



Universidade do Minho  
Escola de Engenharia

Mariana Marinoni Righetto

*O Conforto no Calçado Feminino  
com Ênfase no Conforto Psico-Social*

Mariana Marinoni Righetto  
*O Conforto no Calçado Feminino  
com Ênfase no Conforto Psico-Social*

UMinho | 2013

outubro de 2013





Universidade do Minho  
Escola de Engenharia

Mariana Marinoni Righetto

*O Conforto no Calçado Feminino  
com Ênfase no Conforto Psico-Social*

Tese de Mestrado  
Design e Marketing

Trabalho efetuado sob a orientação de  
Professora Doutora Ana Cristina Broega  
Professora Doutora Rita Ribeiro

outubro de 2013

## DECLARAÇÃO

Mariana Marinoni Righetto

Correio eletrónico: [marianarighetto@hotmail.com](mailto:marianarighetto@hotmail.com) Telefone: (351) 913120075 (00-55-48) 99177487

Número do Bilhete de Identidade: FE718688 (passaporte)

Título dissertação: O Conforto no Calçado Feminino com Ênfase no Conforto Psico-Social

Orientador: Ana Cristina Luz Broega

Co-orientador: Rita Maria Gonçalves Ribeiro

Ano de conclusão: 2013

Mestrado em Design e Marketing

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, 30 de Outubro de 2013

Assinatura: \_\_\_\_\_

## **AGRADECIMENTOS**

Meu eterno agradecimento aos meus pais que independente da distância geográfica sempre estiveram junto comigo me inspirando e incentivando a lutar pelos meus sonhos. Sem o apoio e o amor de vocês nunca teria conseguido.

A meu irmão por seu apoio, conforto e incentivo à nunca desistir. Foram suas palavras nos momentos mais difíceis que me deram suporte e motivação para continuar.

Aos amigos que deixei no Brasil que mesmo longe nunca deixaram de torcer por minhas conquistas. Aos amigos que fiz em Portugal que ajudaram a tornar essa experiência em terras lusitanas ainda mais extraordinária.

Um especial agradecimento à minha orientadora Professora Doutora Ana Cristina Broega e a coorientadora Professora Doutora Rita Rodrigues, pela generosidade de compartilharem seus conhecimentos, além de toda disponibilidade, dedicação e apoio durante este trabalho.

A todos que disponibilizaram um pouco do seu tempo para responder meu inquérito e desta forma me ajudaram a concluir minha pesquisa.



## **RESUMO**

Esta pesquisa tem como intuito analisar o calçado feminino, em especial o sapato de salto alto, procurando compreender a relação afetiva que este acessório estabelece na mente da consumidora e descobrir até onde esta está disposta a prescindir do conforto em prol da estética. A história do calçado permite compreender a evolução das suas funções, especialmente o “poder icônico” agregado a este objeto. Para melhor compreensão da relação psico-social do calçado com o consumidor, a que caracterizamos conforto psico-social, foram pesquisado os simbolismos e o fetiche conferido a este acessório, além de contextualiza-lo nas máximas do design do emocional de produtos. Por outro lado, dentro do âmbito do conforto ergonômico ou físico do calçado, este trabalho contempla uma pesquisa literária sobre a anatomia, antropometria e biomecânica do pé, bem como o levantamento de informações sobre os problemas causados pelo uso de salto alto.

Toda a pesquisa bibliográfica conduziu à elaboração de dois questionários, um destinado ao público feminino e o outro ao público masculino sobre a problemática do salto alto. Através desta divisão de gêneros buscou-se compreender qual a relevância do calçado para a mulher e como os homens vem este objeto nos pés femininos. Procura ainda perceber quais os hábitos de consumo de calçado, a relação diária das mulheres na utilização dos sapatos de salto alto, a ligação psicológica que o salto cria junto às consumidoras e os problemas causados pelo mesmo. Através da análise dos dados levantados foi possível entender como o salto alto é percebido por uma pequena amostra de homens e mulheres que fizeram parte deste estudo.

**Palavras Chave:** Calçado Feminino, Salto Alto, Conforto Psico-social, Fetiche.





## **ABSTRACT**

This research aims to examine women's shoes, especially high heel shoe, trying to understand the affective relationship that this accessory creates in the mind of the consumer and how far he is prepared to waive to the comfort for the sake of aesthetics.

The footwear history allows us to understand the evolution of it functions, especially the "iconic power" added to this object. To better understand the psycho-social relationship of the footwear with the consumer, that we characterize by psycho-social comfort, it has been researching the symbolism and the fetish phenomenon given to this accessory, besides to contextualize it in the maxims of the emotional design products.

Moreover, within the framework of ergonomic or physical comfort of the shoe, this work includes a literature search on the anatomy, anthropometry and biomechanics of the foot, as well as collecting information on the problems caused by the use of high-heeled shoes.

All the literature led to the development of two questionnaires, one for the female audience and the other to the male public about the problems of high-heeled shoe. Through this division gender we tried to understand the relevance of footwear for women and how men observe this object in the female feet.

It also seeks to understand the spending habits of the consumers related to the footwear, the women daily relation with the use of high-heeled shoes, the psychological connection created between the high-heel and the consumers and the problems caused by these.

Through the analysis of the data was possible to understand how the high heel shoe is perceived by a small sample of women and men who participated in this study.

**Keywords:** Female Shoes, High Heels, Comfort, Psycho-social comfort, Fetish.



## ÍNDICE

|  |       |
|--|-------|
| <b>AGRADECIMENTOS</b> .....                          | III   |
| <b>RESUMO</b> .....                                  | V     |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                | VII   |
| <b>ÍNDICE</b> .....                                  | IX    |
| <b>ÍNDICE DE FIGURA</b> .....                        | XXIII |
| <b>ÍNDICE DE TABELAS</b> .....                       | XXVII |
| <br>   |       |
| <b>CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO</b> .....                  | 1     |
| 1. Enquadramento da Problemática do Estudo.....      | 3     |
| 1.1 Objetivos do Trabalho .....                      | 4     |
| 1.1.1 Objetivos Específicos.....                     | 4     |
| 1.2 Metodologia e Estrutura do Trabalho.....         | 5     |
| <b>CAPÍTULO II: ESTUDO BIBLIOGRÁFICO</b> .....       | 7     |
| 2. Calçado Feminino.....                             | 9     |
| 2.1 Calçado Feminino e o Salto Alto.....             | 10    |
| 2.1.1 Evolução do Calçado.....                       | 12    |
| 2.1.2 Descrição e Tipologia do Calçado Feminino..... | 18    |
| 2.1.3 Componentes do Calçado Feminino .....          | 22    |
| 2.2 Conforto .....                                   | 25    |
| 2.2.1 Conforto no Calçado .....                      | 27    |
| 2.3 Anatomia do Pé.....                              | 28    |
| 2.3.1 Antropometria.....                             | 31    |
| 2.3.2 Classificação dos Pés .....                    | 33    |
| 2.4 Biomecânica do Pé.....                           | 34    |
| 2.4.1 Uso do Salto Alto e Suas Consequências.....    | 37    |

|  |            |
|--|------------|
| 2.4.2 Problemas nos pés provocados pelo Calçado .....            | 37         |
| 2.4.3 Fatores de Risco que o Design do Calçado pode Evitar ..... | 40         |
| 2.5 Conforto Psico-Social .....                                  | 40         |
| 2.5.1 Simbolismo do Calçado .....                                | 42         |
| 2.5.2 Fetiche .....  | 44         |
| 2.5.3 Design e Emoção.....                                       | 46         |
| 2.5.4 Experiência Afetiva com o Produto (de calçado).....        | 48         |
| <b>CAPÍTULO III: DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO EMPÍRICO .....</b>  | <b>51</b>  |
| 3. Metodologia do Trabalho.....                                  | 53         |
| 3.1 Pesquisa Exploratória .....                                  | 53         |
| 3.1.1 Definição da Amostra.....                                  | 54         |
| 3.1.2. Universo da Pesquisa.....                                 | 55         |
| 3.1.3. Seleção da Amostra .....                                  | 55         |
| 3.2 Instrumento de Investigação .....                            | 56         |
| 3.2.1 Pré-teste do Questionário .....                            | 56         |
| 3.3 Questionário Final .....                                     | 57         |
| 3.3.1 Questionário Feminino .....                                | 57         |
| 3.3.2 Questionário Masculino.....                                | 67         |
| 3.4 Aplicação do Questionário.....                               | 71         |
| <b>CAPÍTULO IV: APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>  | <b>73</b>  |
| 4. Apresentação dos Resultados .....                             | 75         |
| 4.1 Inquérito Feminino .....                                     | 75         |
| 4.2 Inquérito masculino .....                                    | 92         |
| <b>CAPÍTULO V: CONCLUSÕES E PERSPECTIVAS FUTURAS .....</b>       | <b>103</b> |
| 5. Conclusões Gerais.....  | 105        |
| 5.1 Perspectivas Futuras .....                                   | 111        |
| <b>BIBLIOGRAFIA.....</b>   | <b>113</b> |

|   |     |
|---|-----|
| <b>ANEXOS</b> .....                             | 117 |
| ANEXO I - Componentes do Calçado Feminino ..... | 117 |
| ANEXO II – Questionários .....                  | 125 |
| ANEXO III – Resposta em Aberto.....             | 137 |

