos M e G, seguidos pelo GG e o P, demonstrando que a tabela de medidas da marca trabalhada não atende parte desse público, que necessita de peças com medidas maiores. Sobre as regiões do corpo que buscam valorizar, o busto é o mais citado; já a região do abdômen e cintura é o que buscam disfarçar. Com isso, foi concluído que existe um déficit geral em atender as especificidades do público estudado que busca por pijamas de modelagens únicas, focadas em valorizar seus corpos e que ofereçam beleza e conforto.

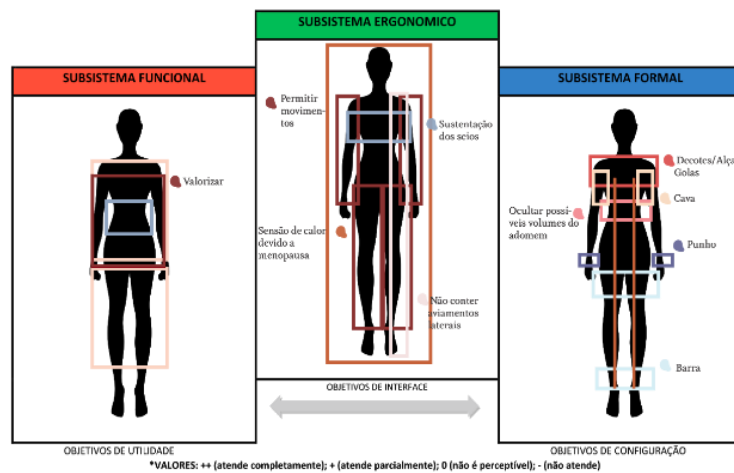
Na terceira etapa, *Exploração em Modelagem*, focou-se em como e quais recursos de modelagem seriam utilizados na fase de geração de alternativas. Com base no questionário online, foi desenvolvido um *checklist* em conjunto com a ferramenta Limites de Contorno (SANCHES, 2016) (Figura 2), para uma análise das especificidades

funcionais e ergonômicas e possibilidades formais dos produtos, e iniciou-se a geração de alternativas das possibilidades formais para atender as especificidades corporais apontadas pelo público.

Figura 2 - Checklist e Limites de Contorno

<p><b>Sustentação dos seios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alças grossas</li> <li>Alça cruzada</li> <li>Alça ajustável</li> <li>Zíper frontal</li> <li>Uso de bojo</li> <li>Costura específica</li> </ul>	<p><b>Disfarçar região dos glúteos e quadril:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Listras verticais</li> <li>Cores escuras</li> <li>Laterais escuras</li> <li>Modelagens retas</li> </ul>
<p><b>Disfarçar região da cintura e quadril:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tecido plano</li> <li>Cores escuras</li> <li>Cintura no lugar</li> <li>Caimento perfeito</li> <li>Franzido</li> <li>Viés modelador</li> </ul>	<p><b>Valorizar região do busto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Transpasse</li> <li>Tecido fluido</li> <li>Colo em evidência</li> <li>Decotes</li> <li>Cintura no lugar</li> </ul>

## Limites de Contorno

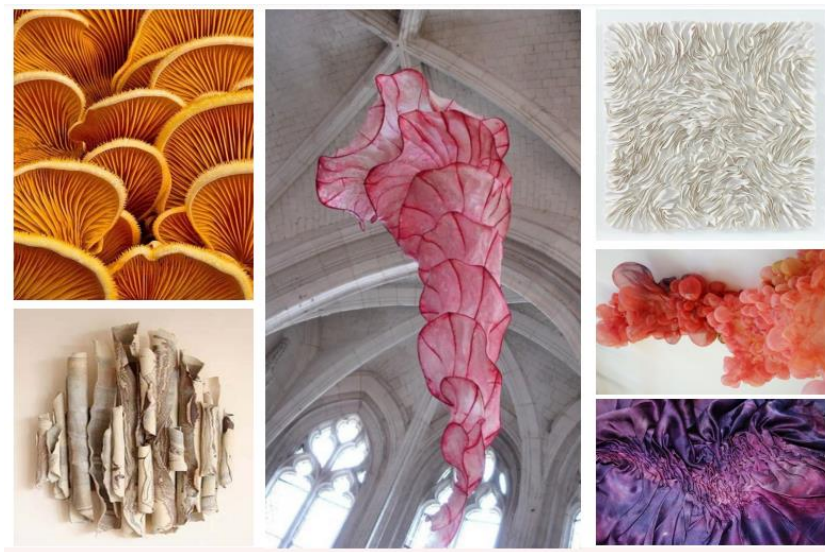


Fonte: os autores (2021)

Na quarta etapa, *Verificação em Modelagem*, após geração de alternativas, foi selecionado o mecanismo que melhor atendeu aos requisitos de projeto, tanto da

valorização corporal, quanto técnico-produtiva da marca. O recurso foi nomeado de ‘viés modelador’. O mecanismo, inspirado nas nervuras presentes no painel de formas (Figura 3), tem como função modelar o corpo por meio de um “redesenho” da silhueta feminina.

