UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

JOSIANE MICHELLE DE SOUZA

MODA PARA LACTANTE SOBRE A PERSPECTIVA DA MULHER DO SÉCULO XXI

FLORIANÓPOLIS

2021

JOSIANE MICHELLE DE SOUZA

MODA PARA LACTANTE SOBRE A PERSPECTIVA DA MULHER DO SÉCULO XXI

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Tecnólogo em Design de Moda, da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel.

Professor(a) Orientador(a): Mary Neuza de Freitas Clasen – Prof. Me.

Florianópolis

2021

JOSIANE MICHELLE DE SOUZA

MODA PARA LACTANTE SOBRE A PERSPECTIVA DA MULHER DO SÉCULO XXI

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Tecnólogo em Desing de Moda e aprovado em sua forma final pelo Curso Tecnólogo em Design de Moda, da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Florianópolis, 28 de junho de 2021.

_____

Prof. e orientador(a) Mary Neuza de Freitas Clasen – Prof. Ms.

Universidade do Sul de Santa Catariana

_____

Prof. Adriana, de Luca Canto – Prof. Ms.

Universidade do Sul de Santa Catariana

_____

Prof. Kamilla Santos Souza – Prof. Esp.

Universidade do Sul de Santa Catariana

Dedico este trabalho primeiramente a Deus pela oportunidade de estudar, por estar finalizando mais esta etapa na minha vida e por estar sempre presente na minha vida e nas minhas conquistas. Dedico também a minha família, que é a base sólida da minha vida, que me ajudou a me tornar quem eu sou hoje, sempre estiveram ao meu lado me incentivando e me apoiando em tudo que faço.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelas oportunidades que eu tive, por estar sempre comigo nas realizações das minhas conquistas e sonhos, e pela vida que me deu.

À minha família, que sempre esteve ao meu lado me incentivando a realizar os meus sonhos.

À todas as minhas amigas mães que foram a fonte de inspiração para a realização da pesquisa.

Gostaria de deixar o meu profundo agradecimento a todos os professores que tanto me ajudaram e me incentivaram na minha jornada acadêmica, principalmente a minha orientadora Prof. Mary Neuza de Freitas Clasen, pelas orientações e aconselhamentos nos momentos de decisões.

À todas as entrevistadas, que gentilmente, concederam um pouco de seu tempo para responderem a pesquisa.

Por fim, agradeço, a todas as pessoas que contribuíram diretamente ou indiretamente para a realização dos meus estudos e desenvolvimento da pesquisa.

RESUMO

A pesquisa realizada será um estudo do mercado com a finalidade de destacar questões relacionadas a moda, modelagem inteligente e os desejos e necessidades de mulheres no período de amamentação. Nela, serão abordados temas como os dilemas encontrados na maternidade na visão das mulheres da atualidade, a construção da identidade materna, o comportamento das consumidoras em relação a nova forma corporal, levando em conta o que estas mulheres desejam e o que o mercado está oferecendo. Para poder responder a problematização das questões levantadas, aplicou-se um questionário em um pequeno grupo de mães recentes da região da grande Florianópolis e feito uma análise de lojas on-line especializadas em vestuários para gestantes e lactantes. Os principais resultados mostraram a importância da pesquisa na área da moda como um solucionador de problemas relacionados a funcionalidade, ergonomia e desejo de transformar a aparência de uma forma física, maximizar o tempo e a autoestima.

Palavras-chave: Moda, vestuário, lactantes.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa etária das entrevistadas 29
Gráfico 2 - Escolaridade das entrevistadas 29
Gráfico 3 – Maternidade 30
Gráfico 4 - Período que amamentou 31
Gráfico 5 - Prioridade na decisão de compra de vestuário 31
Gráfico 6 - Compras em lojas on-line de vestuário 32
Gráfico 7 - Compras em lojas on-line de vestuário após período gestacional 33
Gráfico 8 - Roupas para o período de amamentação 34
Gráfico 9 - Principais dificuldade encontradas para comprar roupas no período de amamentação 35
Gráfico 10 - Principais dificuldades encontradas para realizar compras on-line de vestuário para amamentação 37
Gráfico 11 - Decisão de compras com auxílio de um aplicativo de sugestão 39

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 9
1.1 Problematização 10
1.2 Objetivo geral 12
1.2.1 Objetivos específicos 12
1.3. Justificativa 12
2. METODOLOGIA 13
2.1 Caracterizações da Pesquisa 13
2.2 Procedimentos e coleta de dados 14
3. REFERENCIAL TEÓRICO 15
3.1 Dilemas encontrados na maternidade na visão das mulheres do século XXI 15
3.2 Maternidade e a necessidade da construção da pesquisa 16
3.3 Período pós-parto e maternidade 18
3.4 Anatomia 19
3.5 Ergonomia 21
3.6 Antropometria 23
3.7 Usabilidade ou funcionalidade 24
3.8 Comportamento do consumidor 25
4. ANÁLISE DE DADOS 27
4.1 Análise das principais lojas on-line para mulheres que estão no período de amamentação 27
4.2 Análise dos dados das entrevistas 28
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 40
6. REFERÊNCIAS 42
7. APÊNDICE A – ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO 44
8. CRONOGRAMA 49

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, as relações entre a identidade de estilo, comportamento, cultura e consumo vêm sendo um foco de estudos na área da moda, principalmente no que diz respeito ao consumo. Entende-se que para compreender o consumidor é preciso entender as suas necessidades, portanto, para compreender as necessidades das mães no período de amamentação do século XXI, é preciso compreender a dinâmica da sua vida social, como isto reflete no vestuário e o que é preciso fazer para melhorar e atingir as necessidades e desejos desta mulher.

Um dos períodos transformador na vida de uma mulher é a gestação, pois, neste momento a mulher passa por um estágio transitório, seja no lado psicológico ou corporal. Com as mudanças no corpo, a forma de se vestir vai normalmente se modificando, e assim, surge a necessidade de consumir novas roupas já pensando em reutilizá-las na fase pós-parto e no período de amamentação.

Se vestir bem de forma confortável e funcional será sempre uma preocupação das mães que estão no período de amamentação. Em qualquer época, estas mulheres desejam se apresentar de forma apropriada para a sociedade, buscando roupas que lhe vistam bem e que as façam sentir dentro da moda. Por este motivo, este segmento de mercado pode ser considerado algo a se explorar e se expandir, suprindo este desejo.

O mercado de consumo para lactantes tem apresentado algumas opções, no entanto, aparentemente, estas opções são consideradas poucas quando relacionadas com as tendências de moda. Já as peças que representam as tendências de moda, não necessariamente destinadas ao mercado de lactantes, são pouco funcionais, trazendo um grau de dificuldades de despir o seio na hora da amamentação. Estes fatores fazem com que esta mulher opte pela praticidade deixando de lado a vaidade, fazendo com que ela perca um pouco da sua auto visão de indivíduo mulher exalando feminilidade e de seu estilo e passe a ter somente a visão de mãe.

Recentemente, nota-se uma iniciativa e preocupação em desenvolver pesquisas relacionadas ao tema, como também no desenvolvimento de peças funcionais que sigam uma tendência de moda atemporal e confortável.

Após alguns relatos de pessoas próximas, que foram mães recentes e que residem na região da Grande Florianópolis, sobre a dificuldades de encontrar um

vestuário que fosse confortável, funcional e que as fizessem sentir-se bem e bonitas com a sua nova forma, criou-se o desejo de realizar uma pesquisa sobre o assunto.

O maior desafio relatado por elas estão em relação de reutilizar as roupas já existentes no guarda-roupas, pois, seu corpo não está com a aparência do período de gestação e nem tão perto do corpo que tinham antes da gestação. Muitas das roupas que tem e conseguem usar, arregaçam o decote da blusa ou vestido ou as peças mostram demais o seu abdômen.

Tendo base nesta percepção, criou-se a necessidade de desenvolver uma pesquisa de mercado com o intuito de verificar se o vestuário oferecido para lactantes tem cumprido o seu propósito nos quesitos de funcionalidade, ergonomia e estética, tendo como base, a percepção de mães que estão amamentado ou passaram por este período recentemente.

No período em que foi realizado a pesquisa, encontrávamos em um quadro crítico, devido à crise Mundial causada pela Pandemia da Covid19 e seguindo os decretos do Governo Estadual de manter-se em casa para evitar a contaminação e a superlotação das UTIs, optou-se em realizar a pesquisa de forma virtual através da percepção das mães e lactantes recentes em relação a oferta de vestuário apropriado para a amamentação e a sua insegurança de fazer as compras on-line.

Com estas informações e baseado em 3 Lojas On-line especializadas em vestuário para amamentação, foi realizada uma pesquisa de mercado referente a ergonomia e funcionalidade.

1.1 Problematização

Um dos principais desafios da mulher do século XXI é administrar o seu tempo a partir do momento em que se torna mãe. É comum ouvirem a seguinte frase: “quando nasce um bebê também nasce uma mãe”. No entanto, no ritmo em que vivem, será que estas mulheres estavam preparadas para esta nova rotina? Conseguem ter tempo para cuidar da sua aparência? Conseguem encontrar vestuário para se manter dentro da moda?

Cada indivíduo tem o seu tempo de aprender a ser mãe, lidar com as dificuldades e frustações de adiar projetos pessoais e profissionais que nem sequer ousa falar devido a represália da sociedade. Sem mencionar as frustações de não

atingirem os padrões idealizados pela maternidade, da dificuldade de recuperar a sua forma física e de encontrar roupas adequadas que facilitem na hora da amamentação.

No período de amamentação encontram uma dificuldade em achar roupas adequadas, funcionais e que as deixem com uma boa aparência neste momento tão importante em que a mulher aprende a ser mãe e ao mesmo tempo não quer perder a sua feminilidade e estilo.

Segundo relatos que incentivaram a realização da pesquisa, ao buscarem lojas especializadas em vestuário para mulheres que estão amamentando, encontram poucas variedades em lojas físicas, no qual, muitas vezes, não se agradam da aparência das peças. Já nas lojas virtuais, no qual não se sentem seguras para comprar, pois, não tem como experimentar e ver como ficará a peça na sua nova forma física, também apresentam uma tabela de tamanhos P, M, G e GG. No entanto, ficam inseguras devido ao tamanho que deveriam comprar, pois, tem noção que cada fábrica trabalha com uma tabela de medidas diferentes. Além de não terem um preço acessível, não dá para errar em relação a tamanho, modelagem estética e funcionalidade.

Nas lojas físicas, as opções oferecidas pelo mercado são roupas de amamentação que mais se assemelham as camisolas hospitalares, no qual as recentes mamães têm que se adequar ou usar seus looks anteriores ao período gestacional ou usar as opções que sobraram do período gestacional que se adaptam a sua nova forma corporal, no qual, muitas vezes, expõem o seu corpo mostrando a sua barriga ou esgaçando a sua gola. Sem mencionar as camisas e camisetes que tornam-se desafiador e nada funcional a atividade de abotoar e desabotoar com uma só mão enquanto a outra tenta segurar e acalmar o bebê.

Foi pensando nestas dificuldades encontradas pelas lactantes que surgiu a necessidade de fazer uma pesquisa de mercado e descobrir se existe roupas específicas para o período de amamentação, se realmente são funcionais, ergonômicas e que proporcionem uma boa estética, se são acessíveis e fáceis de encontrar.