5



## ÍNDICE DE FIGURA

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1:</b> Sapato de salto Stiletto. ....                              | 11 |
| <b>Figura 2:</b> Sapato de salto Sabrina. ....                               | 11 |
| <b>Figura 3:</b> Sandália Egípcia. ....                                      | 13 |
| <b>Figura 4:</b> Sapato de bico fino. ....                                   | 13 |
| <b>Figura 5:</b> Sapato do século XVIII. ....                                | 14 |
| <b>Figura 6:</b> Bota do século XIX. ....                                    | 14 |
| <b>Figura 7:</b> Sapato década de 1940. ....                                 | 16 |
| <b>Figura 8:</b> Sapato década de 1960. ....                                 | 16 |
| <b>Figura 9:</b> Sapato década de 1970. ....                                 | 16 |
| <b>Figura 10:</b> Tênis década de 1990. ....                                 | 17 |
| <b>Figura 11:</b> Popularização de modelos e materiais do novo milênio. .... | 17 |
| <b>Figura 12:</b> Os sete modelos básicos de calçados. ....                  | 18 |
| <b>Figura 13:</b> Chinelos. ....   | 18 |
| <b>Figura 14:</b> Chanel. ....   | 19 |
| <b>Figura 15:</b> Escarpim. ....   | 19 |
| <b>Figura 16:</b> Sapatilha. ....  | 19 |
| <b>Figura 17:</b> Plataforma. ....   | 20 |
| <b>Figura 18:</b> Tênis. ....  | 20 |
| <b>Figura 19:</b> Sandálias. ....  | 21 |
| <b>Figura 20:</b> Tamanco. ....  | 21 |
| <b>Figura 21:</b> Mule. ....   | 21 |
| <b>Figura 22:</b> Botas. ....  | 22 |
| <b>Figura 23:</b> Elementos de um calçado feminino. ....                     | 23 |
| <b>Figura 24:</b> Cabedal ou corte. ....                                     | 23 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 25:</b> Contraforte para calçado. ....   | 23 |
| <b>Figura 26:</b> Salto Luíz XV. ....  | 24 |
| <b>Figura 27:</b> Salto Anabela. ....  | 24 |
| <b>Figura 28:</b> Tipos de formas de bico. ....  | 25 |
| <b>Figura 29:</b> Pé humano ....   | 29 |
| <b>Figura 30:</b> Estrutura óssea do pé.....   | 30 |
| <b>Figura 31:</b> Ligamentos do pé.....  | 31 |
| <b>Figura 32:</b> Tendões Fonte: .....   | 31 |
| <b>Figura 33:</b> Arco do pé. ....   | 33 |
| <b>Figura 34:</b> Classificação do pé pelos dedos. ....  | 34 |
| <b>Figura 35:</b> Arcos dos pés. ....  | 35 |
| <b>Figura 36:</b> Arcos anterior.....  | 36 |
| <b>Figura 37:</b> Movimentos de Supinação e Pronação.....  | 36 |
| <b>Figura 38:</b> Tipos de marcha humana.....  | 36 |
| <b>Figura 39:</b> Efeito da altura dos saltos na distribuição da massa corporal. ....                                      | 37 |
| <b>Figura 40:</b> <i>Halux valgus</i> (joanete) .....  | 38 |
| <b>Figura 41:</b> Dedo em martelo atribuído ao uso de calçado.....   | 38 |
| <b>Figura 42:</b> Desenho de um pé de lótus.....   | 44 |
| <b>Figura 43:</b> Modelo das emoções com produtos.....   | 49 |
| <b>Figura 44:</b> Tabela do inquérito feminino com a tipologia de calçado organizado por altura e tipologia de salto ..... | 60 |
| <b>Figura 45:</b> Imagem disponibilizada no inquérito feminino, com a classificação dos tipos de pés .....                 | 63 |
| <b>Figura 46:</b> Tabela do inquérito masculino com tipologia de calçado feminino variado .....                            | 69 |
| <b>Figura 47:</b> Idade das Inquiridas.....  | 76 |
| <b>Figura 48:</b> Nacionalidade das Inquiridas .....   | 76 |
| <b>Figura 49:</b> Escolaridade das Inquiridas .....  | 76 |



|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 50:</b> Situação Profissional da Inquiridas.....   | 76 |
| <b>Figura 51:</b> Grau de envolvimento com a moda.....   | 77 |
| <b>Figura 52:</b> Mulheres que planeiam a compra de calçado .....  | 78 |
| <b>Figura 53:</b> Critérios na Compra de Calçados.....   | 78 |
| <b>Figura 54:</b> Números de pares de calçados.....  | 79 |
| <b>Figura 55:</b> Tipo de calçados mais utilizados pelas mulheres.....   | 80 |
| <b>Figura 56:</b> Qual o tipo de sapato que gostaria de usar mais .....  | 80 |
| <b>Figura 57:</b> Costuma Usar Salto Alto.....   | 81 |
| <b>Figura 58:</b> Motivo pela qual usa salto alto.....   | 82 |
| <b>Figura 59:</b> Influências para o uso de salto alto .....   | 82 |
| <b>Figura 60:</b> Frequência do uso de salto alto .....  | 83 |
| <b>Figura 61:</b> Qual ocasião costuma utilizar salto alto.....  | 83 |
| <b>Figura 62:</b> Sente-se pressionada a usar salto alto .....   | 84 |
| <b>Figura 63:</b> Tipos de pés.....  | 84 |
| <b>Figura 64:</b> Tipo de problemas nos pés.....   | 85 |
| <b>Figura 65:</b> Dores no uso de salto alto .....   | 85 |
| <b>Figura 66:</b> Calçados com os quais já sentiram dores .....  | 86 |
| <b>Figura 67:</b> Tolerar bem as dores provocadas pelo salto? .....  | 86 |
| <b>Figura 68:</b> Qual tipo de calçado provoca mais desconforto? .....   | 87 |
| <b>Figura 69:</b> Significado do salto alto.....   | 88 |
| <b>Figura 70:</b> Como se sente ao usar salto? .....   | 89 |
| <b>Figura 71:</b> Análise da Frase I: “Não sei quem inventou o salto alto, mas todas as mulheres devem muito a esta pessoa”. Marilyn Monroe .....                    | 89 |
| <b>Figura 72:</b> Análise da Frase II: “Os sapatos transformam a tua linguagem corporal e a tua atitude. Levanta-te física e emocionalmente” Chistian Louboutin..... | 90 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Figura 73:</b> Análise da frase III: “Se o seu acompanhante é mais baixo que seu sapato mais alto, dispense o sujeito hoje mesmo. Um par de Manolos dura à vida toda e não vale a pena abrir mão do estilo em nome do amor.” Camila Morton..... | 91  |
| <b>Figura 74:</b> Análise da frase IV: “Um bom salto alto é como um carro esporte ou uma obra de arte divina: Você não precisa dele, mas cobiça com todas as suas forças, idolatra e simplesmente tem que ter” Veronica Webb.....                  | 91  |
| <b>Figura 75:</b> Análise da Frase V: “Uma mulher com bons sapatos nunca é feia” Coco Chanel.....  | 92  |
| <b>Figura 76:</b> Idade dos Inquiridos.....  | 93  |
| <b>Figura 77:</b> Nacionalidade dos inquiridos.....  | 93  |
| <b>Figura 78:</b> Escolaridade dos Inqueridos.....   | 93  |
| <b>Figura 79:</b> Situação profissional.....   | 93  |
| <b>Figura 80:</b> Grau de envolvimento dos homens entrevistados com a moda.....  | 94  |
| <b>Figura 81:</b> Planeia as suas compras de calçado?.....   | 95  |
| <b>Figura 82:</b> Critérios utilizados para comprar sapatos.....   | 95  |
| <b>Figura 83:</b> Quantidade de pares de sapato que possui.....  | 96  |
| <b>Figura 84:</b> Gosta de mulheres que usam salto alto?.....  | 96  |
| <b>Figura 85:</b> Quais os critérios com que avalia quando dá opinião sobre calçado à uma mulher?.....   | 97  |
| <b>Figura 86:</b> Qual tipo de calçado mais gosta de ver em pés femininos.....   | 98  |
| <b>Figura 87:</b> O que atrai mais na perna/ pé feminino?.....   | 98  |
| <b>Figura 88:</b> O que mais atrai ao ver uma mulher de salto alto.....  | 99  |
| <b>Figura 89:</b> Como acha que as mulheres sentem-se ao usar salto?.....  | 99  |
| <b>Figura 90:</b> Alterações posturais provocadas pelo salto que mais atrai os homens.....   | 100 |

## ÍNDICE DE TABELAS

|   |     |
|---|-----|
| <b>Tabela 1:</b> Ossos do pé por segmento e função .....                                | 30  |
| <b>Tabela 2:</b> Tipos de pé da população do sul do Brasil. ....                        | 34  |
| <b>Tabela 3:</b> Problemas do calçado que o design pode evitar .....                    | 40  |
| <b>Tabela 4:</b> Couros utilizados na indústria do calçado sua origem e aplicação. .... | 122 |



## **CAPÍTULO 1**

# **INTRODUÇÃO**

“Um bom sapato é aquele que não te veste, mas te despe”.

Christian Loubotin



## 1. Enquadramento da Problemática do Estudo

Originalmente o surgimento do calçado, está ligado à necessidade que o Homem tem em proteger os pés das agressões, do contato direto com solo, do calor e frio. Conforme relatos históricos a forma do calçado, evoluiu de um simples pedaços de tiras amarrados aos pés até às estruturas complexa e cheia de elementos decorativos que são os sapatos dos dias atuais. Ao analisar o processo de evolução deste acessório percebe-se que desde o seu surgimento, o conforto não foi à preocupação principal, em grande parte devido às restrições técnicas e de matérias. Apesar de todos os avanços e melhorias na técnica de produção dos calçado muitas mulheres continuam a sujeitar-se aos incômodos e às dores físicas em benefício do conforto psicológico que experimentam ao sentirem-se poderosa, elegante e sedutora quando calçam uns “magníficos saltos altos”. Segundo Seferin (2012, p.16) é comum ouvir mulheres afirmarem não sentirem dor ou incomodo ao usarem sapato de salto alto e bico fino, pois talvez a “dor venha a ser anulada pelo conforto psicológico”. Isso demonstra que além das características funcionais de proteção, este acessório dispõe de funções intrínsecas na mente das consumidoras que por questões estéticas, simbólicas e formais abrem mão do conforto físico.

Seferin (2012) acredita que os designers devem possuir uma percepção do público para o qual desenvolvem um produto e desta forma compreender os significados conferidos aos objetos. A autora cita:

“Considere as senhoras de sapatos de salto alto. Dizem que eles tornam-se elegante, fazem as pernas de uma senhora parecer mais longas, e a usuária fica parecendo ser vários centímetros mais alta, todos esses são atributos semânticos que o uso de tais calçados incentiva. O fato de que eles são ergonomicamente inadequados para caminhar distâncias normais e até mesmo no longo prazo danoso para os pés da usuária, aparentemente não servem como argumentos para colocar um ponto final à sua produção em massa ou desencorajar o uso generalizado. Quando uma mulher chega em casa de uma ocasião formal, a primeira coisa que ela troca são os sapatos desconfortáveis que ela usa, essencialmente para definir a si mesma para os outros”. (Seferin, 2012; Krippendorff, 2006. p.49)

Mesmo ergonomicamente desconfortáveis, o calçado de salto alto continua a ser muito utilizado por mulheres diariamente. Seferin (2012) acredita que isso seria derivado do conteúdo semiótico que envolve o mesmo. Para ela todos os estilos de calçados são signos que exprimem diferentes coisas. Porém o salto alto geralmente é associado a poder, elegância, sedução e fetiche.

