

SUA IMAGEM SOB MEDIDA

Your custom image

LLANAS, Pietra; pós-graduada; pietra.llanas@hotmail.com¹
ALMEIDA, Juliana Y. I. R.; mestre; Centro Universitário Belas Artes;
juliana@julianayuri.com.br²

Resumo: O presente estudo tem como objetivo principal dialogar sobre a moda sob medida aplicada a consultoria de imagem e estilo, apresentando aspectos relevantes dos processos de subjetivação do homem no período contemporâneo. Esse trabalho primeiramente aponta questionamentos referentes aos mais diversos tipos de produções existentes no mundo da Moda, provocando o consumidor a repensar em como suas roupas são confeccionadas e conseqüentemente a sua forma de consumir. Esta reflexão acaba por direcionar a pesquisa aos fundamentos do *slow fashion*, um sistema que corrobora no diálogo entre a moda sob medida e a consultoria de imagem e estilo, que por fim permite direcionar o nosso olhar as provocações de corpos “invisíveis” que são excluídos do mercado da moda. Nesse sentido, este trabalho aplica o sob medida em corpos reais que necessitam de roupas que respeitem suas necessidades, proporções e medidas, aliando essas singularidades as técnicas de uma consultoria de imagem e estilo personalizada e individualizada. Para esse estudo, foram realizadas modelagens para três tipos de corpos: o cadeirante, o gordo e o com nanismo.

Palavras-chave: Slow Fashion; roupa sob medida; consultoria de imagem e estilo.

Abstract: The main objective of the present study is to discuss tailor-made fashion applied to image and style consultancy, presenting relevant aspects of the processes of human subjectivation in the contemporary period. This work first points out questions regarding the most diverse types of productions in the fashion world, provoking the consumer to rethink how their clothes are made and consequently their way of consuming. This reflection ends up directing the research to the foundations of slow fashion, a system that corroborates the dialogue between tailored fashion and image and style consulting, which finally allows us to direct our gaze to the provocations of “invisible” bodies that are excluded. of the fashion market. In this sense, this work applies the tailored to real bodies that need clothes that respect their needs, proportions and measurements, combining these singularities with the techniques of a personalized and individualized image

¹ <http://lattes.cnpq.br/6490774654359227>

² <http://lattes.cnpq.br/2678616275790776>



and style consultancy. For this study, modeling was performed for three types of bodies: the wheelchair user, the fat person and the person with dwarfism.

Keywords: Slow Fashion; Tailored Clothing; Image and Style Consultancy.

Introdução

Este trabalho de conclusão apresenta aspectos de uma nova proposta de consultoria de imagem, partindo da compreensão de que é relevante a ideia de um consumo mais consciente na Moda, bem como um atendimento mais exclusivo e assertivo na proposta e escolha de peças para os clientes.

Para embasar a discussão teórica, foram pesquisados materiais que abordam o paradoxo entre os fenômenos sociais contemporâneos como o *fast fashion* e o *slow fashion*. Este último movimento, também é adotado como um norteador para o estudo da consultoria sob medida. Além disso, foram pesquisados autores que refletem a aparência incorporada à construção de uma imagem no período contemporâneo, a fim de justificar a escolha do tema trabalhado nesta pesquisa.

Kauling Coutinho (2020), Beatriz Arruda (2016) contextualizam o termo *slow fashion* sendo um movimento da área do design que se estendeu ao mercado incorporando a ética à estética nos atos de produzir, comercializar, e consumir roupas. Integrando os aspectos das trocas simbólicas da economia criativa, o movimento ressignifica os negócios de moda e se apresenta, no momento, como uma possibilidade de sobrevivência para pequenas e médias marcas. Entretanto, suas premissas não se constroem apenas no âmbito das práticas, o movimento também apresenta características ideológicas que corroboram com as eminentes transformações do mercado. No Brasil, em que esta prática cresce cada vez mais, este trabalho busca implementar o movimento junto à consultoria de imagem e estilo.

Nesse sentido, com a consultoria de imagem e estilo é possível se vestir de forma intencional, de acordo com os desejos e objetivos de imagem, para cada momento desejado. O estilo pessoal contribui na narrativa a ser contada sobre o indivíduo. O objetivo da consultoria é transmitir



a mensagem que o cliente deseja, através do vestir, dos penteados, dos acessórios, texturas, cores e demais elementos. Através deste trabalho é possível aprender a se comunicar de uma forma não verbal a sua individualidade. Questionamos então o porquê não implementar roupas sob medida para os clientes, uma vez que serão peças confeccionadas por uma costureira, com modelagem, corte e caimento que respeitam as medidas e proporções exatas do corpo, feitos de forma individual e exclusivo para cada corpo. Além da melhor qualidade dessas peças, elas são totalmente exclusivas para você.