Neste sentido, pergunta-se: O mercado consumidor está ofertando roupas para lactantes com modelagem funcional e ergonômica?

1.2 Objetivo geral

Analisar o vestuário para lactantes oferecidos sob a percepção de mães que estão amamentando ou passaram por este período recentemente.

1.2.1 Objetivos específicos

- Identificar mulheres que estão ou que amamentaram em um intervalo de 5 anos;
- Analisar através de entrevistas as necessidades em relação ao vestuário das mulheres que estão em período de amamentação;
- Detectar as principais mudanças em relação ao consumo de vestuário durante e após o período de gestação;
- Analisar as principais marcar e lojas virtuais que oferecem moda especializadas em lactantes;
- Fazer uma pesquisa de mercado em relação a ergonomia e estética do vestuário oferecido.

1.3. Justificativa

Em um mundo globalizado onde as informações e imagens circulam em extrema agilidade, as tecnologias e conhecimentos são facilitadores no desenvolvimento de novos produtos, o profissional de Design de Moda vem desenvolvendo várias habilidades capazes de solucionar diversas problemáticas com o intuito de melhorar a qualidade de vida de indivíduos, sendo na ergonomia e estética do vestuário, com o intuito de elevar a autoestima e autonomia. Neste sentido, ampliou-se o leque de oportunidades para atender vários seguimentos sociais que antes não chamavam tanta atenção dos pesquisadores. Tendo esta percepção e a intenção de maior conforto para mulheres no período de amamentação, surge a necessidade de pesquisar se o mercado oferece um vestuário para mulheres lactantes de maneira que valorize sua funcionalidade e beleza. Apesar de exibir vários

segmentos de moda, neste cenário, encontram-se um nicho crescente de moda gestante e pós-parto, no qual apresentam-se necessidade de desenvolver uma linha de vestuário moderno, confortável, funcional e que valorize o corpo feminino deixando-a elegante e possa ser usado em várias ocasiões.

Ressalta-se, que no período atual em que nos encontramos, no qual estamos mais de um ano cumprindo normas de isolamento social, devido a Pandemia causada pela COVID19 e cumprindo-se as normas do Governo Estadual de Santa Catarina relacionado a prevenção do contágio, foi necessário fazer uma adaptação da ideia inicial da pesquisa. A pesquisa e questionário foram realizados de forma virtual e a pesquisa do mercado consumidor foi realizado na oferta das lojas virtuais especializadas em moda lactante e gestante.

2. METODOLOGIA

2.1 Caracterizações da Pesquisa

O principal foco do trabalho foi fazer um estudo de mercado para analisar ergonomia e estética do vestuário para lactantes oferecidos na região da Grande Florianópolis sob a percepção das entrevistadas. Para alcançar os resultados desejados, foram realizados um questionário de origem quantitativa em mães no período de amamentação ou mulheres que amamentaram seus filhos no intervalo de 5 anos.

O questionário foi criado na ferramenta de Formulário da plataforma do Google foi enviado o link por WhatsApp. A intenção foi buscar informações relativas as principais dificuldades encontradas referente ao vestuário destas mulheres na hora da amamentação, onde estão buscando este vestuário e se atendem a suas necessidades.

> As pesquisas de caráter nomotético, também denominadas geralmente de quantitativas, por suposto tomam as técnicas de abordagem e procedimentos das ciências físicas e naturais como modelos de investigação científica e, como tal, pretende explicar, predizer e, dentro de certos graus de liberdade, controlar os fenômenos investigados (GAYA, 2008, p. 54).

Trata-se também de uma pesquisa exploratória. Segundo Engel e Tolfo (2009, p.35), “este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

2.2 Procedimentos e coleta de dados

A coleta de informações foi realizada através de entrevistas e de análise de sites de lojas virtuais referente ao que elas estão oferendo no mercado.

Foi elaborado um questionário on-line contento 11 perguntas objetivas e 1 descritiva e enviadas por WhatsApp para mulheres que foram mães recentes ou que tiveram filhos nos últimos 5 anos.

Conforme Limeira (2008, p. 43) “o questionário é uma técnica estruturada para a coleta de dados que contém uma lista de perguntas, escritas ou orais, abertas ou fechadas, a serem respondidas individualmente por amostra de pessoas de interesse da pesquisa”.

De acordo com Gaya (2008, p. 79) “ uma amostra representativa é aquela que se apresenta muito semelhante em termos de características relevantes a investigar da população de que foi selecionada”, ou seja, “uma amostragem ideal é um microcosmo da população”” (HILL; HILL, 2002 *apud* GAYA, 2008, p. 79).

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Dilemas encontrados na maternidade na visão das mulheres do século XXI

Compreender a realidade da construção da maternidade ao longo da história da humanidade, reforça-se os dilemas encontrados pelas mulheres da Era em que nos encontramos atualmente.

OS DILEMAS... (2018) relata os problemas reais referente a este momento. Entre eles, encontra-se os dilemas e culpas das mulheres em relação ao tempo e expectativas desta nova fase. Muitas, nutrem o desejo do parto perfeito, da amamentação sem dor, da recuperação da antiga forma física. Cria-se uma ideologia que para muitas mulheres são inatingíveis. É natural passar por um período de crise, principalmente pelas cobranças e por tentar dar conta de tantas coisas ao mesmo tempo.

No entanto, independentes das dificuldades encontradas, nota-se uma preocupação destas mulheres com a aparência e cuidados pessoas, já que atualmente, vivemos em um mundo em que as pessoas vivem conectadas com as redes sociais, dividindo seus momentos de alegrias e compartilhando informações desta nova fase.

Os grupos e perfis de mães e bebês nas redes tais como Fecebook e Instagram são o mais recente ponto de encontro tornou-se também uma das principais fontes de informação para as mamães, trazendo dicas de maternidade, saúde e looks mamãe e bebê.

No entanto, aparentemente, ainda há uma carência no mercado consumidor, de oferta de vestuário próprios para lactantes que satisfaça as mamães referente a sua funcionalidade, ergonomia e estética. Principalmente, quando muitas delas precisam voltar ao mercado de trabalho e ao mesmo tempo não querem deixar de amamentar entre os períodos de intervalo.

Neste momento, criou-se a necessidade de fazer um estudo de mercado para averiguar que tipo de roupa seria apropriado para usar no ambiente de trabalho, mantendo-se a elegância, e ao mesmo tempo facilitasse as mamadas entre os períodos de intervalo, já que o tempo destas mulheres são extremamente corridos.

No âmbito acadêmico, existem diversos estudos sobre o comportamento de consumo, referentes aos períodos de transição como casamento, divórcio [...], porém, poucos referentes às mudanças no consumo de mulheres após tornarem-se mães [...] (GOMES, 2005, p. 14). Sendo assim, este trabalho vem a contribuir com uma análise de consumo e oferta do vestuário para lactantes e sua funcionalidade.

3.2 Maternidade e a necessidade da construção da pesquisa

Desde o início da história da humanidade, as mulheres sempre amamentaram os seus filhos ou tinham amas de leite para exercer esta função. Acredita-se que, por motivo que a mulher tinha outro papel na sociedade, tal como Dona de casa e esposa, tinham mais tempo para cuidar de seus filhos e amamentavam em locais mais isolados e tranquilos. Por esta razão, a roupa nunca foi uma preocupação na hora de amamentar.

Diferente da realidade em que nós entramos nos dias de hoje, aonde a mulher exerce várias funções, entre elas, sustentar a casa, a agilidade que a mesma precisa em desempenhar as suas obrigações tanto de trabalho, quanto de casa, e o pouco tempo que esta tem para cuidar de sua aparência. Surge o desejo de usar roupas que facilitem a amamentação e ao mesmo tempo deixe-a elegante para exercer a sua profissão. Com isso, surge a necessidade de desenvolver uma pesquisa para alcançar os seus objetivos com o auxílio de um designer de moda.

Segundo Treptow (2005, p. 77), “a pesquisa deve ser uma constante na vida do designer de moda. As mudanças, a valorização do novo e a oportunidade para o uso de criatividade são o que torna tão cativantes as carreiras no ramo da Moda”.

Contudo, incentiva-se a pesquisa e investigação nas áreas pouco exploradas, como por exemplo, o consumo e oferta de vestuário adequado para o período pós-parto e amamentação.

> A pesquisa em moda é um trabalho que exige disciplina e técnica, para que o profissional de criação possa descobrir [...] e, também compreender o que está no imaginário dos consumidores. Ela requer sensibilidade do criador para traduzir mudanças, sentimentos e comportamento desse consumidor (TREPTOW, 2005, p. 77).

> Não há dúvidas de que o ser humano apresenta uma relação bastante instigante com o seu próprio corpo e com a imagem que por ele se

> constrói. O como o sujeito “se vê” é extremamente importante para uns, menos, para outros; mas sempre que se faz uma leitura de nosso corpo/imagem, mesmo que não concordemos com ela, as interferências não passam completamente sem qualquer reflexão da parte do sujeito (CASTINHO; MARTINS, 2005, p.92).

> Segundo Meireles e Costa (2005 *apud* GOMES, 2015, p. 38) a maternidade é uma etapa desenvolvimental que supõe a redefinição da identidade em torno das tarefas de construção da identidade materna e de construção da relação mãe-bebê. Na resolução destas duas tarefas, a vivência do corpo e a transformações físicas da gravidez têm um papel fundamental.

Para Cavaleiro (2012 *apud* GOMES, 2015, p. 38), “diversos fatores provocam conflitos internos e sentimento ambíguos entre as novas mães, sendo um deles a preocupação entre o seu corpo e o corpo do bebê [...] e por outro a preocupação de não perder a sua feminilidade”.

> A roupa nos define, diz aos outros quem somos, o que queremos, o que pensamos e até o que gostaríamos de ser. Assim, muito mais do que aprender o que se deve ou não usar [...] precisamos compreender que a roupa não é uma espécie de auto-satisfação, mas também algo que expressa a forma como o mundo nos vê e a forma como vemos o mundo (BRAGA, 2005, p.225).

Por meio da roupa, as pessoas comunicam que pertencem a uma dada classe social, a uma faixa etária e a um dado sexo. Além disso, a roupa sinaliza momentos da vida e estado de espírito [...] (DURAND, 1988 *apud* LIMEIRA, 2008, p.267).

Para Novaes (2008 *apud* GOMES, 2015, p. 37), “uma sociedade em que o corpo, além de objeto de consumo, passa a ser lócus privilegiado da construção identitária feminina, a relação com o próprio corpo acaba por tornar-se, muitas vezes desprazerosa e persecutória”.

Novaes (2008 *apud* GOMES, 2015, p. 37), afirma ainda que “esta insatisfação gera uma necessidade de compra de produtos que possam aumentar sua autoconfiança, sendo o corpo uma possibilidade de ser o objeto de manifestação”.

> As inúmeras maneiras de fabricar ou de reconstruir o corpo se relacionam aos procedimentos de ordem estética ou de embelezamento pertinentes à motivação de decoração corpórea [...] o ser humano reveste e decora o seu corpo de inúmeras maneiras, mesmo que, em alguns casos, crie efeitos de nudez do corpo – parciais ou totais [...] (CASTINHO; MARTINS, 2005, p.95).