Para Danesi (2008, p.13) algumas culturas antigas acreditavam na crença de que os calçados possuíam atributos mágicos ou metafísicos. O autor ainda afirma que com o decorrer dos séculos o

salto alto foi associado ao fetiche, este normalmente remete a partes do corpo e a fantasias sexuais. Grande parte desta ligação é proveniente da *media* e outros tipos de representações de cultura populares como filmes e propagandas.

O calçado feminino admite, como tantos outros elementos do vestuário, a opção de identidade e de jogo, a manifestação pessoal ou a transmutação em outro (Barthes, 1979). Essas possibilidades de identidades que alguns modelos de calçados proporcionam, ligados com a capacidade do salto em alterar a postura do indivíduo que enaltecem o poder associado aos calçados. Os diversos modelos de sapatos que conferem à mulher a opção de escolha da personalidade que desejam transmitir às pessoas em certo momento.

Todas estas questões são problemáticas de estudo ainda pouco exploradas e que carecem de confirmação junto ao público usuário deste produto.

## **1.1 Objetivos do Trabalho**

O objetivo geral deste estudo é investigar o calçado de alto salto na perspectiva do conforto (conforto ergonômico/físico), além de compreender a relação do apelo estético que este tipo de produto consegue estabelecer junto das consumidoras (conforto psico-social).

### **1.1.1 Objetivos Específicos**

Foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Analisar a evolução do calçado;
- b) Estudar a anatomia e a biomecânica do pé que pode ser alterada pela utilização do calçado de salto alto;
- c) Compreender quais os aspectos mais relevantes na mente feminina no momento da compra e uso (influências psico-sociais) do calçado de salto alto
- d) Perceber qual o apelo exercido pelo salto alto na mente feminina e masculina.



## 1.2 Metodologia e Estrutura do Trabalho

A metodologia de desenvolvimento deste trabalho foi estruturada da mesma forma que a apresentação desta dissertação, tendo começado com um levantamento literário que levantou questões que se procurou responder através de um trabalho de campo apoiado em inquéritos por questionários, assim a estrutura do presente trabalho está dividida por capítulos:

**- Capítulo I - Introdução:** expõe a problemática a ser pesquisada além justificção para o seu enquadramento. Nele também se encontram os objetivos de trabalho e a metodologia utilizada a abordagem do tema Conforto (Psico-Social) em Calçado.

**- Capítulo II - Estudo Bibliográfico:** referente ao estudo bibliográfico que se encontra dividido em cinco pontos que incidem sobre:

No primeiro ponto teórico do trabalho, abordam-se conceitos essenciais do calçado para o entendimento científico da problemática, fazendo cruzamentos de informação que vão ao encontro da idealização dos objetivos do trabalho. De um modo sintético aborda-se a uma breve evolução histórica do calçado, os componentes do calçado feminino e sua tipologia.

O Segundo ponto da pesquisa teórica contempla um aprofundar sobre alguns aspectos do conforto, abrangendo questões associadas à anatomia dos pés.

O Terceiro ponto estuda a antropometria (do pé), e as diferentes classificações dos pés.

O Quarto ponto aborda a biomecânica do pé além de apresentar um levantamento sobre problemas que o calçado pode causar as consequências do uso do sapato de salto alto e os fatores de riscos que o design do calçado pode evitar.

O Quinto e último ponto teórico explora o conforto psico-social que engloba o simbolismo do calçado, o fetiche, o design emocional. A análise da experiência afetiva com o produto também está presente, além do estudo psico-social.

**- Capítulo III - Desenvolvimento do Trabalho Empírico:** A partir dos dados levantados no estudo bibliográfico foram levantadas questões. Para obter estas respostas foi necessário a realização de uma pesquisa de campo. Desta forma, neste capítulo são expostos os itens que caracterizam a investigação como: a apresentação do universo da pesquisa, a delimitação da amostra, além da definição do método que foi utilizado. Nesta etapa é exibido o desenvolvimento dos questionários, assim como a forma como estes foram aplicados à amostra.

- **Capítulo IV - Apresentação e Tratamento dos Resultados:** apresenta os resultados dos inquéritos aplicados, bem como a análise dos dados obtidos a partir de cada uma das perguntas realizadas.

- **Capítulo V:** é dedicado à conclusão final do trabalho e às perspectivas futuras.

Por último é apresentada a Bibliografia que consultada para este estudo, formatada segundo as normas de *Harvard Referencing 2008*, assim como toda a referência desta dissertação.

Esta dissertação é ainda composta por cinco anexos: o primeiro contém uma breve introdução ao processo de fabricação do calçado e aos materiais utilizados na fabricação. Ainda fazem parte desta unidade os dois questionários aplicados ao grupo de pesquisa feminino e masculino, assim como as respostas abertas obtidas através destes, compiladas em três tabelas.

## **CAPÍTULO 2**

# **ESTADO DA ARTE**

“O sapato não é um objeto. É uma sua prerrogativa”.

Christian Loubotin



## 2. Calçado Feminino

O calçado é um objeto composto, de muitas tradições culturais que apresenta inúmeras dimensões, como indicação de classes sociais, de gênero, para além de proteção. Na moda o calçado representa um ícone da transformação, já que os modelos podem lembrar diferentes épocas do passado ou do futuro. As tendências de moda acabam por influenciar na concepção de um sapato, seja no modelo, na altura do salto ou no formato do mesmo.

Para Bozano e Oliveiras (2011, p. 87) a moda das saias e vestidos longos e volumosos, fez com que o sapato feminino ficasse durante muitos séculos escondido em baixo de tecidos. Neste período ver os pés de uma dama era símbolo de sedução. Por representar a personalidade feminina, os sapatos, são considerados ornamentos capazes de revelar a essência da mulher que o calça, além de ser um objeto repleto de significados velados e implícitos.

Esta atmosfera pode revelar uma atração indefinível por um par de sapatos, aflorando muitas vezes fantasias pessoais. Este fascínio pode ser intensificado com a altura do salto ou pelo brilho de pedras e acessórios aplicados no calçado criando uma atração especial. O desejo por usar um sapato novo não está na maior parte das vezes ligado a uma necessidade, mas sim ao encantamento e excitação por colocar no pé um objeto que desperta um prazer que o sapato velho não consegue mais provocar.

Assim como o vestuário, o tipo de calçado pode revelar algumas características da personalidade de quem o usa. Fischer- Mirkin (2001, p.191) menciona que a “nossa escolha de sapatos reflete nossa personalidade, eles divulgam se nos consideramos audaciosas ou distintas, de espírito conservador ou livre (...) os sapatos comunicam nosso desejo de um dado status social e estilo de vida, bem como proclamam nossas necessidades de poder e sexo”.

Segundo Vargas (2011, p.27), o cenário atual do mercado da moda faz com que a criação de calçado e a inovação estejam diretamente ligadas a criatividade e a percepção do desejo do consumidor. Esta realidade faz com que haja uma preocupação direcionada às condições econômicas e aos hábitos dos indivíduos. Desta forma a cultura acaba por determinar como será a produção do calçado, que acaba seguindo as regras da moda, esquecendo muitas vezes de priorizar critérios importantes que garantam o conforto do produto.

O desenvolvimento da produção de calçado ao longo da história criou modelo, classificações e terminologias que podem variar em alguns países e culturas.

## 2.1 Calçado Feminino e o Salto Alto

O calçado feminino apresenta um elemento singular, o salto alto. Este elemento costuma apresentar dois segmentos de consumidoras muito distintas. As que adoram e as que rejeitam o salto.

Velente (2007) afirma que: “O salto alto no calçado está associado ao gênero, ao status, à sensibilidade, à sensualidade feminina e à moda”. O salto é um tema bastante debatido por se tratar de um assunto polêmico, pois além de muitas consumidoras o considerarem desconfortável, algumas feministas tendem a interpretá-los como símbolo de submissão feminina. Profissionais da área da saúde costumam alertar sobre os riscos de lesões e acidentes que este tipo de calçado pode provocar, como deformações nos pés, entorses, calosidades e problemas posturais da coluna, etc.. Porém o “culto” a este tipo de calçado, independente dos riscos, está cada vez mais popular entre as mulheres. Desta forma o “desejo” feminino acaba por inspirar o modo como será o design de calçado e o seu uso.

Segundo O’Keefe (1996, p.72) “as mulheres podem “enfiar” uns chinelos, “calçar” uns tênis ou “pôr” uns sapatos mais confortáveis, mas “vestem-se” de salto alto”. O fascínio criando em torno do salto faz com que muitas consumidoras, apesar do desconforto sentido pelo uso de sapato de salto alto, acabem optando pelo seu uso.

Nos últimos séculos este tipo de sapato tornou-se um dos principais símbolos da feminilidade e sensualidade feminina. Segundo Vargas (2011, p.117), “quando uma mulher está sobre um salto alto é forçada a ter uma postura diferenciada, já que o seu centro de gravidade é deslocado para frente. A parte inferior das costas se arqueia, por consequência a coluna e as pernas se alongam e o peito se projeta para frente. A pantorrilha (gêmeos) e o tornozelo parecem mais torneados enquanto a curvatura superior dos pés parece querer sair do calçado”. Desta forma a mulher consegue transformar o seu corpo, ficando mais alta e aparentando ser mais magra.

O salto alto é um elemento que proporciona ao calçado características que o fazem ser conhecido por sua forma e altura. Vargas (2011, p.118) menciona que alguns fatos antropológicos, fazem acreditar que o calçado de salto alto foi criado por Catarina de Médici, no século XVI, quando se casou com o Henry II, da França. Um artesão foi responsável por criar diferentes modelos de sapato, com variadas alturas para compor o seu enxoval. O salto fino, conhecido como *stiletto*, teve seu design aprimorado durante o período do pós-guerra. Com a diferença do cenário e costumes, onde as mulheres por necessidade trocaram os serviços domésticos por empregos em fábricas, os sapateiros italianos constataram a necessidade de criar um sapato mais resistente a quebrar. Para isso foi

inserido um suporte de aço que preenchia quase todo o comprimento do salto, servindo assim de melhor suporte para o peso do corpo feminino.