O mercado da moda, constantemente se direciona para certos padrões de beleza que são bem vistos pelas mídias. Corpos inalcançáveis são tidos como perfeitos e a luta para tentar se adequar a esse padrão chega a ser cansativo, pensando nisso aqui neste estudo, além de unir consultoria de imagem e estilo com o sob medida, corpos que são por vezes excluídos do mercado serão trabalhados a fim de mostrar que é possível viabilizar a moda para todos.

Slow Fashion X Fast Fashion

Durante a era Moderna, tivemos um grande desenvolvimento industrial que ocasionou consequências relevantes para a sociedade. Na área da Moda devido ao desenvolvimento e aprimoramento das máquinas, foi possível fabricar peças em curto espaço de tempo, bem como em uma maior quantidade. Esse novo sistema da Moda, adaptado aos preceitos modernos dos séculos XIX e XX, viabilizou e corroborou para um rápido processo de produção e de distribuição dos produtos, atendendo aos anseios dos consumidores por novidades e tornado a moda mais dinâmica. Contudo, há fatores negativos significantes desse período, como por exemplo, os impactos ambientais acarretados durante a fabricação de uma coleção, assim como as condições de trabalho necessárias, o uso insensato de materiais e recursos naturais, o descarte inadequado de roupas, dentre outros aspectos que são raramente avaliados pelos consumidores (COUTINHO; KAULING, 2020).

Não é muito comum ter certos tipos de reflexões quando alguma roupa nova é comprada. Devemos enfatizar que ao comprar uma peça você investe em um consumo mais ou menos consciente, por isso a importância em obter informações do produto – como foi produzido, os materiais utilizados, mão de obra, entre outros dados – para que uma compra mais responsável seja realizada.

Segundo Beatriz Arruda do site Jornalismo Júnior (2016), desde o início dos tempos, estilistas se embasaram em pesquisas e se atentaram ao rumo que a sociedade estava tomando para melhor desenvolver uma coleção e apresentá-la ao seu público. Por tal motivo, as passarelas ditavam o que seria tendência naquela estação. A autora cita que em 1990 esse era o assunto principal abordado no mercado da Moda. Inúmeras marcas de departamento criavam peças a partir do que era apresentado como tendência nas passarelas e produziam em larga escala para o público em geral. A prática desta moda globalizada ganha notoriedade, *fazendo* com que as mesmas peças de roupas circulem por todo o mundo, sem nenhuma especificação local (de onde vem, quem fez, dentre outros atributos), tornando o preço final, muitas vezes mais baixo, um diferencial atrativo ao consumidor. Coleções deixaram de ser sazonais para esse público e eram mensais, às vezes até semanais, motivando a necessidade e a vontade em consumir rapidamente as novidades impostas pelas marcas.

O *fast fashion*³ surge a partir de grandes marcas como Zara, H&M e Topshop, criando um movimento por toda Europa. Estas foram pioneiras em aderir tal sistema, que rapidamente se espalhou ao redor do mundo. No Brasil, marcas como C&A, Renner, Riachuelo e outras grandes lojas populares se adaptaram a esse novo mercado, trazendo grande visibilidade e atratividade. Entretanto, “respondendo aos efeitos pós-modernos, a moda inicia um movimento de questionamento sobre os impactos da modernidade nos tempos atuais” (COUTINHO; KAULING, 2020, p.88), se contrapondo ao *fast fashion*.

³ *Fast fashion* significa um padrão de produção e consumo no qual os produtos são fabricados, consumidos e descartados – literalmente – rápido. Site UMODE

Nesse sentido, cresce a dubiedade referente a indústria da moda e sua conduta, levantando questões como: mão de obra escrava, marcas atuando de forma ilegal, remuneração não compatível ao mercado, produção prejudicial ao meio ambiente, bem como a crescente superprodução dessas marcas que são descartadas em lixões pelo mundo (figura 1).