> Ninguém está proibido de usar o que quer que seja, desde que aja com bom senso. A prudência é verdadeiramente uma arte. Se o local

> exigir um determinado traje por razões cerimoniais, como por exemplo, a gala, o luto, a roupa esportiva [...] temos a liberdade de usar o que bem quisermos. A moda é um exercício de liberdade (BRAGA, 2005, p.225).
>
> O campo da moda é um conjunto de relações entre os grupos sociais, em que a roupa assume o papel da intermediação simbólica. A roupa expressar, reproduz e nutre uma série de relações existentes entre os diversos grupos sociais. Assim, ela é uma construção racionalizada, que permite comunicar o sentido da posição do indivíduo dentro da estrutura social, sendo o seu instrumento de realização (BÉRGAMOS, 1988 *apud* LIMEIRA, 2008, p. 266).

De acordo com Belk (1998 *apud* GOMES, 2015, p. 39), “o que possuímos não só comunica quem somos ou a que “tribo” pertencemos, mas também pode ser entendida como um suporte textual que nos auxilia a construir as nossas identidades no decorrer de nossa vida”.

Esta identidade se intensifica em épocas marcantes em nossas vidas, caracterizados pelo ritual de passagem de um novo ciclo, como por exemplo, o nascimento de um filho e os momentos do período pós-parto.

3.3 Período pós-parto e maternidade

O período pós-parto é um momento muito delicado para a mulher, é neste momento, envolvida pelas emoções, ela começa a sua jornada de descobrimento desta nova identidade e adaptação da forma de seu novo corpo.

Segundo Houston (1999 *apud* GOMES, 2015, p. 54), “o período pós-parto é caracterizado pelo momento em que a mulher é absorvida em seu novo status social como mãe [...]”.

Cada mãe vem ao mundo a seu tempo [...] em alguns casos, o processo demora algumas horas. Em outros, leva dias, meses. Ou até uma vida inteira (OS DILEMAS...,2018).

> Gomes (2015, p. 54) afirma que relatos recorrentes sugerem contradições sobre o real momento em que percebem que uma nova identidade foi incorporada [...], no entanto, fica claro que esta identidade materna é construída com o passar do tempo e com as atividades diárias que fornecem marcações simbólicas para tal.

Gomes (2015, p. 54) relata em sua dissertação que “fica claro que, o que elas se imaginavam consumindo não corresponde à realidade adquirida”. Relatos de sua pesquisa mostram as modificações do vestuário ocorridos por diversas questões, tais como as modificações do corpo causados pela gravidez, amamentação, a praticidade de se arrumar rápido ou o fato de se sentirem constrangidas com as roupas usadas antes da gravidez.

> [...] no imaginário brasileiro está a concepção de que “ser moderna” depende do cultivo “de uma aparência bela e de bem-estar corporal”. A falta de beleza é interpretada como fruto de frustações, baixa autoestima etc., e como um problema psíquico. Com os produtos da indústria da beleza, o problema torna-se solucionável [...] (LIMEIRA, 2008, p. 263).

Gomes (2015, p. 59) destaca que neste período ocorre uma relação do corpo com as mudanças no vestuário, percebe-se que existe uma busca por roupas que valorize o que caiu ou o que está flácido.

Após o nascimento do bebê, existe uma preocupação em que roupa usar quando for sair com os filhos, pois provavelmente terá que alimentá-los na rua (GOMES, 2015, p. 61). Em relação a este fato, é necessário que o mercado faça um estudo referente a funcionalidade, ergonomia, anatomia para oferecer um vestuário mais adequado para as mulheres que estão amamentando, sem perder a estética das roupas, já que o objetivo é manter-se elegante.

3.4 Anatomia

É preciso entender como o corpo da mulher funciona no período pós-parto e de amamentação, quais as suas limitações, os seus movimentos e as suas necessidades.

Para atender as necessidades do mercado consumidor, o designer de moda precisa fazer uma pesquisa referente a anatomia do público que irá desenvolver sua coleção com o propósito de atender as suas necessidades. Neste caso, mulheres que estão no período de amamentação.

Conforme Araújo e Carvalho (2014, p. 83), anatomia “é a ciência que estuda a estrutura dos seres organizados por meio de minucioso exame do corpo. Esse estudo

é fundamental na área do vestuário, visto que o suporte do produto industrial da moda é o corpo humano, uma estrutura tridimensional e articulada".

> Um corpo nunca existe em si mesmo, nem quando está nu. Corpo é sempre um estado provisório da coleção de informações que o constitui como corpo. Esse estado vincula-se aos acordos que vão sendo estabelecidos com os ambientes em que vive. Quando se pensa o corpo por essa proposta de co-dependência com o ambiente, pode-se entender melhor o alcance do que Walter Benjamin (1968) dizia quando observou que, quando o corpo muda, tudo já foi transformado (*apud* KATZ, 2008, p. 69).
>
> É bastante pertinente ressaltar que é somente pela possibilidade de reconstrução ou de ressemantização do corpo natural, anatômico, que o ser humano encontra o diferencial que atenua a sua insatisfação com o próprio corpo nu, garantindo a ele uma série de atuações no âmbito dos valores estabelecidos no interior da nossa cultura (CASTINHO; MARTINS, 2005, p.98).

Sendo o corpo sempre um estado transitório dos acordos feitos com os ambientes por onde circula, é sempre singular e único (KATZ, 2008, p. 73).

> Na indústria do vestuário, para se desenhar, interpretar, confeccionar e vestir, é necessário ter um sólido conhecimento em anatomia, ou seja, conhecer pontos anatômicos, acidentes ósseos, músculos que se ligam à estrutura do esqueleto, e entender como funciona esse conjunto quando ele está em movimento (SABRÁ, 2014, p. 37).
>
> Para Santos (2009), como a roupa desempenha funções práticas, o designer de moda, ao projetá-la, deve conhecer as percepções causadas pelas linhas do corpo [...] o processo de desenvolvimento de uma peça de vestuário se inicia a partir da observação do corpo, do seu mapeamento, e termina com a aprovação do próprio corpo (*apud* ARAÚJO; CARVALHO, 2014, p. 83).
>
> A roupa, como segunda pele, caracteriza-se por transformações continuamente definidas pelo ritmo das mudanças [...] ao buscar a relação estética entre a forma estrutural do corpo e da decoração têxtil, constatamos que ela pode ou não se adequar à configuração anatômica do corpo (CASTINHO; MARTINS, 2005, p.100).

Saltzman (2004 *apud* ARAÚJO; CARVALHO, 2014, p. 83) considera que a vestimenta se projeta em função das formas do corpo e de seus movimentos, assim:

> [...] as articulações e seus diferentes ângulos de abertura e direcionamento exigem pensar a morfologia do vestuário segundo as atividades do usuário. Nesse sentido, as articulações traçam limites formais que é considerar para evitar ou impedimentos ao desenvolvimento natural do corpo.

No entanto, não basta entender somente a anatomia do corpo feminino após o período pós-parto, é preciso também fazer um estudo sobre a ergonomia em relação a postura e atividades desta mulher ao cumprir o seu papel de mãe.

3.5 Ergonomia

Faz-se importante o estudo da ergonomia para a pesquisa do vestuário das mulheres lactantes com o propósito de otimizar e agilizar os seus movimentos durante a amamentação e a prevenir a segurança e saúde da mulher, dando mais conforto exercer a função de amamentar.

> A Ergonomia (ou Fatores Humanos) é uma disciplina científica relacionada ao entendimento das interações entre os seres humanos e outros elementos ou sistemas, e à aplicação de teorias, princípios, dados e métodos a projetos a fim de otimizar o bem-estar humano e o desempenho global do sistema (ABRAHÃO [*et al*], 2009, p. 18).

> A ergonomia baseia-se em conhecimento de outras áreas científicas, como a antropometria, biomecânica, fisiologia, psicologia [...] desenvolvendo métodos e técnicas específicas para aplicar esses conhecimentos na melhoria do trabalho e das condições de vida (DUL; WEERDMEESTER, 2001, p.14).

> A Ergonomia física se interessa pelas características da anatomia humana, antropometria, fisiologia e biomecânica e sua relação com a atividade física. Nessa categoria podemos situar o estudo da postura no trabalho, manuseio de materiais, movimentos repetitivos, distúrbios músculo-esqueleto relacionados ao trabalho, projeto de posto de trabalho, segurança e saúde (ABRAHÃO [*et al*], 2009, p. 30).

> Pode-se dizer, que o processo de desenvolvimento de uma peça de vestuário com base no corpo humano é composto por três etapas: inicia-se com a observação do corpo, que dependendo a qual etnia pertence, terá formas diferenciadas, passa pelos movimentos que ele realiza e termina com a aprovação ou reprovação do próprio corpo, pois nesse momento ocorre uma interface do corpo com a roupa (SABRÁ, 2014, p. 37).

A ergonomia pode contribuir para solucionar um grande número de problemas sociais relacionados a saúde, segurança, conforto e eficiência (DUL; WEERDMEESTER, 2001, p.15).

> Vale lembrar que o mercado de moda torna-se cada vez mais exigente e complexo, assim, uma boa estratégica de diferenciação implica na constante procura de melhoria de produtos, por meio do design e, igualmente, da criação de vestuário que, indo ao encontro da saúde, possa proporcionar maior conforto, funcionalidade e qualidade de vida

> às pessoas em todos os segmentos de mercado (ARAÚJO; CARVALHO, 2014, p. 84).

De acordo com Sabrá (2014, p. 37), “na indústria do vestuário, e mais especificamente na área do design de moda, é imprescindível visualizar o corpo antes de elaborar qualquer proposta, inclusive a própria coleção”.

> Justifica-se os estudos nas áreas de ergonomia e de antropometria, as quais surgem menos suportes e mais como campos de conhecimento fundamentais para a indústria do vestuário [...] a vida contemporânea continua privilegiando a função estética do vestuário, somando ao conforto e a funcionalidade, ou seja, espera-se que o vestuário represente principalmente o bem-estar do “ser” [...] (SABRÁ, 2014, p. 38).
>
> [...] o vestuário é intrínseco à vida humana e que o objetivo principal da ergonomia é adaptar o que está à volta dos seres humanos às suas necessidades, é válido justificar também a adaptação das roupas, de forma que elas ofereçam conforto, mobilidade, bom caimento, segurança, e ainda sejam confortáveis para o usuário. Isso significa que, antes de se ter uma interface com qualquer coisa que esteja entorno dos usuários, as pessoas se relacionam com as suas vestimentas (SABRÁ, 2014, p. 42).

A especificação da ergonomia [...] é voltada para as pessoas e preocupa-se com a segurança, saúde, conforto, facilidade de uso, satisfação (FALZON, 2004 *apud* ABRAHÃO [*et al*], 2009, p. 31).