Com o decorrer dos anos, o salto *stiletto* (Figura 1) acabou criando o status de sensualidade. Valente (2007, p.21) “Os saltos *stiletto* são um artigo comum do fetiche”. O surgimento de saltos rasos, plataformas, sapatilhas e sapatos desportivos, fez com que a popularidade do salto *stiletto* durante os anos 60 diminuísse. A necessidade de mudanças criada pela juventude deste período que lutava pela contracultura e o pacifismo no final da década, acabou gerando uma transformação também na moda. Neste período as pessoas abandonaram a forma padrão de se vestir e calçar começando a fazer do seu vestuário uma ferramenta para comunicar o seu estilo e personalidade. A moda ao poucos foi deixando de seguir uma única regra, tornando-se mais liberal e democrática (Berwanger, 2011).

Os sapatos de salto alto buscaram simbolizar a sensação e percepção feminina, podendo transitar entre o estilo sexy e o formal.

O salto possui características estilísticas como o peso, o comprimento e a forma. O salto chamado Sabrina, ilustrado na figura 2, é um salto fino e mais baixo (com o máximo cinco centímetros de altura), foi responsável por influenciar grande parte das mulheres durante o século XX.



**Figura 1:** Sapato de salto Stiletto. (Fonte: <http://vcb-mix.blogspot.pt/2010/06/sissi-bia-presen-mary-margarida-paula.html>)



**Figura 2:** Sapato de salto Sabrina. (Fonte: <http://www.sapatos.net/salto-sabrina/>)

Valente (2007, p.13) comenta em seu trabalho que Manolo Blahnik <sup>1</sup> defende que: “As mulheres que querem unir a feminilidade do salto fino com a relativa facilidade do salto baixo pode entrar em acordo escolhendo um salto Sabrina”.

A variedade de estilos, formas e altura dos saltos, faz com que as consumidoras atuais possam fazer de seus passeios diários, um momento prazeroso, não apenas por calçar um sapato bonito, mas confortável e que corresponda ao seu estilo e à sua personalidade.

### **2.1.1 Evolução do Calçado**

Com o passar dos séculos o calçado foi deixando de ser apenas um acessório para proteção dos pés. Hoje em dia o sapato pode representar status, estilo de vida e comportamento. Os diferentes modelos, estilos e design, principalmente no calçado feminino, estimulam cada vez mais as suas consumidoras a adquirir mais uma peça para a sua coleção.

Quando olhamos para a história percebemos que desde cedo o homem reconheceu a importância da proteção dos pés. O’Keeffe (1996, p.29) destaca que as sandálias foram utilizadas pelos homens desde as primeiras atividades da humanidade, sucedendo às peles de animais enrolados em volta dos pés.

Segundo Seferin (*apud* Conde 2004, p.11) “os primeiros registros de calçado aconteceu no período paleolítico, onde para se proteger do frio, o homem amarrava um pedaço de pele de animal ao redor dos pés”.

As sandálias foram o primeiro estilo de calçado relatado historicamente, durante o Egito antigo. O clima quente do deserto exigia que os calçados utilizados fossem abertos e desta forma permitir a circulação do ar e manter os pés constantemente frescos. Lurie, (1997, p.129) destaca que os calçados eram utilizados em ambientes internos. O apreso pelo sapato era tão grande que este se tratava do item mais precioso do guarda-roupa egípcio destinado a uso exclusivo da alta sociedade. Neste período ambos os sexos utilizavam sandálias que eram feitas de materiais como madeira, papiro,

---

<sup>1</sup> Manolo Blahnik: Prestigiado designer de sapatos espanhol, que já desenhou calçado para estilistas consagrados como Yves Saint Laurent, Christian Dior e Calvin Klein. Desde o início dos anos 70 possui grife que leva seu nome. Seus sapatos são cobiçados por personalidades e famosos.

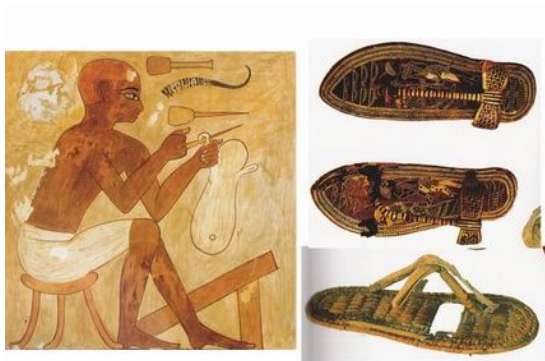


pele de cabra e fibra de palmeira. Outro costume egípcio bastante peculiar eram os sapatos funerários normalmente adornados com ouro e pedras preciosas.

Velente (2007, p.22) relata que “com o passar das décadas iniciou-se o curtimento do couro através do uso de seiva de plantas e posteriormente com a ajuda de sais de cromo, tornando assim mais resistente e adequado à aplicação da pele em calçado”.

No decorrer da história, o calçado passou por acentuadas mudanças de valores, substituindo o carácter funcional pelo estético. Com a descoberta da técnica de curtimento as plantas foram sendo substituídas pelo couro.

A partir dos séculos X e XV o calçado passou por uma alteração de valores, mudando o seu carácter funcional para estético. Neste período o sapato designava a classe social ao qual pertencia. O’Keeffe, (1996, p.181) destaca que o uso do bico fino demonstrava o quanto a pessoa era nobre. Quanto maior o bico do sapato maior era seu valor na escala social. Mesmo que este tipo de calçado acabasse por provocar desconforto.



**Figura 3:** Sandália Egípcia. (Fonte: <http://www.pensomoda.com/bases/bases3..php?Id=>)



**Figura 4:** Sapato de bico fino. (Fonte: <http://picnicvictorianocwb.com/moda-na-era-medieval/>)

Segundo Lobach (1981, p.103), o calçado de bico fino e salto teve a sua origem ligada à cavalaria, uma vez que o uso do estribo trouxe a necessidade de um guia que passaria a ser o bico fino e um batente, o salto, garantindo assim a segurança do cavaleiro.

Em 1305, o rei da Inglaterra, Eduardo I, decretou que se considerasse como uma polegada a medida de três grãos secos de cevada alinhados e desta forma conseguiu a padronização da numeração do calçado. Esta maneira de numerar o tamanho do calçado se popularizou entre os sapateiros ingleses, e pela primeira vez na Europa, iniciou-se a produção de calçado de tamanhos padrões (Vargas, 2011, p.19-20)

O imperado Henrique VII, que possuía pés largos e inchados, durante o século XV, decretou na Inglaterra a proibição do uso de calçados de pontas aguçadas, popularizando desta forma os chinelos. Neste período surge um novo desenho de calçado simétrico que não diferenciava o pé esquerdo do direito (Hollander, 1996).

O estilo e a forma do calçado começaram a ganhar importância durante o século XVI, pela diferenciação do calçado feminino do masculino, para além da revelação da classe social ser transferida do bico de sapato, para a altura do salto.

O uso de enfeites e joias como ornamento caracterizavam os sapatos da aristocracia durante os séculos XVII e XVIII. (Figura 5). Segundo Hollander (1996, p. 127), ao longo do século XVIII, gradativamente o seu uso passou a ser apenas feminino, na medida em que o vestuário masculino passou a ser influenciado pelo racionalismo. Durante este período a medicina começou a advertir sobre os possíveis danos à saúde associados ao uso de salto alto.

Com o final da Revolução Francesa os saltos foram diminuindo e sendo substituídos pelas botas com salto médio. Vale ressaltar que até meados de 1850 o calçado era bastante incômodo.



**Figura 5:** Sapato do século XVIII. (Fonte: <http://www.fabiomarcelo.com.blog>)



**Figura 6:** Bota do século XIX. (Fonte: <http://tudoquevoceprecisaonline.blogspot.pt/2013/04/a-historia-da-evolucao-do-sapato.html>)

No início do século XVIII, com a Revolução Industrial, o calçado começou a ser produzidos em série. Neste período ainda não havia diferença visível entre os pés direito e esquerdo dos sapatos, além da pouca variedade de tamanhos, que causava desconforto e em alguns casos lesões aos pés dos usuários.

Ao longo dos séculos a sociedade ocidental apresentou uma forte diferenciação na forma de vestir entre o homem e a mulher. Os movimentos feministas e as mudanças no vestuário promovido pelo pós-guerra, na segunda metade do Século XX, fez com que elementos como calças jeans e as t-

*shirt* se tornassem elementos *unissexo*. Porém alguns elementos permanecem como essencialmente femininos como o calçado de bico fino e salto alto.

Neste período novas técnicas e materiais foram sendo agregados na confecção de calçado. O crescimento do consumo foi um dos fatores que contribuiu para o crescimento do setor. Outro fator que influenciou na procura de novas matérias-primas, foram as duas grandes guerras, quando o couro passou a se destinado para uso militar e acabou sendo substituído por tecido na fabricação do calçado.

Nos primeiros anos do século XX, cria-se um cenário moderno no estilo de vida das mulheres que começam a poder desfrutar de tipos variados de calçados. Durante o dia usavam botas e a noite modelos variados com aplicação de bordados, fitas, além de saltos mais altos e finos.

Com o início da Primeira Guerra Mundial em 1910, com os homens em combate, as mulheres começaram a “substituir” os serviços domésticos, por trabalhos em fábricas, gerando desta forma a necessidade de utilizar sapatos mais confortáveis.

Nos anos 20 os calçados mais cobiçados eram fabricados em tecidos brilhantes, com enfeites metálicos e couros brilhantes e tingidos. Outros materiais como cetim, seda, veludo e bordados eram utilizados na composição deste acessório. O modelo “boneca” era símbolo deste período com o bico arredondado, salto, fechava com botões bicolores e laços e pele como ornamento.

A década de 30 foi marcada pela criação da plataforma. Criada por Salvatore Ferragamo e André Perugia, as primeiras plataformas foram confeccionadas em madeira e cortiça.

A Segunda Guerra Mundial fez com que de novo o uso do couro fosse restrito ao uso militar. Esta realidade obrigou os estilistas a serem criativos e usarem materiais alternativos como pele de répteis, cortiça e solado de madeira. Ornamentos e enfeites eram dificilmente usados, mas não impedia que as donas de casa mais criativas utilizassem elementos domésticos como celofane para decorar seus sapatos de festa.