Figura 1 - Lixão de Dandora, Quênia (créditos: Kevin McElvaney)



Fonte: <https://revistaforum.com.br>, 2022

Segundo Shimamura e Sanches (2012):

As roupas produzidas no âmbito da moda rápida são conhecidas pelo design atualizado a preços acessíveis, porém também são associadas à baixa qualidade dos materiais e dos acabamentos, por isso receberam o rótulo de ‘moda descartável’. Na cadeia de produção, essas empresas são alvo de constantes críticas, principalmente por meio de reportagens que denunciam a exploração de fornecedores terceirizados, que precisam cumprir preços e condições de prazo que levam à exploração da mão de obra. (SHIMAMURA; SANCHES, 2012, p.67)

Este cenário é visto então com novos olhares, a economia consciente passa a crescer e se tornar relevante no processo de compra. Dentre as demais soluções para o problema, o movimento

que ganha força é o *slow fashion*⁴. Este movimento surge durante o auge do *fast fashion*, com o intuito de minimizar os danos que são causados diariamente devido as práticas dessa indústria. O seu significado é exatamente “moda lenta” e seu conceito vai desde um consumo pensado em todas as etapas que levam a peça final até a prática da economia circular⁵, onde o ponto final da roupa que não atende mais ao cliente não é descartado como lixo e sim repassado para um próximo consumidor, pois o ciclo de vida⁶ de um produto é também um fator de extrema relevância para o *slow fashion*.

A visibilidade gerada por esse movimento trouxe para a indústria novas percepções à respeito da sustentabilidade na Moda. Surgiu então a importância de todo o processo necessário para praticarmos um consumo consciente, como a utilização de tecidos *eco-friendly*⁷ na produção; a valorização do mercado local e um sistema de produção mais transparente, que informa ao consumidor todo o processo de feitura de uma determinada peça de roupa. A qualidade de produtos com esse conceito geralmente possui uma maior durabilidade. Contudo, demoram mais para serem produzidos e possuem um valor mais alto, impossibilitando que parte da população tenha acesso a esse tipo de roupa.

Na internet esse movimento se destaca, consolidando ainda mais a prática do *slow fashion* que pode ser aplicado desde a produção da mercadoria até a locação de kit de roupas. Estas plataformas de aluguel realizam entregas semanais ou de acordo com a necessidade do cliente, reforçando que o descarte não é o único fim. Toda essa percepção chama a atenção do consumidor, entretanto ainda assim o consumo da moda *slow fashion* é mais baixo quando comparado com ao *fast fashion*.

⁴ *Slow fashion* é um conceito que descreve o oposto do *fast fashion*, que prioriza a fabricação em respeito às pessoas, ao meio ambiente e aos animais. Site UMODE

⁵ Economia circular é preservar e aumentar o capital, otimizar a produção de recursos e fomentar a eficácia dos processos. Site UMODE

⁶ Ciclo de vida do produto se trata do intervalo de tempo em que o produto tendência entra no mercado, se destaca, declina e então desaparece. Site UMODE

⁷ *Eco-friendly* se refere a algo que não causa danos socioambientais ou tem impactos reduzidos em comparação a um produto, evento, situação ou postura equivalente. Site UMODE

No Brasil, alguns estilistas como Ronaldo Fraga (figura 2) apostam neste tipo produção. Assim como algumas marcas menores como Gioconda Clothing que produz lingerie, Anas que fabrica sapatos, e também a Inná Brand que elabora roupas para o dia a dia, todos acreditam em uma cadeia de produção mais justa e consciente.

Figura 2 - Desfile “As mudas” de Ronaldo Fraga – coleção em parceria com as bordadeiras de Barra Longa, local que sofreu com o rompimento da barragem de Mariana



Fonte: <https://harpersbazaar.uol.com.br>, 2018

No sentido de melhor contextualizar e enfatizar a importância do *slow fashion* que vem crescendo na Moda, apresentaremos no próximo capítulo o impacto que esse movimento implementa incorporado junto à consultoria de imagem e estilo.

Roupas sob medida aplicada a consultoria de imagem e estilo

A consultoria de imagem e estilo é um processo de análise e construção estratégica da nossa forma de vestir. O profissional da área irá junto ao cliente refletir sobre a imagem desejada, utilizando a moda como veículo dessa concepção. Nesse processo, as roupas e acessórios serão escolhidos a fim de comunicar atributos quanto ao seu estilo pessoal, levando em consideração cores, silhuetas, acabamentos, materiais, entre outros. Por ser um mercado em alta, deve-se procurar por profissionais qualificados que se atentam as particularidades e singularidades de cada indivíduo.

Em meio a esse processo de subjetividade, cada vez mais procuramos referências na busca por estilo e autenticidade. Uma solução para isso são as roupas sob medida no qual as peças são únicas devido as preferências estéticas, medidas e silhuetas dos clientes, já que por vezes deixamos de comprar roupas que gostamos por achar que elas não caíam bem em nosso corpo. É decepcionante entrar em uma loja e não encontrar, o seu estilo, as suas cores, as modelagens que valorizam o seu tipo físico e aquela peça estratégica para versatilizar o seu guarda-roupa.