> Na ação ergonômica, a existência científica fundamental reside na observação sistemática das situações reais de trabalho [...] nestas áreas a interação com o real destina-se à verificação de mecanismos hipotéticos, obtidos por meio de uma abordagem teórica ou a partir de modelos descritivos, numa perspectiva empirista, caracterizando um método dedutivo de construção do conhecimento (ABRAHÃO, 1993 *apud* ABRAHÃO [*et al*], 2009, p. 18).
>
> A pesquisa em ergonomia reúne em si elementos da pesquisa social aplicada e da pesquisa experimental, ao mesmo tempo em que difere significativamente delas, pela proposição de modelos elaborados por meio de um método indutivo, no qual o campo delimita as questões de estudo (ABRAHÃO [*et al*], 2009, p. 37).

Aspectos ergonômicos como segurança, eficiência, confiabilidade, facilidade de uso, conforto, devem ser analisados com base nas atividades diárias, a partir de observação diretas e indiretas (MORAES; FRISONI, 2001, p.19).

Contudo, a ergonomia utiliza das medidas antropométricas na dimensão do espaço para alcançar conforto e a eficácia dos movimentos dos indivíduos, neste caso, o movimento de despir o peito e amamentar a criança.

3.6 Antropometria

Após o período pós-parto, o corpo da mulher passa por um período de transformação, aonde os órgãos internos estão voltando ao seu lugar de origem, todas essas mudanças irão interferir na sua nova forma, pois, ela já não está mais no período de gestação e não tão pouco se assemelha a antiga forma antes da gravidez. Neste caso, a antropometria vem auxiliar os designers de moda a entender como estas mudanças ocorrem no corpo da mulher e como ele pode trabalhar a antropometria junto com a ergonomia para obter resultados favoráveis à sua pesquisa e alcançar os seus objetivos com eficácia no que se refere ao vestuário para lactantes.

De acordo com Sabrá (2014, p. 42), entende-se por antropometria, “o estudo que trata das medidas físicas do corpo humano. Todas as populações são compostas por indivíduos de diferentes tipos físicos que apresentam diferenças nas proporções de cada segmento do corpo”.

> Antes do desenvolvimento de uma peça do vestuário, é importante analisar para que tipo de atividade essa roupa vai se destinar. Se ela for usada por uma pessoa que for desenvolver poucos movimentos corporais ou atividades do dia a dia, por exemplo, caminhar, sentar pegar ônibus e tanto outros que podem ser realizados em um período de vinte e quatro horas, as medidas podem ser verificadas com o indivíduo parado ou estático. No caso de pessoas que necessitam realizar movimentos corporais, estendendo braços e pernas, como os profissionais que precisam acionar um dispositivo manual no seu limite máximo de extensão de braço, as medidas devem ser indicadas de acordo com o tipo de movimento (SABRÁ, 2014, p. 44).

Segundo Lida (2005 *apud* Sabrá, 2014, p.45), as medidas antropométricas podem ser verificadas da seguinte forma:

> - Estáticas: são as medidas que se referem ao corpo parado ou com pouco movimentos realizados, e são definidas a partir de pontos anatômicos claramente identificados. Essa forma de medida deve ser aplicada à projetos de objetos sem partes móveis, ou com pouca mobilidade;
> - Dinâmicas: são as que medem os alcances dos movimentos de cada parte do corpo, mantendo-se o resto do corpo estático; por exemplo, o alcance máximo das mãos com pessoas sentadas, ou atividades que exijam muitos movimentos corporais.

> Para se obter as medidas é necessário o estabelecimento dos seguintes objetivos: “definição das medidas necessária; ponto anatômicos devidamente referenciados; escolha dos métodos de mensuração; seleção das amostras; execução das medidas e análises estáticas (SILVEIRA, 2008 *apud* ARAÚJO; CARVALHO, 2014, p. 84).

Pode-se dizer que o ser humano sofre diversas mudanças físicas durante toda a vida, como alteração do tamanho, proporções corporais, forma e peso (SABRÁ, 2014, p. 47).

Segundo Sabrá (2014, p. 51), “algumas variações das medidas antropométricas podem ser temporárias e reversíveis, como são os casos das pessoas que engordam e das mulheres que engravidam”.

Contudo, entender como o corpo funciona e os movimentos realizados pelas mulheres que estão amamentando os seus filhos ajuda compreender e a realizar pesquisas que visam buscar a funcionalidade proposta por algumas marcas que tendem a oferecer vestuário adequados as mães no período de amamentação.

3.7 Usabilidade ou funcionalidade

A funcionalidade ou usabilidade vem ao encontro da proposta de descobrir a eficácia, praticidade e satisfação de um público específico em relação ao produto ou serviço almejado.

A partir de Stanton & Baber (1996) tem-se que a questão fundamental da usabilidade é que o produto deve ser fácil de usar (*apud* MORAES; FRISONI, 2001, p.12).

> Segundo Jordan & Thomas & Mc Clelland (1996) [...] propõe a seguinte definição de usabilidade: “...efetividade, eficiência e satisfação com a qual usuários específicos alcançam metas específicas em ambientes particulares – efetivamente, eficientemente, confortavelmente e de modo aceitável” (*apud* MORAES; FRISONI, 2001, p.13).

A usabilidade requer que o sistema ofereça a funcionalidade de tal forma que o usuário designado para a função ou atividade que foi planejada, seja capaz de controlá-lo e utilizá-lo sem passar por constrangimentos excessivo sobre as suas capacidades e habilidades (LANSDAKE & ORMROD, 1995 *apud* MORAES; FRISONI, 2001, p.13).

Apesar deste princípio, faz-se necessário descobrir se o mercado está oferendo vestuário específico que satisfaçam as necessidades das mulheres que amamentam em relação a sua vida cotidiana e consumo.

3.8 Comportamento do consumidor

Em relação ao consumo, percebe-se que está relacionado com as mudanças ocorridas no corpo e a necessidade de usar um vestuário adequado que faça com que esta mulher otimize o seu tempo, se sinta confortável, bonita e segura no momento da amamentação. Nota-se que as mudanças físicas no período pós-gestação têm um impacto significativo no consumo do vestuário. De acordo com Limeira (2008, p. 264):

> A moda representa para as mulheres um meio de transformar seu corpo e sua aparência física, bem como, de construir sua identidade, a partir das múltiplas alternativas de vestuário, adereços e tratamento estéticos oferecidos pela indústria da moda e beleza.

No entanto, ao constatar o que o mercado está oferecendo para o segmento de moda para lactantes, e com a percepção que não conseguirá consumir o estilo de antes da gestação, a compra do vestuário deixa de ser algo prazeroso, pois, a troca de estilo, muitas vezes, acontece como uma obrigação e não um desejo.

Para Schouten (1991 *apud* GOMES; PEREIRA; CORDEIRO, 2016, p. 13) “um importante componente do autoconceito é a imagem do próprio corpo e sua percepção social no que se refere à atratividade”.

> É sabido que a satisfação de uma pessoa com a sua aparência física, ou com a imagem que tem do próprio corpo (imagem corporal), é afetada pelo quanto essa imagem se aproxima do padrão valorizado pelos membros de uma cultura ou sociedade (LIMEIRA, 2008, p. 259).

Para Sampaio (*apud* LIMEIRA, 2008, p. 261) “a aparência passa a assumir uma posição importante na constituição da autoestima e na construção da identidade pessoal”.

O vestuário é considerado um comunicador da identidade de um indivíduo, para a mulher que se torna mãe, ela não quer ser vista somente pela identidade materna,

ela busca resgatar características de sua identidade anterior ao período de gestação, buscando a sua feminilidade, vaidade e beleza.

Fazendo um comparativo com o pensamento de Miller (2013 *apud* GOMES; PEREIRA; CORDEIRO, 2016, p. 15):

> “É preciso entender como os objetos criam pessoas e não apenas as simbolizam”. No caso do vestuário apropriado para a amamentação baseado nos parâmetros de moda, para estas mulheres, compreende a construção da identidade materna sem perder a essência do que foi um dia.

Para McCracken (2003 *apud* GOMES; PEREIRA; CORDEIRO, 2016, p. 15), “quando uma pessoa se identifica com o objeto, ela desloca o significado dele para si”. O mesmo acontece quando uma mãe no período de amamentação se identifica com aquele vestuário, ela reafirma em si sua nova identidade de mãe sem perder sua vaidade enquanto mulher.

Limeira (2008, p. 265) explica que “ao consumir os produtos, o consumidor pretende demostrar para si mesmo e para os outros que possui as qualidades associadas aos produtos”.

Portanto, a construção de um conceito na criação de vestuário para gestantes e lactantes, que faça com que estas mulheres se identifiquem com a marca, assim como a preocupação da marca em relação as informações sobre o produto são essenciais na decisão de compra.

4. ANÁLISE DE DADOS

4.1 Análise das principais lojas on-line para mulheres que estão no período de amamentação

Para compreender os desejos e necessidades das mães recentes, que estão no período de amamentação, além de um questionário, foi necessário fazer um estudo de mercado e um levantamento de três principais lojas on-line especializadas em vestuário para amamentação. Verificar a questão de informações referente a moda, materiais usados para a confecção do vestuário e modelagem inteligente, ergonômica e funcional.

Ao analisar a loja A (Agora sou mãe), temos duas opções para visualizar o vestuário oferecidos, através de site ou Instagram. No site, encontra-se informações referente ao tecido que a peça foi confeccionada e os tamanhos que variam do PP ao GG, no entanto, não aparece informações referente as medidas que compõe cada tamanho, sendo que, cada fábrica trabalha com uma tabela de medidas diferente. As estruturas corporais entre as modelos são semelhantes, dificultando a percepção de como o modelo ficaria em outro padrão de corpo. Já o Instagran, percebe-se que tiveram uma preocupação de realizar fotos mais conceituais, apresentam variedades de estruturas corporais entre as modelos, no entanto, não aparece informações referente aos materiais usados nas peças de vestuário, não apresenta tabela de tamanho. Existe uma preocupação em desenvolver vestuário relacionado com os conceitos de moda com um estilo confortável, atemporal e com um toque sofisticado.

Os detalhes da modelagem demonstram que foram pensados e desenvolvidas para mulheres que estão no período de gestação e amamentação, sendo que, a maioria das peças desenvolvidas para o período de gestação podem ser ajustadas para o período pós-parto e amamentação. Analisando com mais atenção a modelagem, houve uma preocupação em relação as aberturas para a amamentação, no qual, muitas vezes, se apresenta de forma imperceptível. Outra característica encontrada pela marca, ela foi pensada e desenvolvida para um público seletivo.

A loja B (Mammy Belt) também demonstram suas peças de vestuário no site e no Instagram. No site também apresenta informações referente ao tecido que a peça foi confeccionada e os tamanhos também que variam do PP ao GG, o diferencial foi

que apresenta uma comparação dos tamanhos oferecidos com o número do manequim. As estruturas físicas entre as modelos, tanto no site, quanto no Instagram são semelhantes, não apresenta muita variação.

O editorial de fotos apresentados no Instagran e no site, a percepção do conceito não foi tão trabalhada quanto foi apresentado na loja A. Também demonstrou uma preocupação em desenvolver vestuário apropriado para gestantes e lactantes, porém, nota-se uma distinção entre os vestuários, pois, boa parte das peças das gestantes não se adapta a lactantes. O vestuário representa um estilo esportivo, básico e atemporal, no entanto, não apresenta uma variação tão ampla como apresentado na loja A.