**Figura 7:** Sapato década de 1940. (Fonte: <http://www.memoriavintage.com/2011/08/15/historia-da-moda-1940s/sapatosvintage/>)

Os anos 50 foram simbolizados pelo lançamento de Charles Jourdan, do salto agulha, famoso *stiletto*. Este novo modelo de calçado decretou o fim dos sapatos robustos das décadas anteriores, tornando-o muito mais delicado, pelo seu bico fino e alongado.

Em 1960 os materiais começaram a evoluir e os modelos de calçado gradativamente foram apresentando mais conforto, maciez, impermeabilidade, mais respiráveis e com melhores acabamentos (Figura 8).

Na década seguinte os saltos foram levados às alturas com o uso das novas plataformas que poderiam alcançar até 20 cm de altura (Figura 9). O uso de verniz e brilho foi bastante marcante neste período.



**Figura 8:** Sapato década de 1960. (Fonte: <http://www.fabio-marcelo.com.blog/>)



**Figura 9:** Sapato década de 1970. (Fonte: <http://blogmail.com.br/fotos-de-roupas-dos-anos-setenta/>)

A década de 80 foi marcada pelo surgimento de um forte movimento com traços de comportamentos muito fortes na América, os chamados *Yuppies*. Contrariamente aos *hippies* que abraçavam causas sociais e o desapego a valores tradicionais, os *yuppies* valorizavam os bens materiais em especial bens de consumo como *grifes* importantes, estilistas famosos, roupas e calçado caros e de luxo.

Os anos 90 destacaram-se pelo surgimento de “tribos” ligadas à alta tecnologia e à música. Além disso, o desporto é bastante significativo neste período. Com isso os tênis saíram das “quadras” e ganharam enorme destaque no dia-a-dia. (Figura 10)

Durante o século XX, os calçado feminino teve uma forte influência de grandes estilistas como: Coco Chanel, Elsa Schiaparelli, Paul Poiret, Salvatore Ferragamo, André Perugia, Vivienne Westwood, Manolo Blahnik, Christian Dior, Roger Vivier, Yves Saint Laurent, entre outros.

A popularização da informática contribuiu para mudança no comportamento dos consumidores. A rapidez e facilidade disponibilizada pela internet acabaram por facilitar a divulgação e comunicação entre comerciantes e produtores. Esta ferramenta também serviu para evidenciar a moda entre as diferentes classes sociais, aumentando assim o interesse pelo consumo de produtos de marca.

O novo milênio é marcado pela popularização de “novas” matérias-primas como o couro sintético e o PVC<sup>2</sup>. A exigência cada vez maior do mercado consumidor faz com que a quantidade de modelos criados seja cada vez maior. A forte influência da moda e das celebridades na sociedade atual gerou um consumo exacerbado por parte do público feminino, tornando o setor do calçado cada vez mais forte e consolidado (Figura11). Este cenário incentiva o investimento no estudo de novas tecnologias aplicadas a moda e ao design de calçado (Vargas, 2011).



**Figura 10:** Tênis década de 1990. (Fonte: <http://www.fabio-marcelo.com.blog>)



**Figura 11:** Popularização de modelos e materiais do novo milênio. (Fonte: <http://www.fabio-marcelo.com.blog>)

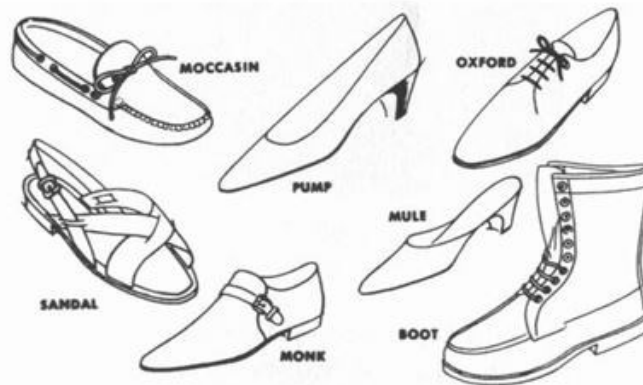
---

<sup>2</sup> PVC: Policloreto de polivinila, plástico que tem sua origem proveniente do petróleo.

### 2.1.2 Descrição e Tipologia do Calçado Feminino

O universo feminino de calçado conta com uma infinidade de modelo, responsáveis por simbolizar o poder e a sedução. A grande diversidade de terminologias na classificação do calçado dificulta uma definição universal.

Para Rossi (2000, p.43) todos os modelos criados ao longo da história são derivados de sete estilos básicos de calçado: mocassim, sandália, chinelo, tamanco, bota, *pump* e *oxford* (figura 12)



**Figura 12:** Os sete modelos básicos de calçados. (Fonte: Rossi, 2000)

Entre a grande variedade de modelos de calçados feminino existente, Schmidt (1995) destaca alguns:

- Chinelo: Este tipo de calçado pode também ser denominado como “rasteira” (fig. 13). Tem como principal característica não possuir salto e na maioria das vezes apresenta duas tiras que ficam entre o os dois primeiros dedos do pé.



**Figura 13:** Chinelos. (Fonte: [www.arezzo.com.br](http://www.arezzo.com.br))

- Chanel: Modelo criado pela estilista Coco Chanel. É um modelo considerado clássico para a indústria do calçado por possuir consumidoras fiéis a este modelo, independente das tendências da moda. Este modelo apresenta uma biqueira fechada na frente e possui uma tira prendendo o calcanhar

deixando o resto do pé aberto atrás (fig. 14). Ele pode apresentar variação na altura do salto, mas este sempre é fino ou *stiletto*.



**Figura 14:** Chanel. (Fonte: [www.arezze.com.br](http://www.arezze.com.br))

- *Escarpim*: Outro modelo considerado “clássico” no universo feminino. É caracterizado por permitir a liberdade do dorso do pé. Ele é fechado na parte frontal e traseira e afunila em direção à biqueira (fig. 15). Pode apresentar salto médio ou alto. Geralmente apresenta salto mais alto, pois o pé é mais alto no lado interno em três aspectos: joanete, arco longitudinal interno e tornozelo.



**Figura 15:** *Escarpim*. (Fonte: [www.arezze.com.br](http://www.arezze.com.br))

- Sabrina: Assim como o “*escarpim*” as “*sabrinhas*” possuem um decote frontal profundo deixando livre a parte do dorso do pé (fig.16). O solado não possui um modelo definido. Dependendo do modelo apresenta um pequeno salto ou a ausência total do mesmo. Por ser confeccionado em materiais leves, este tipo de calçado é bastante usado no dia a dia das mulheres.



**Figura 16:** Sapatilha. (Fonte: [www.arezze.com.br](http://www.arezze.com.br))



- Plataforma: sapato com salto inteiro, geralmente alto e compensado na frente. É considerado confortável ao caminhar pela sua compensação (de altura) na parte frontal do calçado (fig.17).



**Figura 17:** Plataforma. (Fonte: [www.arezzo.com.br](http://www.arezzo.com.br))

- Tênis: é um calçado utilizado principalmente para práticas desportivas. É considerado por muitas pessoas um dos modelos de calçado mais confortáveis. Tem como característica proteger os pés do frio e calor, além de possuir um solado especialmente criado para diminuir o impacto da marcha e dar estabilidade diante as irregularidades do solo. Pode apresentar diferentes formas, cores, materiais, alturas e solados (fig. 18).



**Figura 18:** Tênis. (Fonte: [www.carmensteffens.com.br](http://www.carmensteffens.com.br))

- Sandália: Este estilo de sapato apresenta uma grande variedade de tipos. O modelo tradicional de sandália possui tiras com abertura no cabedal e nas laterais. Apresenta uma ampla diversidade de saltos que se diferenciam desde a altura, largura e formato. É comum este tipo de sapato apresentar compensação na parte anterior do calçado para compensar a altura dos grandes saltos (fig. 19).





**Figura 19:** Sandálias. (Fontes: [www.arezzo.com.br](http://www.arezzo.com.br))

- Tamanco: É uma variação da sandália tradicional que é aberta na parte traseira. Pode apresentar salto alto fino, "anabela" ou plataforma (fig. 20).



**Figura 20:** Tamanco. (Fonte: [www.carmensteffens.com.br](http://www.carmensteffens.com.br))

- *Mule*: Muito parecido com o modelo Chanel, a *mule* tem sua parte da frente fechada e a parte de trás aberta (fig. 21). O salto é geralmente fino ou *stiletto*.



**Figura 21:** *Mule*. (Fonte: [www.aldoshoes.com](http://www.aldoshoes.com))

- Bota: A principal característica deste tipo de calçado é a elevação lateral do modelo (cano), em diferentes alturas que podem ir do tornozelo até acima do joelho (fig. 22). A bota é classificada conforme a altura e o recurso de abertura do cano. Ele pode apresentar diferentes tipos e alturas de saltos.



**Figura 22:** Botas (Fonte: [www.aldoshoes.com](http://www.aldoshoes.com))

Por apresentar um universo muito variado de modelos e estilos, os calçados destinados ao público feminino podem ser categorizados de diferentes formas, seja por sua tipologia como já mencionado, como pela classificação a partir da altura do salto. Tedeschi (2007, p.354-357) propõem uma identificação baseada em 4 diferentes grupos: salto rasos: que apresentam solado com até 2 cm; saltos baixos: até 4 cm; saltos médios: que possuem elevação até 6 cm e o salto alto: superiores a 7cm.

Para melhor compreender os diferentes modelos de calçados torna-se necessário conhecer os principais elementos que compõem um sapato clássico feminino, como será apresentado no ponto a seguir.

### **2.1.3 Componentes do Calçado Feminino**

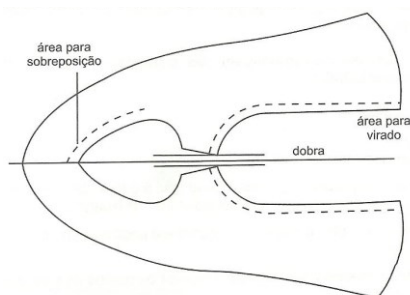
O responsável pela criação do calçado, independente de ser destinado ao público feminino, masculino ou infantil, para além da sua tipologia precisa ter em mente que o produto necessita apresentar alguns elementos básicos. A figura 23 apresenta um modelo “básico” de sapato feminino para ilustrar os elementos que compõem o calçado destinado a este público.