Ocasionalmente precisamos adaptar as peças prontas às particularidades do nosso corpo. Mas isso não acontece com as roupas confeccionadas sob medida pois o caimento respeita as proporções exatas do seu corpo. Então fica a dúvida de porque não termos roupas exclusivas e feitas personalizadas para nós.

A consultoria sob medida é dedicada especialmente para mulheres autênticas que desejam valorizar a sua individualidade com praticidade, pois nessa construção uma das prioridades é que as peças sejam coordenadas entre si, considerando cores, modelagens, estilo pessoal e rotina de vida para deixar o guarda-roupa mais inteligente e funcional.

Esse tipo de serviço já existe pelas mãos de algumas profissionais aqui no Brasil como a Iara Quaresma⁸. Esta profissional oferece todos os serviços normalmente ofertados dentro da consultoria de imagem e estilo, contudo com um diferencial. Ela proporciona uma consultoria de moda sob

⁸Site Iara Quaresma - <https://www.iaraquaresma.com.br/>

medida de acordo com o propósito de sua cliente, revitalizando seu guarda-roupa com peças exclusivas e personalizadas.

O sob medida é um processo artesanal, individual e único. Quando fazemos uma modelagem sob medida estamos falando de algo exclusivo, uma roupa que vai ser feita respeitando todas as especificidades de um determinado corpo. Nessa técnica usamos as medidas do corpo da pessoa, considerando suas formas, volumes e proporções para fazer a modelagem da roupa perfeita. Assim eu, como modelista, posso fazer com que aquela roupa não somente vista a pessoa, mas valorize seu corpo e suas curvas, respeitando também as suas necessidades que muitas vezes não são atendidas. Além de tudo, as maiores vantagens das roupas sob medida é poder depositar todo o seu estilo e criatividade na confecção.

A qualidade das peças feitas é incomparável. Pode-se escolher os tecidos, os aviamentos e os caimentos respeitando as proporções que se diferem em cada corpo. Cada elemento de uma roupa pode ser pensado para valorizar ao extremo os pontos desejados e atender públicos que por vezes não encontram o que desejam.

O mercado da moda, direciona o seu olhar constantemente para padrões de beleza que são propagados pelas mídias. Corpos inalcançáveis são tidos como perfeitos e a luta incansável de tentar se adentrar a esse arquétipo são vistos incessantemente. Contudo, há uma movimentação em resposta à demandas de consumidores que procuram por um mercado que represente uma imagem mais real e que intervenha por esses corpos muitas vezes excluídos.

Padrões de beleza

Os **padrões de beleza** são conjuntos de **normas estéticas que desejam formatar como deve ou não deve ser o corpo e a aparência das pessoas**. Mesmo antes de ter esse nome, os

padrões de beleza sempre existiram ao longo da história (figura 3) e se modificaram com o passar do tempo. Podemos observar isso, por exemplo, ao reparar como eram roupas, penteados e maquiagens mais usados em uma determinada época, este ato de se adornar acaba sendo uma prática social comum às culturas.

Para Hollander (Apud. GARCIA, 2002), “o vestir é o que as pessoas fazem com seus corpos para manter, gerenciar ou alterar a aparência” (p.23). Nesse sentido, o padrão de beleza também é diferente em cada país ou região tendo como exemplo o da cultura ocidental que se difere da oriental. Entretanto, independente do modelo ideal de corpo e estética de uma determinada sociedade, a existência de padrões considerados ideais faz parte de todas as culturas.

Figura 3 - A linha do tempo mostra que o padrão de beleza mudou muito ao longo da história.



Fonte: <https://www.significados.com.br/padrao-de-beleza/>, 2022

Apesar da existência de debates que discutem sobre a importância de um conceito de beleza que seja mais diverso e inclusivo, certas imposições se intensificam na sociedade contemporânea e

as consequências da busca por padrões de beleza se tornam cada vez mais complexas. Uma das principais críticas é que a definição de um padrão estético não estimula as singularidades no processo de subjetivação do homem contemporâneo, não evidenciando suas diferenças que os tornam únicos e transformando esses aspectos diversos como algo negativo. Nesse contexto, é visível a dificuldade na percepção de que a beleza é um conceito subjetivo, plural e diverso. A existência de um único padrão socialmente permitido e previamente estabelecido define que somente um determinado perfil deve ser considerado esteticamente bonito ou aceitável.

Além disso, os padrões podem fortalecer a existência de estereótipos, ou seja, ideias estritas a respeito do que é socialmente aceito como bonito. As críticas aos padrões também envolvem o questionamento sobre a forma de definição do padrão, já que é uma visão restrita, que não engloba os diferentes tipos de pessoas, cada uma com sua própria beleza. Como consequência, é comum que pessoas que não se enquadrem no padrão predeterminado sintam-se descontentes e com baixa autoestima por estarem fora dos padrões. As percepções sobre o que é belo ou feio são subjetivas e variam de pessoa para pessoa, assim como mudam conforme as culturas ou momentos históricos.