Figura 3 - Painel de Formas



Fonte: os autores (2021)

Com isso, partiu-se para a aplicação do mecanismo estabelecido em peças que tenham enfoque comercial e que valorizem o corpo do público-alvo.

Os objetivos foram determinados conforme os requisitos gerais do trabalho, ou seja, criar uma coleção voltada para mulheres maduras, levando em conta suas especificidades corporais e psicológicas. Além disso, foi proposto um aumento na tabela de medidas da marca para que as peças atendam ao público pré-estabelecido pelo projeto.

Na quinta e última etapa, *Execução da Modelagem*, após a definição dos looks da coleção cápsula, foram desenvolvidas a documentação de projeto e a finalização do processo produtivo.

### Aplicação

Desenvolveu-se uma coleção de seis *looks*. No *look* apresentado na Figura 4, é possível observar os principais recursos empregados. Um macacão pantalonas no cetim azul com babado na região do seio e aplicação do ‘viés modelador’. A escolha se deu pelo



fato de o macacão ser um bom representante da execução visando as delimitações projetuais de valorização do corpo, conforto e beleza.

Figura 4 - Painel de Formas



Fonte: os autores (2021)

### Considerações finais

Pode-se observar que a execução do projeto só foi possível devido ao pensamento sistêmico de design voltado à modelagem de forma a atender as especificidades biopsicossociais do público trabalhado – mulheres de 40 a 60 anos. Outro ponto a ser destacado é como o uso de ferramentas projetuais pode ser importante para uma boa execução das diversas fases do projeto.

Portanto, fica evidente o déficit encontrado no mercado de moda de *sleepwear* e a necessidade de atender um público específico que não se sente representado e está passando por um momento de intensas mudanças em vários aspectos da vida.

### Referências

ANTUNES, Priscilla de Cesaro; SILVA, Ana Márcia. Elementos sobre a concepção de meia-idade, no processo de envelhecimento humano. **Rev. Kairós**, p. 123-140, 2013.

DE ARAÚJO, Denise Castilhos; BARBOZA, Gabriela. Mulheres maduras e moda: apropriações e (re) significações. **Caderno Espaço Feminino**, v. 29, n. 2, 2016. Disponível em <<http://www.seer.ufu.br/index.php/neguem/article/view/34942/pdf>> Acesso em: 13 mai 2021.

DECS. Descritores em Ciências da Saúde. Disponível em <<http://decs.bvs.br/P/decswebp2008.htm>>. Acessado em: 03 mai. 2021.

MÍDIO, Lucimar de Fátima Bilmaia. **Modelo MODThink: O Pensamento de Design Aplicado ao Ensino-Aprendizagem e Desenvolvimento de Competências Cognitivas em Modelagem do Vestuário.** Tese (Doutorado em Design) - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, FAAC – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/154929>> Acesso em: 13 mai 2021.

MOREIRA, Virgínia; NOGUEIRA, Fernanda Nícia Nunes. Do indesejável ao inevitável: a experiência vivida do estigma de envelhecer na contemporaneidade. **Psicologia USP**, v. 19, n. 1, p. 59-79, 2008.

MORI, Maria Elizabeth; COELHO, Vera Lucia Decnop. Mulheres de corpo e alma: aspectos biopsicossociais da meia-idade feminina. **Psicologia: reflexão e crítica**, v. 17, n. 2, p. 177-187, 2004. Disponível em <<https://www.scielo.br/pdf/prc/v17n2/22470.pdf>> Acesso em: 13 mai 2021.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima. **Moda e Projeto: estratégias metodológicas em design.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

VEIGA, Marcia Regina Medeiros. Gênero e Envelhecimento: o Corpo Feminino na Maturidade. **Seminário Internacional**, 2010. Disponível em <[http://www.fg2010.wvc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1277815778\\_ARQUIVO\\_ArtigoCompletoMarciaVeiga.pdf](http://www.fg2010.wvc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1277815778_ARQUIVO_ArtigoCompletoMarciaVeiga.pdf)> Acesso em: 13 mai 2021.

---

<sup>i</sup>Texto revisado por Bruna Luiza Fittipaldi. Graduado em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP. Contato: [brunafittipaldi@outlook.com](mailto:brunafittipaldi@outlook.com)