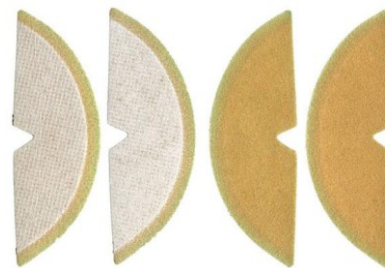
**Figura 23:** Elementos de um calçado feminino. (Fonte: CTCCA, 1997)

Vargas (2011, p.53-59) apresenta em seu trabalho a classificação do Centro Tecnológico do Couro, Calçados e Afins dos principais elementos que constituem o sapato são:

- Cabedal (ou corte): Parte superior do calçado que pode ser dividida em gáspea, como a parte frontal, lateral e de traseira (fig.24).
- Couraça (testeira): Elemento disposto entre o forro e a gáspea. Este é responsável por dar forma ao calçado, além de manter o formato durante o uso.
- Contraforte: Item que se encontra entre o forro e o avesso do cabedal na calcanheira (parte traseira na zona de calcanhar). A sua contribuição é dar sustentação a parte de trás, proporcionando um bom calce. Os sapatos aberto atrás, não necessita de este elemento (fig. 25).



**Figura 24:** Cabedal ou corte. (Fonte: Schmidt, 2005, p.161)



**Figura 25:** Contraforte para calçado. (Fonte: [http://www.newcomponent.com.br/produtos\\_1.asp?categoria=cont](http://www.newcomponent.com.br/produtos_1.asp?categoria=cont))

- Forro: Cobertura interna do calçado. É introduzido sobre cabedal e também na palmilha de montagem. No avesso do sapato protege o calcanhar de deslizar ao caminhar e do contato direto com

o contraforte. O avesso não pode apresentar saliências muito proeminentes do para não causar lesão ao pé.

-Sistema de fecho ou aperto: Existe uma ampla variedade de fechos que tem como função segurar o calçado ao pé. Entre os diferentes tipos pode-se destacar: atacador (cadarço), fecho de contato (velcro), fecho de correr (zíper) de metal ou plástico, fecho de pressão e fecho de fivela.

- Enfeites: com finalidade estética os enfeites agregam valor ao produto. Podem ser de metais, plástico, pedra, acrílico, tecido, entre outros.

-Sola e solado: A sola é parte do calçado que fica em contato com o solo. Enquanto o solado é a reunião de partes de um calçado sobre a qual se apoia o pé, a sola é o que apresenta o contato direto com chão. É de grande importância que este elemento seja resistente à humidade e deslizamento.

-Palmilha de Montagem: responsável pela fixação do corte após montagem, manutenção do formato da superfície da planta do pé, tem a função também de absorção e remoção do suor. A palmilha de montagem reproduz a planta da forma, com reforço na parte do “enfranque” (zonas laterais interior e exterior que vai da linha de dedos à linha de salto) e do calcanhar.

- Alma: Componente de metal encaixado na sola para proporcionar a estabilidade dos saltos altos e impedir deformação da planta de fabricação.

- Salto: Parte inferior do calçado. Podem apresentar as mais diversas alturas, materiais e formas. Os tipos mais comuns são produzidos em madeira e polietileno. Ele é formado por uma elevação na parte posterior do sapato, onde se localiza o calcanhar. Este elemento é responsável por receber as cargas transmitidas durante o movimento de marcha, ou por postura estática aos calcanhares.

A sua importância é tão significativa para o calçado feminino, que alguns modelos são denominados pelo salto, é o caso do salto Luíz XV (figura 26) e o salto Anabela (figura 27).



**Figura 26:** Salto Luíz XV. (Fonte: <http://www.sapatos.net/2011/06/30/salto-luis-xv/>)

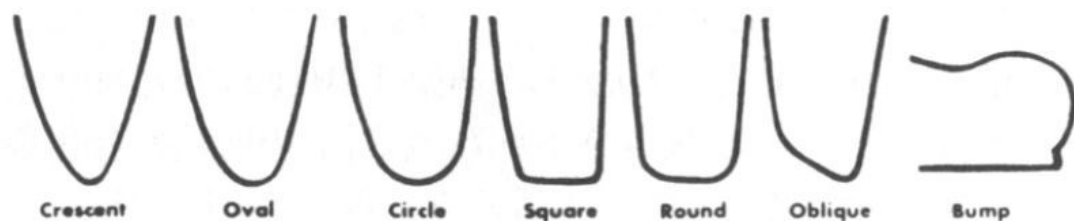


**Figura 27:** Salto Anabela. (Fonte: <http://www.lojasdesapato.com/anuncio/sapato-salto-an/>)

A fixação deste elemento no calçado ocorre entre o solado e a parte superior do salto. Como o seu objetivo principal é acomodar o calcanhar, a sua área tende a ser proporcional às dimensões desta região do pé.

- Tacão: é afixado na parte de baixo do salto, com o objetivo de evitar escorregamento, além do desgaste devido ao impacto no ato de caminhar. Ele define a área de apoio no solo para a região do calcanhar.

-Biqueira: É a região responsável por acomodar os dedos no interior do calçado. Dependendo do modelo, o estilo de biqueira pode ser modificada, chegando até mesmo ser retirada a sua extremidade como nos caso das sandálias e nos modelos *peep toe*. Segundo Rossi (2000, p.146) as biqueiras podem ser classificadas como: crescente, oval, circular, quadrada, arredondada e oblíqua (figura 28).



**Figura 28:** Tipos de formas de bico. (Fonte: Rossi, 2000; p.35)

- Palmilha interna: Parte do calçado que fica em maior contato com o pé e proporciona conforto e melhor acabamento, muitas vezes chegam a ser acolchoadas. É fundamental que todas estas estruturas estejam ergonomicamente calculadas para garantir o equilíbrio e conforto dos pés, mas tudo isso poderá ser comprometido em termos de conforto, se todas as partes não forem convenientes montadas para uma com binação perfeita do produto final. (para ver mais sobre a montagem e materiais componentes do sapato, ver Anexo I).

## 2.2 Conforto

Slater (1985, p78) afirma que termo conforto tem a sua origem ligada ao conceito de “consolo e apoio”, a partir da palavra latina *cumfortare*, derivada de *cum-fortis* que significa aliviar a dor ou fadiga. Na língua portuguesa a palavra conforto surgiu por volta do século XIII.

O conforto é um requisito fundamental para a sociedade atual, pois possui grande relevância na mente do consumidor no momento da compra de um produto. Por se tratar de uma variável qualitativa subjetiva, o conforto pode ser definido de várias maneiras. Lida (2005 p. 58) define-o como “uma qualidade ergonômica do produto” e esse é um atributo muito valorizado pelos usuários do calçado.

Não existe, portanto, um conceito universal para o conforto, a sua percepção difere de pessoa para pessoa e depende muito da situação que esta está vivendo, o que torna o conforto um conceito muito subjetivo.

Para Van der Linden (2004, p.2006):

“O conforto é um estado afetivo definido pela ocorrência simultânea de bem-estar físico e psicológico induzido por sensações, pensamentos, imagens objetos ambientes e situações que invoquem sentimentos e emoções prazerosas (valência hedônica positiva). Por outro lado, o desconforto é um estado afetivo definido pela ocorrência de mal-estar físico e/ou psicológico resultante de ativação de estímulos sensoriais (físicos e/ou psicológicos) com valência hedônica negativa. Entre esses dois estados existem uma infinita graduação de estados de quase conforto e quase desconforto, passando por uma zona de indiferença.”

Durante o período da Revolução Industrial, o conforto, que até então era uma questão muitas vezes esquecida, tornou-se foco de estudos para o aperfeiçoamento de bens durante o processo de fabricação. Os processos de mecanização e padronização favoreceram a oferta de produtos com diferentes tamanhos, permitindo que o consumidor escolhesse o tamanho que melhor lhe servia, proporcionando assim bem-estar ao fazer uso da peça.

Segundo Sleter (1985, p.104) “O conforto é um estado prazeroso de harmonia fisiológica, física e psicológica entre o ser humano e o ambiente”. Para o autor o conforto é resultante de três dimensões. O aspecto “fisiológico” do conforto que está relacionado com o funcionamento do corpo humano, envolvendo ações de regulação voluntárias e involuntárias. Os aspectos “psicológicos” que se referem ao conforto mental e social que estão relacionados com questões ligadas à auto imagem, relacionamento com outras pessoas e à privacidade. O aspecto físico está relacionado às características ergonômicas do conforto, correspondendo à interação do indivíduo com o ambiente, nas suas diferentes interfaces e os seus efeitos nas dimensões fisiológicas e psicológicas.

### 2.2.1 Conforto no Calçado

O primeiro calçado criado pelo homem tinha como função a proteção contra choque, à temperatura ou a aspereza do solo. Com o decorrer dos séculos o sapato incorporou aos seus atributos os valores estéticos, simbólicos e de conforto.

Ao comprar um calçado um dos critérios mais relevantes para o consumidor, além do design da peça, é o conforto do produto. A comodidade e a garantia de que o sapato não irá provocar lesões e danos. Guiel (2006, p.27) acredita que o consumidor não procura um calçado que lhe seja apenas confortável. Ele parte do princípio que qualquer sapato por ele desejado lhe proporcione conforto.

Segundo Seale (1995, p.69):

“O conforto em sapato está associado ao ajuste do calçado ao pé. É fundamental que em todas as fases da prototipagem e fabricação do calçado, desde sua estrutura inicial até sua composição final com os materiais, haja uma preocupação com a criação de modelagem correta, baseada em uma forma que respeite a anatomia, a fisiologia e a biomecânica do pé. A ponderação da estática do modelo do calçado e uma forma com medidas mais próximas às reais dos pés irá diminuir a possibilidade do sapato apertar os dedos, provocando calos, unhas encravadas, entre outros males”.

A temperatura é um dos critérios relacionados à percepção do conforto. De acordo com o Centro Tecnológico do Couro, Calçados e Afins (1994, p.14) a temperatura ideal para os pés humanos é de 27,5°C que é quando não há nenhuma sensação de frio ou calor. No caso de excessivo arrefecimento ou aquecimento as temperaturas podem variar de 20° a 37°C. Temperaturas fora desses limites causarão um desconforto cada vez mais intenso.