Ao aderir a um único conceito de beleza, além de ser restritiva, pode reforçar sentimentos de desprezo e preconceito em relação a todas as formas de apresentação estética que sejam diferentes do que foi escolhido e determinado como belo. A imposição de um padrão de beleza pode trazer inúmeras consequências, desde problemas de autoestima até o desenvolvimento de distúrbios relacionados à autoimagem.

Para a autora Maria João Cunha (2014), o desenvolvimento de transtornos alimentares também é uma consequência comum e perigosa da imposição do padrão de beleza. A obsessão para chegar a uma perfeição inatingível, pode até mesmo colocar a saúde em risco. O aumento do número de intervenções cirúrgicas e de procedimentos estéticos também é uma consequência deste movimento.

A imagem corporal criada pela mente do homem contemporâneo - como é o seu corpo e a sua aparência - muitas vezes é distorcida, refletindo um aspecto diferente da realidade. Este processo é o que mais chama atenção devido aos padrões impostos pela sociedade e isso é um dos muitos motivos de abalos na autoestima. Segundo a autora Maria João Cunha (2014), a avaliação da imagem corporal pode ser estendida sob dois prismas: o de uma avaliação externa ou exterior feita à imagem corporal do indivíduo e o da autoavaliação de imagem corporal, sendo essa a perspectiva que adotamos.

Abandonar conceitos e comportamentos impostos por uma sociedade cultuada pelo corpo esbelto e inalcançável é um tanto complexo. No entanto, principalmente nas redes sociais, as campanhas de aceitação e celebração da beleza em todas as suas formas vêm ganhando cada vez mais espaço e influenciando diferentes gerações e mulheres: com cabelo afro, cacheado, ondulado ou liso; magras ou gordas; baixas ou altas; loiras, morenas ou ruivas; amarelas, brancas, vermelhas, pardas ou pretas; portadoras de deficiências; jovens ou idosas e muitas outras. Consequentemente, as indústrias da beleza, entretenimento e publicidade, mesmo que de forma lenta, já estão se readaptando à nova realidade, incluindo em campanhas, filmes, novelas e redes sociais, personagens com diferentes tipos físicos.

Nesse sentido, o intuito deste trabalho é unir a consultoria de imagem e estilo com as roupas sob medida até porque não existe um padrão que deve ser seguido, cada corpo é único. Algumas dessas indagações serão discutidas no próximo capítulo por meio do estudo de alguns corpos que não correspondem aos idealizados pelo mercado da moda.

Estudo de Corpos

A função da modelista é interpretar e passar para o papel o modelo de uma roupa, buscando soluções aplicadas à construção do molde. Para se criar um molde de qualidade é indispensável conhecer o corpo que irá vesti-lo, precisa-se ler as linhas do corpo e do vestuário, adequando-as à sua finalidade para alcançar um bom resultado ergonômico. O processo de

modelagem exige do profissional uma série de conhecimentos sobre as medidas do corpo humano e como o mesmo se movimenta. Essas informações possibilitam ao modelista desenvolver a construção das peças respeitando os limites do corpo humano.