A loja B também apresentou uma preocupação referente a modelagem referente as aberturas para a amamentação, deixando, muitas vezes imperceptível no primeiro olhar. Esta também foi pensada e desenvolvida para um público seletivo.

Já a loja C (Love Milke), tanto no site, quanto no Instagram, a primeira coisa que chamou atenção foi a variação de silhueta, corpos que visivelmente representam o período de pós-gestação. No site, em cada peça eles se preocuparam em passar a composição do tecido, mas não descrevem qual tecido foi usado. O diferencial foi que apresenta em cada peça um desenho técnico demonstrando os recortes. Possuem também uma variação de tamanhos P, M e G, no entanto, tem uma tabela que demonstram as medidas da altura e largura das peças esticadas em cima de uma mesa. O estilo apresentado pela marca destaca-se o estilo esportivo, moda para o dia-a-dia aonde se sobressai o conforto e a funcionalidade.

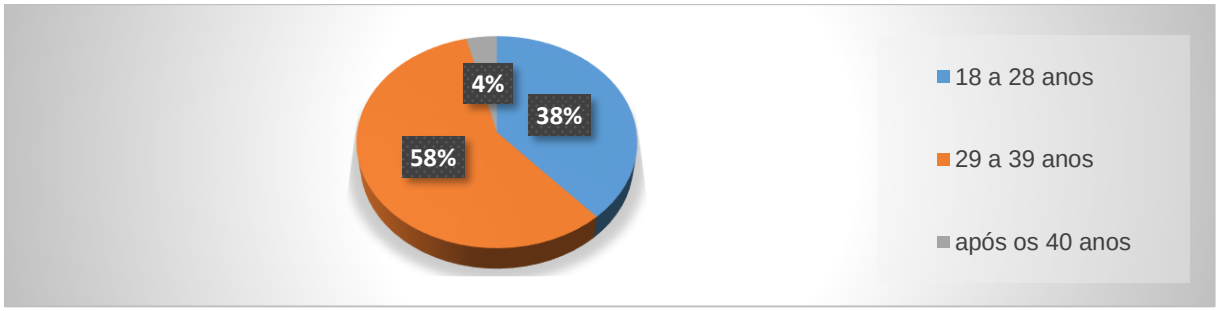
4.2 Análise dos dados das entrevistas

Nos últimos anos, percebe-se uma mudança no comportamento social e cultural referente a maternidade, no qual a influência da escolaridade e regionalidade interfere no planejamento familiar.

> Entre as classes econômicas mais favorecidas, em que se valoriza a formação acadêmica e profissional, a maternidade e a constituição de uma família são adiadas, visando não comprometer a inserção da mulher no mercado de trabalho nem a aquisição de autonomia financeira (PINHEIRO, 2000 *apud* LIMEIRA 2008, p. 256).

Percebe-se esta confirmação nas respostas dos questionários aplicados em um grupo de mães recentes da região da Grande Florianópolis, no total foram 26 entrevistadas. Conforme os dois primeiros gráficos abaixo, fica evidente que existe uma preocupação em estudar e ter uma profissão antes da escolha da maternidade.

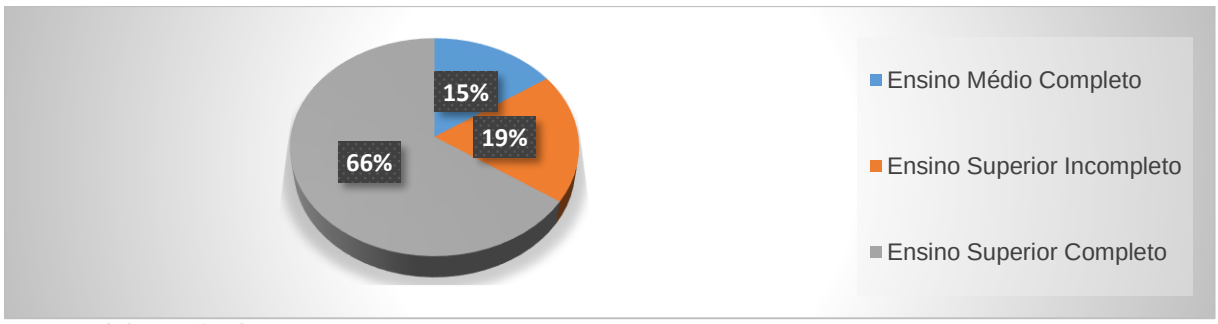
Gráfico 1 - Faixa etária das entrevistadas



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

Apesar de ser uma amostra representativa da região, o gráfico mostra que a faixa etária das entrevistas, mães recentes, a maioria são acima de 29 anos de idade e estão fazendo um curso de graduação ou já concluíram o curso.

Gráfico 2 - Escolaridade das entrevistadas



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

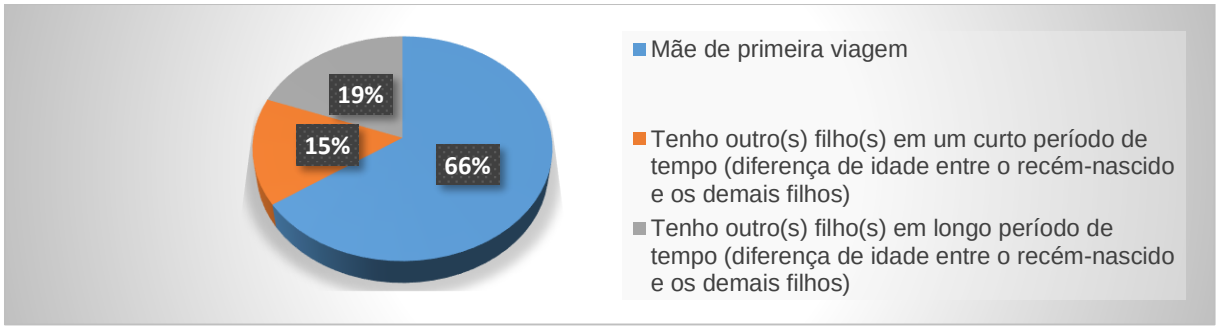
> [...] com mais acesso a educação e à formação profissional, “as mulheres vão ocupar gradativamente o espaço publico, ao mesmo tempo que mantêm a responsabilidade na criação dos filhos”. Neste contexto, ser ou não ser mãe passou a ser “uma decisão racional, influenciada por fatores relacionados às condições subjetivas, econômicas e sociais das mulheres e, também, do casal”[...] (SCAVONE, 2001 *apud* LIMEIRA 2008, p. 256).

O planejamento familiar está cada vez mais presente na sociedade e grupos que têm a visão da importância da educação e da profissionalização para o desenvolvimento local. Com um maior poder financeiro em mãos, a mulher possui

maior decisão na horas das compras, principalmente no que se refere a cuidados pessoais pós-gestação.

Para compreender o comportamento e linha de pensamento das mães recentes em relação ao consumo de vestuário adequado para o período de amamentação, foi preciso saber se esta mulher já teve alguma experiência anterior a matermidade e seus desafios diários. Percebe-se que, como mostra o gráfico 03, a maiora das entrevistadas são mães inexperientes.

Gráfico 3 – Maternidade



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

A inexperiência e conflitos na construção de uma nova identidade acaba impactando na hora da decisão de compras de vestuário para gestantes e lactantes, muitas destas mulheres acabam mudando o seu estilo por buscarem algo que lhe cabe na sua nova forma corporal.

Conforme os relatos das entrevistadas, foi possível perceber que existe uma necessidade de pesquisa e diálogo sobre o assunto:

“Realmente difícil encontrar roupas para amamentação que não seja só pijama” (entrevistada n°01).

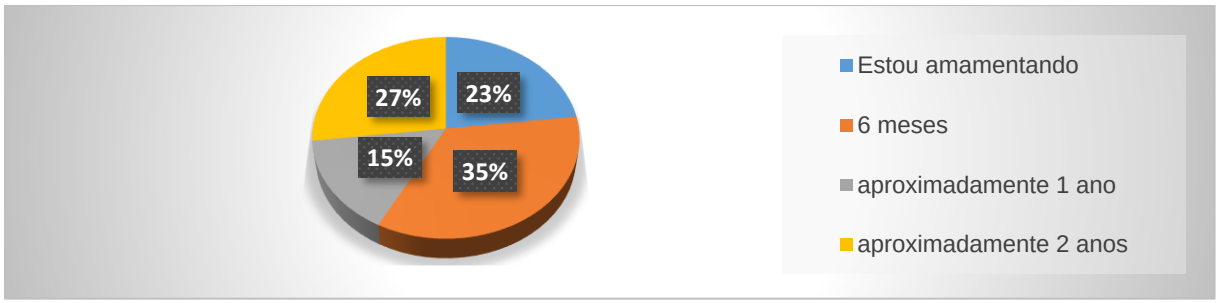
“Me senti perdida em relação de que tipo de roupa usar para facilitar a amamentação, nunca conversei sobre isso. Este assunto deveria ser mais explorado” (entrevistada n°02).

“Não tinha pensado nisso quando estava grávida. Só pensei a respeito quando tive que sair de casa com o bebê. As pessoas deveriam falar mais sobre esse assunto” (entrevistada n° 03).

Outro fator importante que influencia na escolha do vestuário no período de amamentação é o período que esta mulher ficou amamentando. Quanto mais tempo fica amamentando, maior noção do que vestir para facilitar esta função, maior chance de compra de vestuário neste período.

Conforme mostra o gráfico 04, existe um quadro crescente do período que as mulheres estão se dedicando a amamentação.

Gráfico 4 - Período que amamentou



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

Nos relatos das entrevistadas foi confirmado o desejo de continuar amamentando seus filhos por um período maior de tempo.

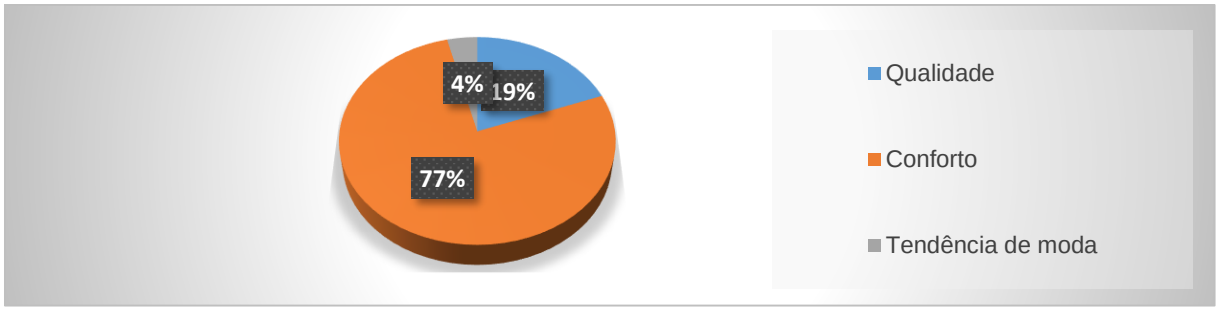
“ Estou amamentando minha filha faz quase 11 meses, pretendo continuar até 2 anos” (entrevistada nº 03).

“Amamento há 11 meses, pretendo continuar” (entrevistada n° 02).

“Ainda estou amamentando, meu filho acabou de fazer 1 ano” (entrevistada n° 04).