Outro ponto de relevante percepção é a humidade. A absorção de parte do suor por parte dos materiais que compõem o calçado é imprescindível, visto que quando a humidade permanece durante horas no calçado pode, por exemplo, levar à diminuição progressiva da temperatura dos pés, além de elevar a possibilidade do surgimento de fungos e bactérias no calçado que podem provocar problemas como, frieiras e micoses além de maus odores.

Para Duarte (1978, p.213) existem alguns fatores que influenciam no conforto de um calçado como: “Rigidez da estrutura interna, medidas adequadas de comprimento e largura, comprimento suficiente da “gáspea”, sola flexível com espessura adequada, forro macio e protetor, salto com superfície de apoio estável, bico com espaço para movimento dos dedos; linhas posteriores retas, “cabedal” ajustável; “contraforte” bem moldado, elevação da parte anterior; impermeabilidade; couro curtido adequadamente; poder de absorção e não absorção do cabedal”.

Guiel (2006, p. 29) destaca também alguns outros fatores que podem contribuir na fabricação de um sapato confortável: boa distribuição do peso do corpo entre pé e palmilha; redução da pronação<sup>3</sup>; absorção de impactos; uso de materiais adequados que proporcionem conforto; propriedades técnicas adequadas na parte interna do calçado; flexibilidade e aderência. Outro aspecto importante de se salientar é o conforto psicológico gerado pelo consumo de um produto, neste caso sapato. O calçado durante séculos teve sempre a sua imagem associada ao status e prestígio. Essa relação é intensificada nos produtos direcionados para o mercado feminino. O salto alto tem uma imagem diretamente ligada à sedução e a sensualidade. Segundo Steele (1995, p.29) “A associação entre o salto alto e a sensualidade está relacionado ao fato das alterações que o mesmo produz no corpo da mulher. O aumento da altura do salto faz com que o movimento do quadril seja alterado, o busto e as nádegas se tornam mais evidentes, além de gerar um efeito de alongamento das pernas. O uso desse acessório gera na mente da consumidora uma sensação de conforto psicológico em relação ao seu poder de sedução”.

A falta de critérios precisos e objetivos para a mensuração do conforto faz com que seja necessário o uso de averiguações (análises sensoriais subjetivas) para se descobrir o quão confortável o indivíduo se sente em relação a determinado produto. Para isso muitas vezes criam-se grupos de “peritos avaliadores” (pessoas treinadas) que por meio da utilização do produto, o vão testando e relatando quanto ao seu conforto, com o auxílio de escalas subjetivas de avaliação criadas especialmente para cada tipo de produto nomeadamente para o calçado. Pode-se, no entanto tentar perceber o conforto ergonômico ou físico do calçado através do estudo da anatomia do pé, antropometria, biomecânica do pé, etc.

### **2.3 Anatomia do Pé**

Berwanger (2012, p.69) afirma que: “Os pés são uma estrutura complexa e essencial que sustenta o corpo em posição ereta e impulsiona o seu peso em movimento, auxiliando na manutenção do equilíbrio durante mudanças de posição”. Este órgão tátil permite desde os primeiros anos de vida, constantes estímulos sensoriais, além da exploração de ambientes. Georges (2001, p. 39) salienta que

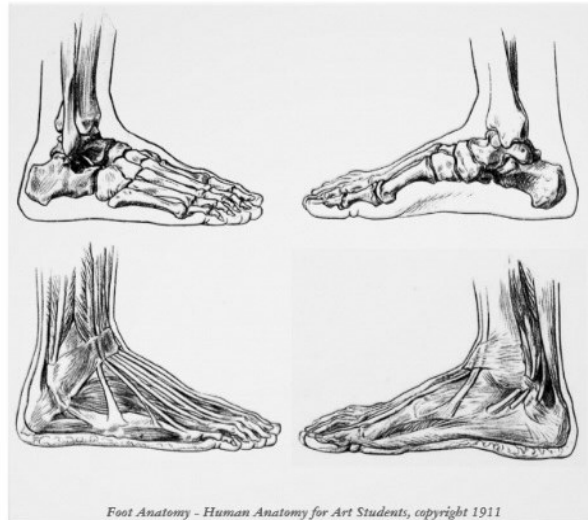
---

<sup>3</sup> Pronação: Movimento no eixo do pé que acontece principalmente na articulação subtalar e tem como resultado a eversão do calcâneo associado a uma rotação interna do tálus.



os pés tem a capacidade de se adaptar à sinuosidade das diferentes superfícies, possibilitando assim caminhar, correr, saltar, subir, descer, chutar, entre outras atividades.

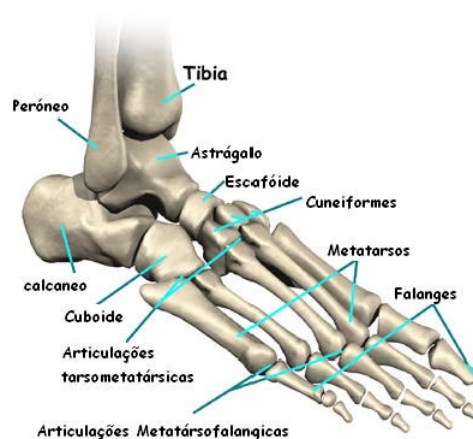
O pé humano (figura 29) é uma estrutura viva composta por unha, pelos, glândulas sudoríparas, glândulas sebáceas, sistema circulatório, nervos, ligamentos, músculos, tendões, articulações e ossos.



**Figura 29:** Pé humano (Fonte: [http://www.zazzle.pt/vintage\\_anatomia\\_do\\_pe\\_humano\\_impressao-228678249504033310](http://www.zazzle.pt/vintage_anatomia_do_pe_humano_impressao-228678249504033310))

Segundo o Centro de Tecnologia do Couro e Afins (1994, p.19), nos primeiros anos de vida de uma criança, quando ainda estão em desenvolvimento, os pés são formados por cartilagens, sendo algumas delas com núcleos ossificados. À medida que vai crescendo essa cartilagem irá se ossificar. Esse processo é concluído por volta dos 14 a 15 anos de idade.

Schmidt (2005, p.33) define que “o pé é uma estrutura tridimensional variável, base do mecanismo antigravitacional, que constitui um membro fundamental para a posição bípede e para a marcha humana”. É composto por um conjunto de 26 ossos, distribuídos por três regiões (Tabela 1). A primeira região, o ante-pé, é composta de um alinhamento de cinco ossos delgados que formam raios horizontais justapostos. Cada raio consta de um metatarso prolongado por falanges e a partir do segundo dedo, quatro falanges. A região posterior ou retro-pé é constituída de sete ossos, que são: tálus, calcâneo, navicular, cuboide e três ossos cuneiformes. Na região central ou médio-pé, é formada por cinco ossos metatarsianos, como pode ser visto na figura 30. Os ossos são responsáveis por dar estabilidade ao pé.



**Figura 30:** Estrutura óssea do pé (Fonte: <http://www.podologia.com.pt/podologia/>)

**Tabela 1:** Ossos do pé por segmento e função (Fonte: CTCCA, o sapato, 1993, p. 49).

| Segmento | Ossos                                   | Função  |
|----------|---|---|
| Retro-pé | Tálus<br>Calcâneo                       | Influência a função e movimento do médio-pé e ante-pé   |
| Médio-pé | Navicular<br>Cuboide<br>Cuneiformes (3) | Promove estabilidade; transmite a força do retro-pé para influenciar o movimento do ante-pé e vice-versa. |
| Ante-pé  | Metatarsos (5)<br>Falanges (14)         | Adequação das mudanças do tornozelo, ajustando as superfícies irregulares. Fase de propulsão da marcha.   |

Vargas (2011, p.32) destaca que são “Dezanove músculos que compõem a estrutura do pé. Estes são distribuídos em quatro regiões: dorsal, plantar, plantar interna e plantar externa”. Segundo Schmidt (2005, p.30) os principais músculos são:

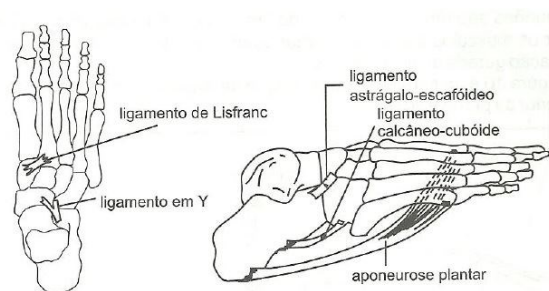
- Triceps sural: principal músculo dos gêmeos (pantorrilha), inserido no calcâneo através do tendão de Aquiles, sendo o principal flexor plantar do pé.
- Tibial posterior: curto e longo são respectivamente os músculos inversos e reversos dos pés.
- Longo flexor do hálux e flexor comum dos dedos são supinadores do calcâneo e flexionam os dedos.
- Tibial anterior é o flexor dorsal do pé
- Extensor longo do hálux e extensor comum dos dedos são extensores dos dedos e ajudam na extensão do pé.

Além dos ossos e músculos o pé humano é composto por 33 juntas, 107 ligamentos, e 19 tendões.

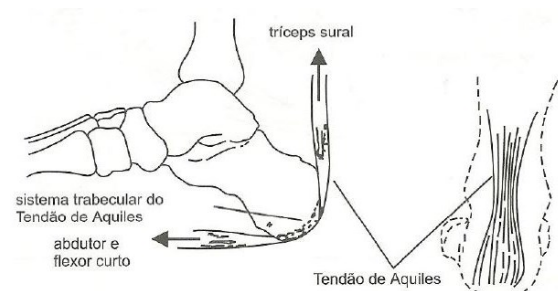
Os músculos compostos por inúmeras fibras musculares que através do estímulo dos nervos motores, contraem-se, gerando assim movimento nas articulações.

Segundo Berwanger (2008, p.20) os ligamentos são tecidos fibrosos, fortes e pouco elásticos, dispostos em tiras que se entrelaçam aos ossos, envolvendo as articulações e sustentando a estrutura dos pés (fig. 31).

Para Schmidt (2005, p.31) os tendões são uma continuação dos músculos. A função dos tendões é unir os músculos aos ossos, tornando-se condutores da força e movimentação gerada pelos músculos (fig. 32).