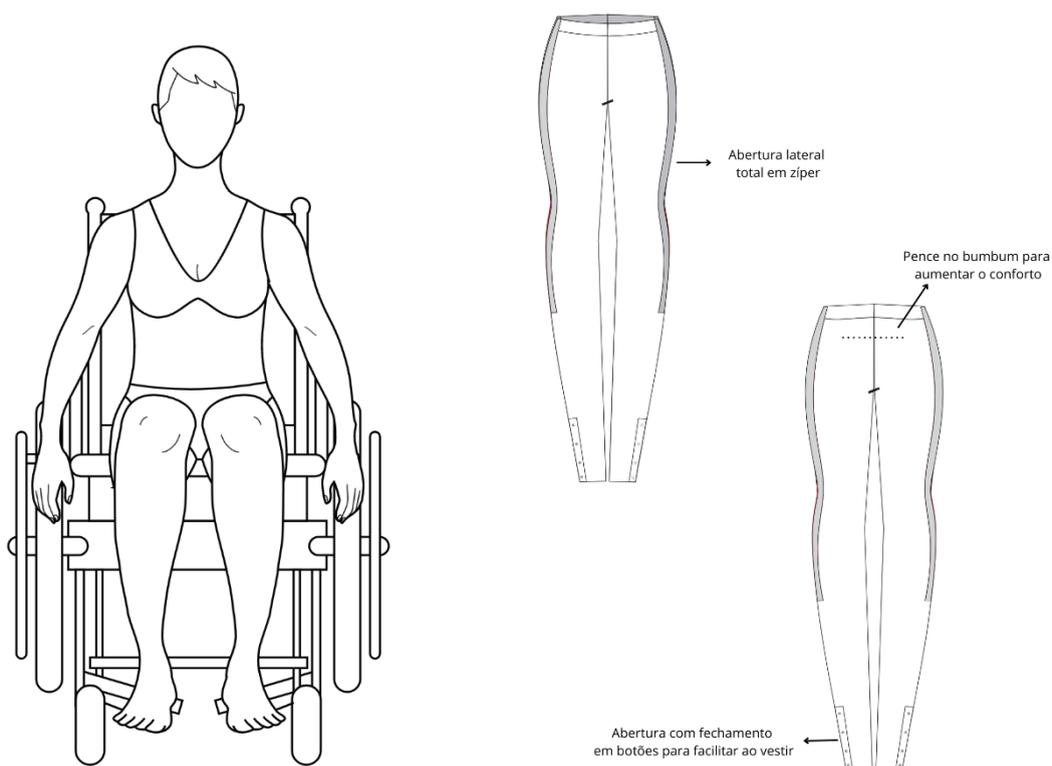
Foi realizado uma pesquisa com cerca de 50 mulheres que possuem corpos que fogem do padrão vigente, dentre elas mulheres com o corpo gordo, com nanismo ou com alguma deficiência física foram as mais citadas. Nessas entrevistas foi possível notar as dificuldades encontradas em cada tipo de corpo. Diante disso e das pesquisas realizada para esse trabalho, foram selecionados três tipos de corpos para demonstrar suas modelagens e suas particularidades: o corpo cadeirante, o corpo gordo e o corpo com nanismo. Para esse estudo foi escolhido como peça a ser desenvolvida a calça. Através do desenho técnico e da descrição, será possível verificar as adaptações necessárias a fim de ofertar um produto que respeite as necessidades e especificidades de cada corpo.

Corpo Cadeirante

O corpo do cadeirante possui algumas restrições à movimentação, devido a essa condição, o conforto se torna uma das premissas ao se analisar a modelagem. Nesse caso, um cós mais alto é pensando a fim de oferecer uma comodidade para um corpo que permanece na mesma posição por muito tempo. Outro fator importante são as aberturas e os fechamentos, com o intuito em oferecer autonomia ao cliente, elas foram pensadas na lateral da vestimenta, tornando a peça muito mais fácil para ser vestida de forma independente. Inclusive, o tipo de fechamento foi pensado, sendo possível verificar no desenho, o uso de zíperes e botões que facilitam o uso. As pences também foram estudadas, posicionando-as em lugares estratégicos para oferecer um maior conforto, bem como um forro para proteger o contato de pele com o tecido. Em relação aos tecidos é recomendado algo mais leve para esses casos, além de oferecer mais conforto acaba trazendo menos dificuldade na hora de vestir a peça com tecidos mais leves eles sendo tecidos planos quanto tecidos de malha. Com essa construção e conhecimento do

corpo, a consultora que trabalha com o sob medida poderá indicar um produto que atenda a esse cliente, com um olhar cuidadoso aos detalhes.