Contudo, para este período em que a mulher está apreendendo a ser mãe na prática, foi preciso entender o que elas buscam para vestir nesta nova identidade visual e quais as suas prioridades na hora da compra de roupas. Como podemos ver no gráfico 05, a maioria das mulheres buscam o conforto.

Gráfico 5 - Prioridade na decisão de compra de vestuário



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

Segundo relatos das entrevistadas, no que se refere ao vestuário pós-gestação, em primeiro lugar vem o conforto, seguido de qualidade das peças e tendência de moda.

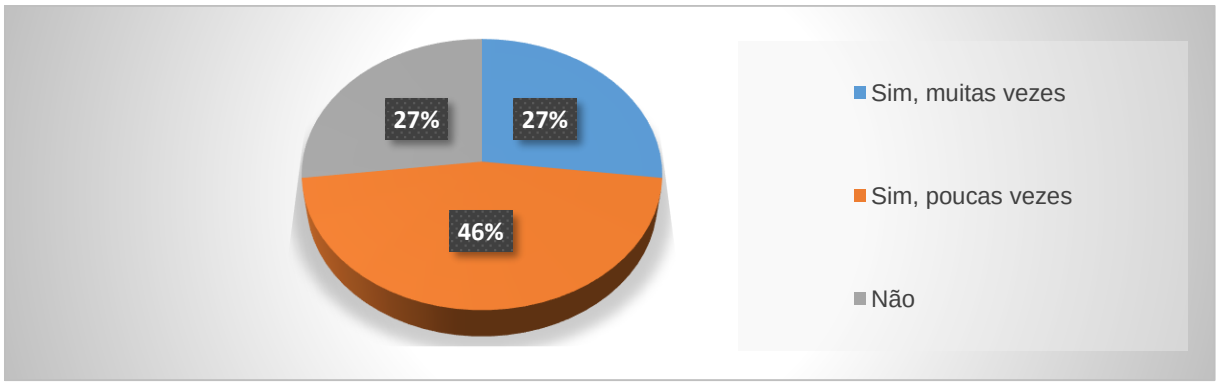
“Prezo por conforto e qualidade” (entrevistada nº01).

“Para mim, roupas confortáveis não se encaixam só durante a gestação ou amamentação. Nunca me importei com marca ou moda, prezo sempre pelo conforto” (entrevistada nº02).

“[...] gosto de qualidade, conforto, preço acessível e estilo que combina comigo” (entrevistada nº03).

Tendo a percepção do que as entrevistadas buscam na hora de se vestir e percebendo uma mudança no comportamento do consumidor devido isolamento social ocasionado pela COVID19, foi preciso saber como era o seu comportamento em relação as compras de vestuário em lojas on-line antes e após o período gestacional.

Gráfico 6 - Compras em lojas on-line de vestuário



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

Nota-se que 46% das entrevistadas, segundo o questionário e seus relatos, utilizaram poucas vezes as lojas on-line para fazer compras, 27% fizeram compras

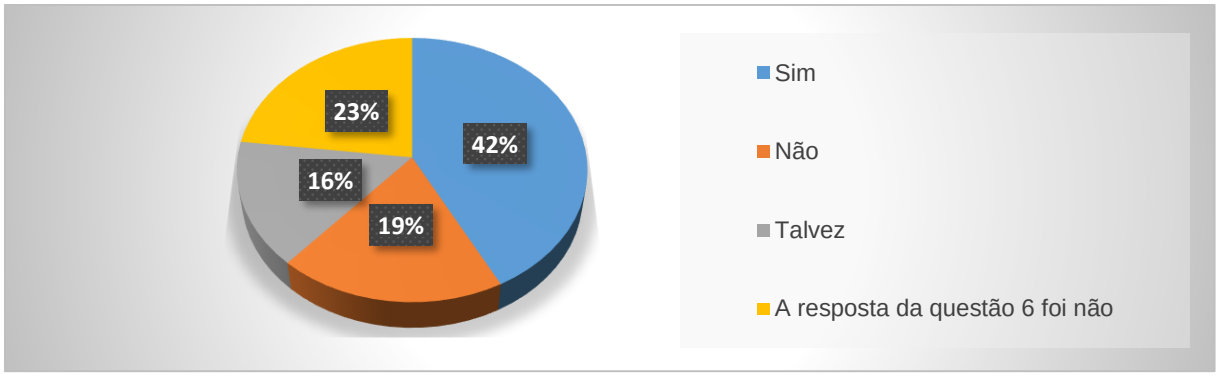
on-line muitas vezes e 27% não utilizaram a internet para fazer compras de vestuários em lojas on-line. Apesar que a maioria já teve alguma experiência de compra de vestuário em lojas on-line, conforme alguns relatos, algumas mulheres ainda não se sentem seguras em relação a compras on-line sem experimentar as roupas.

“Não confio muito nas medidas on-line. Para ter certeza, só vestindo” (entrevistada n° 02).

“Roupa tem que ser provada” (entrevistada n° 04).

Com o isolamento social, como ficou seu comportamento em relação a compras on-line? O mercado de oferta teve que se adaptar as mudanças ocorridas pelo isolamento social, tomando ações que chamassem a atenção do consumidor. Cabe saber, como as mães recentes se sentiram com estas mudanças.

Gráfico 7 - Compras em lojas on-line de vestuário após período gestacional



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

Mesmo com os investimentos do mercado de vestuário para gestantes e lactantes em vendas on-line, nota-se que existe uma insegurança das entrevistadas em relação à fazer compras on-line. Este comportamento está relacionado a sua nova forma física.

“Tenho ainda um pouco de receio em compras on-line, da roupa não ficar boa, ficar grande demais ou pequena demais, ainda prefiro ir na loja e provar para ver se gosto e fica bom” (entrevistada n° 04).

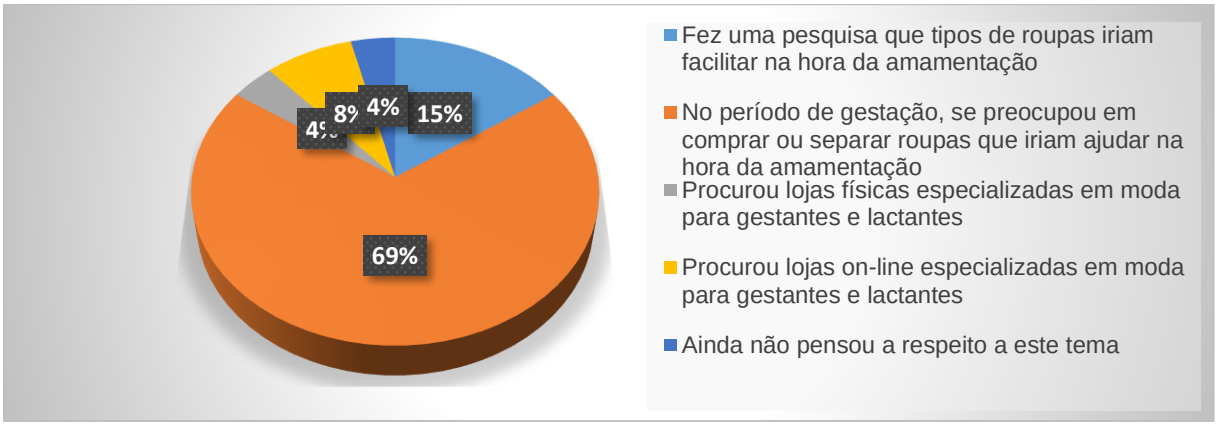
“Não me sinto segura em fazer compras de roupas pela internet depois que tive o meu filho” (entrevistada nº 05).

Com a chegada da maternidade e a construção de uma nova identidade visual, no qual requer uma reorganização do estilo já adotado pelas mães recentes, cabe

saber se estas se preocuparam em fazer uma pesquisa do que vestir no período de amamentação e se separaram algumas roupas.

Como mostra o gráfico 08, a maioria das entrevistadas se preocuparam em comprar e separar roupas já pensando no período de amamentação.

Gráfico 8 - Roupas para o período de amamentação



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

De acordo com os relatos das entrevistadas, a maioria, durante a gestação, já pensavam em comprar roupas que pudessem usar tanto no período de gestação, como no período de pós-gestação e amamentação.

“Quando precisei comprar algo, sempre observei se facilitaria a amamentação. Isso limitou bastante o tipo de roupa que poderia ser usada” (entrevistada n° 03).

“Durante a gestação já incluí no enxoval roupas para usar na maternidade e também roupas para usar no pós-parto” (entrevistada n° 06).

“Comprei roupas que facilitariam a amamentação em lojas normais, as para gestantes são super caras e muito feias” (entrevistada nº 08).

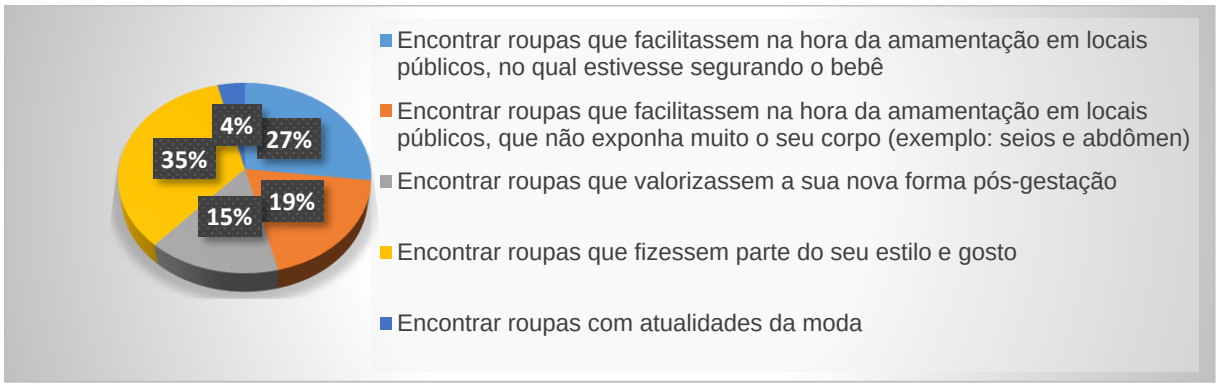
“Eu só usei roupas especificadas para amamentação durante esse tempo. Mais fácil para acessar os seios sem ter que levantar a blusa toda” (entrevistada n° 09).

> “Bom, é um período que você acaba ficando desleixada pelo cansaço e falta de alternativa de roupas que te deixem bonita e confortável... eu mesma até desaprendi a usar camiseta... foi um modelo que deixei de usar por 3 anos... todas as roupas com botões frontal estilo camisa, regatas, vestidos de alcinha, blusa de malha manga comprida com decote V transversal que facilita o acesso do bebê ao seio... casacos apenas os que fossem aberto na frente... basicamente isso (entrevistada n° 15).

Em relação as compras de vestuário especializados para moda gestante e lactantes, para dar ênfase a pesquisa, foi preciso descobrir quais foram as principais dificuldades encontradas.

O gráfico 09 demonstra as principais dificuldades encontradas pelas entrevistadas, mães recentes da região da Grande Florianópolis.