Figura 4 e 5 – Desenho Técnico Corpo Cadeirante



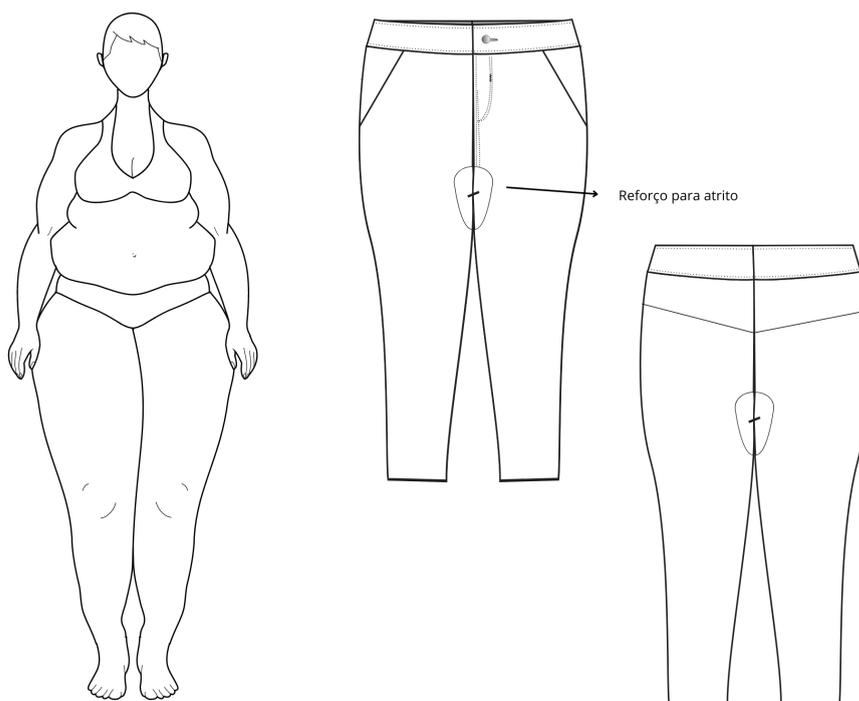
Fonte: Montagem da Autora

Corpo Gordo

Assim como o corpo magro, o corpo gordo também possui diversas silhuetas. Nesse exemplo realizado abaixo conforme a imagem, foi pensado em um corpo gordo que possui um

quadril mais largo com coxas mais grossas. Devido a essas proporções, o cavalo mais alto assim subindo o cós deixando-o mais alto na parte posterior foi pensado a fim de oferecer conforto e segurança na movimentação do cliente. Os recortes diferenciados também contribuem na comodidade da vestimenta, além de possibilitar a execução de uma calça não necessariamente feita de malha, material que é mais facilmente encontrado no mercado desse setor, por acabar sendo mais fácil de vestir, porém passando uma imagem de informalidade. Com essas adaptações conseguimos adequar o material usado a necessidade do cliente. O bolso reto ajuda a proporcionar um equilíbrio corpóreo e um melhor caimento da peça. Um outro ponto importante que se pode verificar no desenho técnico, é o reforço na parte interna da calça que foi acrescentada para aumentar a durabilidade do produto, devido a área de maior atrito.

Figura 6 e 7 – Desenho Técnico Corpo Gordo



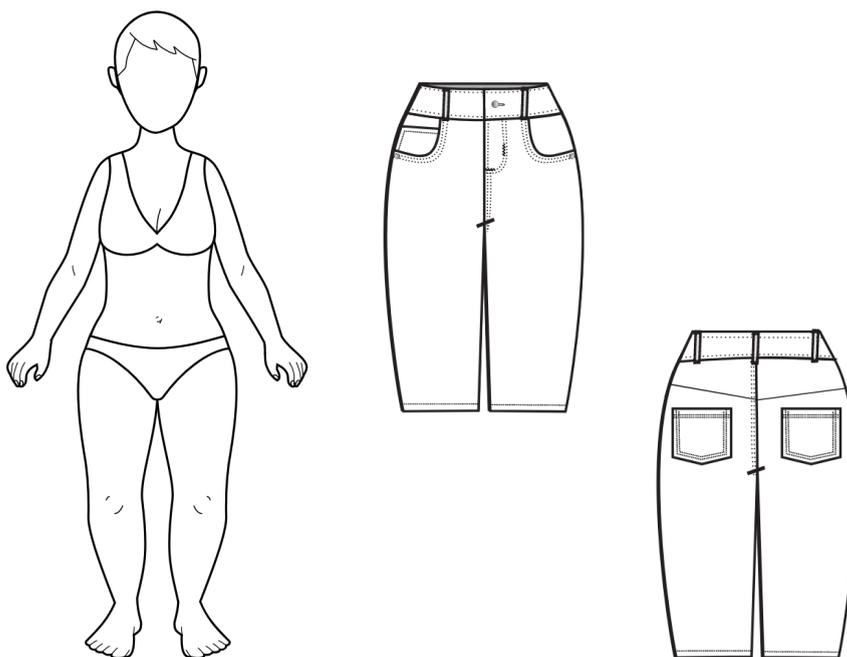
Fonte: Montagem da Autora

Corpo com nanismo

Existem dois tipos de nanismo, o pituitário e a acondroplasia. O primeiro possui características de uma baixa estatura, porém com a cabeça e os membros proporcionais ao restante do corpo. O segundo tipo, possui membros mais curtos e um tronco mais alongado, além da baixa estatura. No estudo, será utilizado como referência o segundo tipo, a acondroplasia. Durante a pesquisa, foi possível observar a falta de marcas no mercado de moda que trabalham para esse tipo de corpo.