Gráfico 9 - Principais dificuldade encontradas para comprar roupas no período de amamentação



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

Segundo relatos das entrevistadas, as principais dificuldades encontradas para comprar roupas para usar no período de amamentação era achar roupas que fizessem parte do seu estilo e gosto, já que a sua nova forma física não era a mesma. Logo em seguida seria encontrar roupas que facilitassem na hora da amamentação e que seriam adequadas para a função, para assim, não estragar a peça.

“É difícil encontrar roupas que facilitem nossa vida nesse período. Nosso corpo muda muito. Andar na rua com um bebê, bolsa e um monte de tralhas que um bebê precisa cansa muito. Para amenizar isso é necessário uma roupa muito confortável e discreta” (entrevistada n° 02).

“No inverno então é muito complicado, pois, encontrar casacos e blusas quentinhas e estilosas e que possam facilicar a amamentação é bem difícil” (entrevistada n° 10).

“[...] eu queria não ficar esposta na hora de amamentar e ter conforto, mas também queria me sentir bonita” (entrevistada n° 11).

“Algumas roupas são difíceis de tirar na hora de amamentar, já estourei duas alças de vestidos, por estar segurando a bebê e ter que tirar a alça” (entrevistada n° 12).

“Falta ter mais opções de roupas joviais, roupas da moda e ao mesmo tempo facilitando a amamentação” (entrevistada n° 14).

“Acredito que falta roupas estilosas, como qualquer mulher possa usar, inclusive gestantes. Atualmente parece tudo a mesma coisa, sem estilo” (entrevistada n° 16).

“Roupas bonitas, as roupas que encontro em lojas físicas são horríveis, estampas feias, desenhos feios, todas iguais, parece que você se torna mãe e deixa de ser mulher” (entrevistada n° 17).

Nota-se que a insatisfação relacionada ao que estas mulheres estão encontrando de vestuário para o segmento de moda para gestantes e lactantes estão relacionadas a ergonomia e estética.

Para a entrevistada n° 18, “achar roupas para amamentação é super difícil, e quando acha, são caras, de baixa qualidade e feias. Conforto e beleza não andam juntos para pessoas de classe média”.

> “A mulher nesse momento pós-parto esta muito fragilizada, necessitando de auto-estima e ajuda para amamentar. Pois, não é algo tão simples como as pessoas pensam. E uma roupa adequada que lhe deixa bonita ajudaria muito, sem precisar pagar tanto só porque é específica” (entrevistada n° 19).

E o que refere-se a moda íntima, também encontra-se dificuldades, já que a mulher da atualidade não quer saber somente a funcionalidade para amamentação, ela deseja se sentir bonita e atraente. O segmento de mercado pode desenvolver a ideia e diversificar a proposta. Conforme relato da entrevistada n°20 “invetir mais em lingeries e roupas atraentes, pois, a maioria são beges e sem graça”.

Segundo Limeira (2008, p. 262) “uma pesquisa encomendada [...] constatou que a maioria das mulheres disse que se embelezam para si próprias e apenas 19% se embelezam para os outros [...]”.

Para algumas das entrevistadas, continuaram usando roupas que já tinham no guarda-roupas. Acredita-se que a Pandemia contribuiu com a resistência de realizar compras de vestuário, já que muitas se preocupam em relação ao contágio. Esta afirmação é confirmada pelo relato da entrevistada n°22.

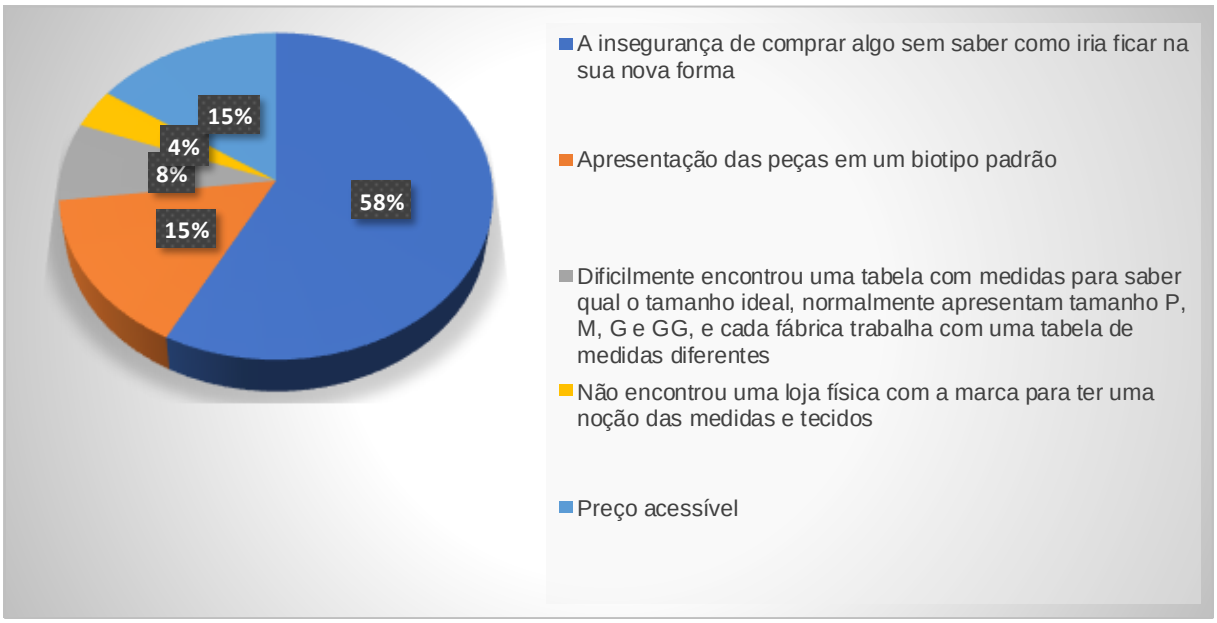
> “Eu acredito que acabei não comprando roupas ainda por conta da pandemia de COVID, pois acabo saindo raras vezes de casa, então consigo me virar bem com as roupas que já tinha antes da amamentação. Se não tivesse a pandemia com certeza eu já teria comprado algumas roupas, pois, o armário fica realmente muito reduzido quando amamentamos. São poucas roupas que eu consigo

> usar com sutião de amamentação, então, muitas vezes preciso sair sem sutião, o que me incomodou um pouco, pricipalmente nos primeiros meses, em que eu tinha muito leite e vazava. No meu caso, o que eu gostaria mais seriam de roupas práticas para o dia-a-dia, para você ir fazer um passeio num parque, ir visitar um parente, jantar num restaurante, roupas para estas ocasiões, que não apertassem muito nas região dos seios, pois, as vezes ficamos com os mamilos muito doloridos e sensíveis".

"Estou usando as mesmas roupas que tinha antes, mas estou com o armário bastante reduzido, pois, algumas roupas não consigo usar para amamentar, somente as com alças que saem de forma prática, tomara que caia [...]" (entrevistada n° 07).

Sabendo das dificuldades encontradas pelas mães recentes em relação ao vestuário e tendo em vista que as lojas on-line especializadas para este segmento é um território cheio de possibilidades, por quais motivos e dificulades que estas mulheres encontram para realizar as compras on-line.

Gráfico 10 - Principais dificuldades encontradas para realizar compras on-line de vestuário para amamentação



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

Conforme os relatos da entrevistadas, a grande dificuldade está em não saber como a roupa irá ficar na sua nova forma física e algumas acham as roupas sem beleza ou não combinam com o seu estilo.

"Com o corpo perfeito já é difícil comprar roupa on-line, imagina depois do parto" (entrevistada n° 01).

"Como eu mencionei anteriormente, ainda fico insegura em fazer comprar on-line de roupas por não saber se ficarão boas no meu corpo. Durante a gestação até

pesquisei algumas marcar, mas, não me sinto segura em comprar on-line" (entrevistada n° 04).

> "Peças padrão sem beleza. Se forem confortáveis não são bonitas, se forem bonitas não são confortáveis. Também rola uma insegurança se a roupa vai caber ... porque você fica meio perdida quanto a sua real medida, Além de cada marca ter um padrão de tamanho próprio" (entrevistada n° 13).
> "Faltam opções no mercado de preços acessíveis, com qualidade de tecido e beleza. Quando se fala de roupa para gestante ou amamentação, os preços são altíssimos, sendo que acabamos comprando roupas comuns que podem ser adaptadas" (entrevistada n° 16).

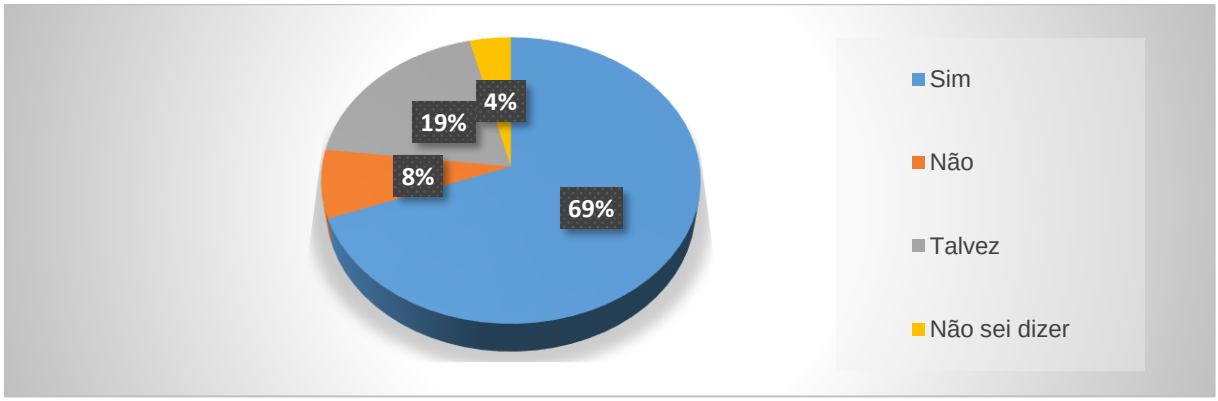
É possivel perceber o conflito exitentes entre a identidade e estilo destas mulheres e a insegurança de sua nova forma física, fatores influenciadores na decisão de compra de vestuários oferecidos nas lojas on-line.

No entanto, existe um percentual pequeno de mulheres que não sentiram dificuldades em realizar compras em lojas on-line ou que não tiveram dificuldades de encontrar roupas que as fizessem se sentirem bem.

Para a entrevistada n° 21 "acho que tem muitas opções no mercado, basta procurar o que melhor vai em cada pessoa".

No entanto, para o grupo que sentiu dificuldades em relação à realizar compras em lojas de vestuário on-line especializadas em roupas para lactantes, se fosse desenvolvido e oferecido uma ferramenta que as ajudassem a escolher o vestuário adequado ao seu biotipo, poderia ajudar na hora da escolha. O gráfico 11 demonstra este questionamento como sendo uma solução para alavancar as vendas on-line.

Gráfico 11 - Decisão de compras com auxílio de um aplicativo de sugestão



Fonte: Elaboração do autor, 2021.

De acordo com os relados das entrevistadas, a maioria acredita que ajudaria a decidir a compra se tivesse um aplicativo no qual pudessem colocar suas medidas e lhe sugerisse que tipo de modelo ficaria bom em sua nova forma física.

“Excelente ideia” (entrevistada n° 01).

“falicitaria bastante. Uma loja também que se disponibilizasse a entrega mais de um número, daí você prova os dois e vê qual fica melhor, por exemplo. Você devolveria o tamanho que não ficasse bom” (entrevistada n° 14).

“Eu acredito que me sentiria mais a vontade com uma sugestão usando as minhas medidas” (entrevistada nº 22).

Sendo assim, percebe-se que é preciso pensar em novas soluções para tornar as compras on-line de vestuários mais acessível e menos inseguro em relação ao tamanho das peças.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi fazer um estudo de mercado e assim analisar o vestuário oferecido para lactantes e sua funcionalidade, sob a percepção de um grupo de mães recentes da região da Grande Florianópolis. Analisando as ofertas das lojas on-line especializadas em roupas para gestantes e lactantes, percebe-se que existe uma preocupação em criar um vestuário funcional, ergonômico e prático, com modelagem inteligente que facilite a função de amamentar de forma confortável, sem expor o corpo da mãe. Roupas que podem ser usados no dia-a-dia, em um passeio em família ou em eventos formais. Nota-se ainda que algumas lojas se preocupam em realizar uma pesquisa em moda, contratando especialistas no ramo da moda para ofertar um vestuário mais elegante e jovial, já outras, se preocupam em oferecer um vestuário mais básico e atemporal, que não sejam descartáveis após as mudanças das tendências. Percebe-se também, em uma das lojas, uma presença marcante de uma identidade visual no conceito das coleções no qual facilita com que a consumidora se identifique com a marca.

Em contrapartida, pela percepção das entrevistadas, as lojas físicas que oferecem vestuários para gestantes e lactantes na região da Grande Florianópolis, não se preocupam em desenvolver uma linha de vestuário que supram o desejo de se sentirem mais bonitas e atraentes. Segundo relatos das entrevistadas, percebe-se que estas lojas não investem em uma pesquisa de tendência de moda mais jovial e parte do que é oferecido são sem graça e feio. Em relação a ergonomia e funcionalidade, não ocorreram reclamações.

Existe um desejo crescente entre as mães recentes do século XXI em relação à se sentirem atraentes e bonitas. Elas não querem ser vistas somente como mães, apesar de optarem por um visual mais confortável e com modelagem que facilite chegar ao seio para amamentar, desejam manter algumas características do seu estilo sem perder bruscamente a sua identidade visual, esta identidade visual que está sendo lapidada pela identidade materna.

Em relação ao consumo de vestuário, nota-se uma insegurança em relação ao corpo pós-parto que fica fora de forma e fora dos padrões desejados. Esta modificações corporal e a falta de tempo são influenciadores para as mudanças no

guarda-roupas, no qual, destacam-se peças mais despojadas e práticas. O que antes parecia ser mais fácil realizar compra de vestuário em lojas on-line, o período pós-gestação e a nova forma física tornam-se um empecilho na hora da decisão de compra.

Contudo, não pode-se esquecer que o quadro de Pandemia ocasionado pela COVID19, em que as entrevistadas encontram-se durante a pesquisa, no qual zelar pela saúde do grupo familiar, principalmente dos bebês virou prioridade. A Pandemia também gerou uma queda na economia de alguns grupos familiares, estes motivos são fatores que interfere no comportamento do consumidor.

6. REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, Júlia... [*et al.]* **Introdução à ergonomia:** da prática à teoria. São Paulo: Blucher, 2009.

ARAÚJO, Maria do S. de; CARVALHO, Miguel A. F. Antropometria e ergonomia no design para cadeirante desportista. **Dobras:** uma revista de moda, mas não só, acadêmica, mas nem tanto. 9º Colóquio de moda, v. 7, n. 15, p. 79-89, mar. 2014. Disponível em: https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/76/76. Acesso em: 27 novembro 2019.

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

DUL, Jan; WEERDMEESTER, B. A. **Ergonomia prática.** São Paulo: E. Blücher, 1995.

ENGEL, Gerhardt; TOLFO, Denise. **Métodos de pesquisa** / [organizado por] Tatiana coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GAYA, Adroaldo (Org.). **Ciências do movimento humano:** introdução à metodologia da pesquisa. Porto Alegre: Artmed, 2008.

GOMES, N. M.; PEREIRA, S. J. N.; CORDEIRO, R. P. C. **Agora sou mãe:** um estudo sobre o consumo simbólico das roupas como meio de construção da identidade materna. 2016. – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016. Disponível em: https://estudosdoconsumo.com/wp-content/uploads/2018/11/ENEC2016-GT06-GomesCordeiroPereira-AgoraSouMae.pdf. Acesso em: 14 abril 2021.

GOMES, Natassia de Melo. **Consumo e maternidade:** um estudo de caso sobre o consumo simbólico com meio de construção da identidade materna. UFRRJ, 2015. Dissertação (Pós-Graduação em Gestão Estratégia) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em:

https://tede.ufrrj.br/jspui/bitstream/jspui/2051/2/2015%20-%20Natassia%20de%20Melo%20Gomes.pdf. Acesso em: 01 março 2021.

KATZ; Helena. Por uma teoria crítica do corpo. *In:* OLIVEIRA, Ana Claudia de; CASTILHO, Kathia, (Org.). **Corpo e moda:** por uma compreensão do contemporâneo. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008. p.69-74

LIMEIRA, Tânia M. Vidigal. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2008.

MORAES, Ana Maria de, (Org.). **Ergo design:** produtos e processos. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

OS DILEMAS do paraíso: os problemas reais da maternidade no século 21. **NSC Total**, Florianópolis, 13 mai 2018. Disponível em: https://www.nsctotal.com.br/noticias/os-dilemas-do-paraiso-os-problemas-reais-da-maternidade-no-seculo-21. Acesso em: 26 setembro 2019.

SCLIAR, Moacyr; PIZA, Daniel; CALADO, Júlio M.C.; DOMINGUES, André; ACHCAR, Luciano R. D.; PEDROSO, Maria Alice; SQUARISI, Alberto G. D.; TRIGO, Luiz; LEÃO, Jaime P. C.; SALLES, Mara; BRAGA, João. **Cultura & elegância:** o que se deve fazer e que é preciso conhecer para ser uma pessoa culta e elegante. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

SABRÁ, Flávio. (Org.) SENAI Departamento Nacional. **Modelagem:** tecnologia em produção de vestuário. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

TREPTOW, Dóris. **Inventando moda:** planejamento de coleção. 3. ed. Brusque: Ed. do autor, 2005.

7. APÊNDICE A – ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO

Questionário – Moda lactante

Gostaria de agradecer a disponibilidade em responder este questionário.
A intenção deste questionário é colher dados para o desenvolvimento do meu Trabalho de Conclusão de curso que tem como Tema “o vestuário e a sua funcionalidade para mães no período de amamentação”.

1 – Qual é a sua idade?
( ) menor de 18 anos
( ) 18 a 28 anos
( ) 29 a 39 anos
( ) após os 40 anos

2 – Escolaridade:
( ) Ensino Fundamental Incompleto
( ) Ensino Fundamental Completo
( ) Ensino Médio Incompleto
( ) Ensino Médio Completo
( ) Ensino Superior Incompleto
( ) Ensino Superior Completo

3 – Referente a maternidade:
( ) Mãe de primeira viagem
( ) Tenho outro(s) filho(s) em um curto período de tempo (diferença de idade entre o recém-nascido e os demais filhos)
( ) Tenho outro(s) filho(s) em longo período de tempo (diferença de idade entre o recém-nascido e os demais filhos)
Deixe um comentário:
_____
_____
_____

4 – Quanto tempo você amamentou seu filho(a)?

( ) Estou amamentando

( ) 6 meses

( ) aproximadamente 1 ano

( ) aproximadamente 1 ano e 6 meses

( ) aproximadamente 2 anos

( ) outros

Deixe um comentário:

_____

_____

_____

5 – Na hora de comprar uma roupa, qual é a sua prioridade?

( ) Qualidade

( ) Conforto

( ) Marca

( ) Tendência de moda

( ) Preço

Deixe um comentário:

_____

_____

_____

6 – Você já fez compra de roupas em lojas on-line?

( ) Sim, muitas vezes

( ) Sim, poucas vezes

( ) Não

Deixe um comentário:

_____

_____

_____

7 – Se a resposta da questão 6 for sim, no período pós-parto, em que você está ou estava amamentando, você faria compras de roupas em lojas on-line?

( ) Sim

( ) Não

( ) Talvez

( ) A resposta da questão 6 foi não

Deixe um comentário:

_____

_____

_____

8 – Referente as roupas para o período de amamentação, você:

( ) Fez uma pesquisa que tipos de roupas iriam facilitar na hora da amamentação

( ) No período de gestação, se preocupou em comprar ou separar roupas que iriam ajudar na hora da amamentação

( ) Procurou lojas físicas especializadas em moda para gestantes e lactantes

( ) Procurou lojas on-line especializadas em moda para gestantes e lactantes

( ) Ainda não pensou a respeito a este tema

Deixe um comentário:

_____

_____

_____

9 – Referente as roupas para amamentação, quais as suas principais dificuldades?

( ) Encontrar roupas que facilitassem na hora da amamentação em locais públicos, no qual estivesse segurando o bebê

( ) Encontrar roupas que facilitassem na hora da amamentação em locais públicos, que não exponha muito o seu corpo (exemplo: seios e abdômen)

( ) Encontrar roupas que valorizassem a sua nova forma pós-gestação

( ) Encontrar roupas que fizessem parte do seu estilo e gosto

( ) Encontrar roupas com qualidade

( ) Encontrar roupas com atualidades da moda

( ) Encontrar roupas tradicionais, que não saem de moda

Deixe um comentário:

_____

_____

_____

10 – As lojas on-line são um território cheios de possibilidades, quais as dificuldades que você encontrou, quando buscou um vestuário que facilitasse a amamentação?

( ) A insegurança de comprar algo sem saber como iria ficar na sua nova forma

( ) Apresentação das peças em um biotipo padrão

( ) Dificilmente encontrou uma tabela com medidas para saber qual o tamanho ideal, normalmente apresentam tamanho P, M, G e GG, e cada fábrica trabalha com uma tabela de medidas diferentes

( ) Não encontrou uma loja física com a marca para ter uma noção das medidas e tecidos

( ) Preço acessível

Deixe um comentário:

_____

_____

_____

11 – Se fosse possível criar um aplicativo no qual você colocasse as suas medidas e estilo, o próprio site da loja on-line, lhe mostrasse as roupas que ficariam bem em você, poderia facilitar na hora da decisão de compra?

( ) Sim

( ) Não

( ) Talvez

( ) Não sei dizer

Deixe um comentário:

_____

_____

_____

12 – Em relação ao vestuário para o período de amamentação, você gostaria de

deixar sua opinião.

_____

_____

_____

_____

_____

8. CRONOGRAMA

2021				
Mês	Março	abril	maio	Junho
Escolha Tema	X			
Revisão Bibliográfica	X	x	x	x
Entrega Esqueleto		x		
Coleta Entrevista		x	x	
Analise dados			x	
Organização Roteiro				x
Redação do trabalho			x	
Entrega				x