Vemos muitas consultoras não preparadas que não possuem o conhecimento das proporções corpóreas e acabam indicando roupas do setor infantil. Contudo, esse corpo possui proporções diferentes de uma criança. Com esse conhecimento, foi proposta uma calça que possui uma modelagem com um quadril mais largo e as pernas mais encurtadas respeitando as medidas do corpo do cliente. Para um ajuste mais assertivo, a altura do cós também foi repensada a fim de oferecer conforto e um melhor caimento. Outro ponto importante levado em consideração nessa modelagem foi a boca da calça mais reta e larga, esse detalhe contribui na facilidade de vestir, além de comodidade para os tornozelos e pés que muitas vezes são mais enviesados.

Figura 8 e 9 – Desenho Técnico Corpo Nanismo



Fonte: Montagem da Autora

Considerações Finais

Ao longo do desenvolvimento do projeto concluímos que o presente trabalho traz informações sobre o *fast fashion* e o *slow fashion* onde apresenta desde como começou até o que é feito nos dias de hoje. Em seguida, começamos a falar sobre o trabalho em si, roupas sob

medida aplicada a consultoria de imagem e estilo onde trabalhamos o entendimento da ideia da união dessas partes para que trabalhem juntas no desenvolvimento pessoal de cada um de seus clientes.

O padrão usado para caracterizar um **modelo de beleza que é considerado ideal** em uma sociedade não foi utilizado neste trabalho. Nesse estudo, foi priorizado o corpo “invisível” e excluído, sendo possível atestar que é factível realizar um trabalho de consultoria pensando em uma moda mais inclusiva. Portanto, a consultoria sob medida permite atender a uma pluralidade de corpos, realizando um serviço humanizado e sensível, proporcionando dignidade e acesso a todos. Fica a pergunta para refletirmos:

Até quando a Moda restringirá o direito de vestir uma roupa que respeite o seu corpo e suas necessidades?

Referências

ARRUDA, Beatriz; **Fast Fashion x Slow Fashion.** 2016; Disponível em: <<http://jornalismojunior.com.br/fast-fashion-x-slow-fashion/>> Acesso em: 04 de março de 2022.

CAMPOS, Marina; **Slow Fashion E Fast Fashion: Conheça Esses Dois Movimentos Da Moda.** 2020; Disponível em: <<https://revistagalaxy.com.br/2020/04/22/slow-fashion-e-fast-fashion-conheca-esses-dois-movimentos-da-moda/>> Acesso em: 04 de março de 2022.

COUTINHO, Marina; KAULING, Graziela Brunhari. **Fast fashion e slow fashion: o paradoxo e a transição.** Memorare, Tubarão, v. 7, n. 3, set./dez. 2020; Disponível em: <https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/memorare_grupep/article/view/10211/5495>. Acesso em: 28 de abril de 2022.

CUNHA, João Maria; **Corpo e Imagem: Na sociedade de consumo.** Lisboa: Clássica Editora, 2014.

DULCI, Luciana Crivellari; PhD; **GLOBALIZAÇÃO, MODA E A CULTURA DO CONSUMISMO** - 10º Colóquio de Moda – 7ª Edição Internacional 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2014; Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202014/ARTIGOS-DE-GT/GT09-MODA-E-GLOBALIZACAO/GT-9-Globalizacao-Moda-e-a-Cultura-do-Consumism o.pdf>> Acesso em: 16 de março de 2022.

GARCIA, Carol. **Corpo, moda, mídia e mercado.** In: CASTILHO, Katia; GALVÃO, Diana. A moda do corpo o corpo da moda. São Paulo: Editora Esfera, 2002.

GUIMARÃES, Juliana; **Padrão de Beleza.** 2011; Disponível em: <<https://www.significados.com.br/padrao-de-beleza/>> Acesso em: 24 de abril de 2022.

NASI, Ariana; **Slow fashion e fast fashion: Saiba quais as diferenças na hora de comprar!** 2019; Disponível em: <<http://www.ariananasi.com.br/a-diferenca-entre-slow-fashion-e-fast-fashion/>> Acesso em: 04 de março de 2022.

QUARESMA, Iara; **Iara Quaresma Consultora de Imagem e Estilo.** Disponível em: <<https://www.iaraquaresma.com.br/>> Acesso em: 23 de março de 2022.

SHIMAMURA, Erica; SANCHES, Maria Celeste de Fátima. **O fast fashion e a identidade de marca.** 2012, p.67. Disponível em:

<<https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/14269/12187>>. Acesso em: 25 de abril de 2022.

VALENTE; Aline Aparecida, Ms, SILVEIRA; Luciana Braga, D.ra, DULCI; Luciana Crivellari, D.ra; **MODA, CULTURA E SUSTENTABILIDADE EM RONALDO FRAGA** - 13º Colóquio de Moda – 10ª Edição Internacional – 2017; Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/GT/gt_10/gt_10_Moda_cultura_e_sustentabilidade_em.pdf> Acesso em: 16 de março de 2022.