**Figura 31:** Ligamentos do pé. (Fonte: Schmidt, 2005, p.31)



**Figura 32:** Tendões Fonte: (Schmidt, 2005, p.31)

Berwanger (2011, p.124) menciona que “Os pés e suas complexas estruturas podem sofrer com problemas variados, como pé torto, pé chato, esporão, calosidades, bolhas, Halux valgo (joanete), deformações nos dedos, entre outros”. Essas deformações podem ser congênicas, ou seja, adquirida hereditariamente; outras podem ser provocadas pela ação de agentes traumáticos, infecciosos ou inflamatórios. A prática de esporte mal conduzida também pode provocar lesões e problemas nos pés, assim como a utilização de calçado inadequado ou que de alguma forma bloquem ou restrinjam partes deste sistema complexo que é o pé humano.

### 2.3.1 Antropometria

O termo antropometria é de origem grega e significa o estudo das medidas do corpo humano.

É uma área que estuda o homem, considerando a sua forma, tamanho, proporção, composição, maturação, dimensão e função ajudando no entendimento do seu desenvolvimento geral (crescimento, exercício, desempenho e estado nutricional) e possibilitando tomadas de decisões ou intervenções mais específicas por parte do profissional que a aplica e estuda.

Durante a resolução industrial na Inglaterra, o mundo ocidental tomou novos rumos ocorrendo mudanças radicais a partir de acontecimentos políticos e econômicos. “Então o entendimento de concepção do corpo humano se altera e passa a ser visto como” fonte de produção e em outras regiões o bom desempenho físico representava grandes conquistas Pertroski (1991, p.18).

A antropometria tem um papel relevante em relação ao corpo humano. É por meio dela que se conseguirão as medidas corporais que facilitam o desenvolvimento de produtos. Vargas (2011 apud, Manfio p.39-42) “o pé deve desempenhar duas funções essenciais: conferir ao corpo estabilidade, enquanto se está em pé e assegurar a locomoção. A antropometria pode colaborar, facilitando essas funções”.

No calçado, segundo Schmidt (2005, p.51) as medidas básicas para a criação da forma que irá auxiliar na confecção de um calçado são: comprimento plantar, perímetro da articulação metatarso-falangiana (perímetro da linha de dedos), largura da planta, altura do salto da forma, afastamento do bico e entrada do pé.

Vargas (2011; Schmidt 2005, p. 77) destaca que: “para definir a numeração para o calçado, são analisadas duas medidas base: comprimento do pé e o perímetro da articulação metatarso-falangiana (linha de dedos), ambas expressas em milímetros”.

Schmidt (2005, p.79) menciona que os três tipos de sistemas de medidas mais utilizados são: ponto francês, ponto inglês e ponto americano. O ponto francês é um dos sistemas mais popular. Essa numeração é utilizada por países como: Brasil, Argentina, Rússia e na maioria dos países da Europa.

A numeração inicia no número 15 e segue até 50, sem intervalo de meio ponto. De um número para o outro ocorre uma variação de 6.66 mm no comprimento e 5mm na medida de circunferência ou de contorno.

O sistema inglês é adotado por países de influência inglesa. A numeração inicia no 0 e vai até o 13 (calçado infantil) e de 14 ao 46 (calçado adulto), com divisões de meio ponto entre um número e outro. A variação de comprimento é de 8,46 mm para os números inteiros e de 4,23 mm para o meio número. O perímetro de circunferência varia de 6,35mm para os números inteiros e de 3,17mm para o meio número.

O ponto americano apresenta a mesma variação do ponto inglês, o que diferencia os dois é apenas a numeração.

### 2.3.2 Classificação dos Pés

Os pés podem ser classificados de distintas maneiras considerando diferentes aspectos. Entre elas, podem-se destacar dois aspectos que geralmente são os mais utilizados. O primeiro é a classificação em função do comprimento da formação do arco plantar e a segunda em função do comprimento dos dedos.

A classificação do comprimento do arco do plantar pode mostrar diferentes níveis de elevação ou mesmo a falta de elevação do arco do pé. Segundo Schmidt, podem ser denominados como “pé chato”, “pé normal” e “pé muito arqueado”, conforme mostra a figura 33.

Os pés normais apresentam impressão na superfície de apoio demonstrando uma ligação entre o ante-pé e o calcanhar

Os pés côncavos (cavo) na sua maioria demonstra o arco tão acentuado que na sua impressão pode não ocorrer a ligação entre o ante-pé e o calcanhar. Por ter o dorso acentuado, para este tipo de pé, segundo Schmidt (2005, p.76) é recomendado calçados de atacadores (ou a apertar no peito do pé), por se adaptarem melhor ao formato do pé.

Já os pés chatos são caracterizados por apresentam uma elevação muito pequena (ou mesmo inexistente) no arco do pé. Sua impressão é bastante plana com o pé praticamente tocando todo o chão. Stoffel (2007, p.87) acredita que neste caso não é recomendado o uso de salto alto. Os pés chatos são os que mais sofrem com os calçados, visto que muitas vezes os sapatos não são desenvolvidos para este tipo de pés.



**Figura 33: Arco do pé.** (Fonte: Schmidt, 2005, p.33)

Manfio (2001, p.24) destaca a classificação do pé através do tamanho dos dedos (Figura 34). Segundo o autor há três tipos distintos de pés: o egípcio, o grego e o quadrado.



**Figura 34: Classificação do pé pelos dedos.** (Fonte: Schmidt, 2005, p.33)

Segundo Berwarnger (2008, p.27) “O pé egípcio é o mais comum e mais propenso a apresentar desvios do dedo grande, joanete ou rigidez da primeira articulação metatarso-falagina”. A pesquisa antropométrica realizada do Manfio (2001, p.132) demonstra que a população do sul do Brasil, apresenta uma maior concentração de pés em formato egípcio (tabela 2). Este tipo de pé apresenta maior propensão à deformações associadas ao calçado.

**Tabela 2:** Tipos de pé da população do sul do Brasil. (Fonte: Manfio, 2001)

|             | Amostra feminina |            | Amostra masculina |            |
|-------------|------------------|------------|-------------------|------------|
|             | Pé esquerdo      | Pé direito | Pé esquerdo       | Pé direito |
| Pé egípcio  | 79,0%            | 78,8%      | 72,5%             | 71,6%      |
| Pé quadrado | 18,8%            | 17,7%      | 22,1%             | 24,6%      |
| Pé grego    | 2,2%             | 3,5%       | 3,8%              | 3,8%       |

Manfio, (2001, p.130) acredita que há uma relação entre as deformidades dos pés e a forma metatarsiana e a forma do dedo. Para ele a forma de ante-pé que apresenta menos transtorno é o pé grego.

## 2.4 Biomecânica do Pé

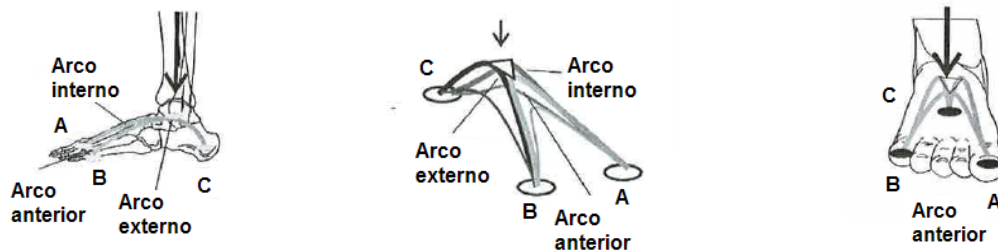
A biomecânica é uma parte da física responsável por estudar os movimentos humanos. Em seus segmentos é possível obter informações sobre a geometria do movimento humano, o registro e a consequência dessa ação. Este estudo permite conhecer o efeito de forças mecânicas sobre o sistema dos seres vivos e suas estruturas, possibilitando desta forma que sejam realizadas mudanças devido a alterações, bem como propor métodos artificiais que melhorem o desempenho.

Para Berwanger (2011, p.33) a antropometria junto com outras ciências, constituem a base de um dos pilares da biomecânica. Cada um destes pilares possuem subdivisões já que são utilizadas

diferentes técnicas e equipamentos para analisar as variáveis associadas aos mesmos. Assim a antropometria em conjunto com a mecânica ajuda-nos a compreender o movimento do pé ao deslocar-se.

### • Arcos dos pés

A capacidade dos pés em se adaptarem às necessidades diárias dos Homens pode ser explicada pelos eixos que constituem este membro. Barretto (2006, p.36-37) destaca que a dinâmica do pé se dá através três arcos, em formato de semi-abóbada, que apoiam no solo em três pontos que são: A articulação do primeiro dedo com o metatarso (A); a articulação do quinto dedo com o metatarso (B); e a protuberância posterior do calcâneo (C) (Figura 35).



**Figura 35:** Arcos dos pés. (Fonte: Barretos, 2006)

Segundo Barretto (2006, p.37) a classificação dos arcos é:

- Arco longitudinal externo do pé (B-C): estende-se do calcanhar até a ponta do quinto metatarsiano. Este serve como apoio durante a posição bipedestre, pois é um arco com características rígidas e apresenta pequenas alterações durante o movimento, acaba por suportar em si a maior parte do peso corpóreo. Esta rigidez do arco é importante uma vez que durante locomoção é ele que irá transmitir o impulso motor da musculatura posterior da perna.

- Arco longitudinal interno (A-C): são mais altos de todos os arcos que constituem o pé, estende-se da ponta do primeiro metatarsiano até o calcanhar. Sua principal característica é a mobilidade, pois durante a marcha proporciona maior elasticidade ao pé. Este também ajuda na manutenção do equilíbrio durante a passada, é formado por um conjunto de 5 ossos o que permitir através de suas deformações a absorção das rotações feitas por irregularidades do terreno.

-Arco anterior do pé (A-B): Este arco transversal é composto formado pelos ossos cuneiformes e cubóides. Apenas é possível ser observado com o pé em repouso. Quando se apoia o peso do corpo, o arco anterior espalma-se na superfície de contacto. (figura 36).

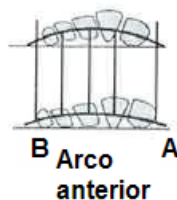
## • Locomoção

A locomoção humana só é possível devido aos movimentos complexos realizados pelo pé. As suas estruturas dinâmicas permitem que a marcha humana possa ocorrer das mais variadas formas.

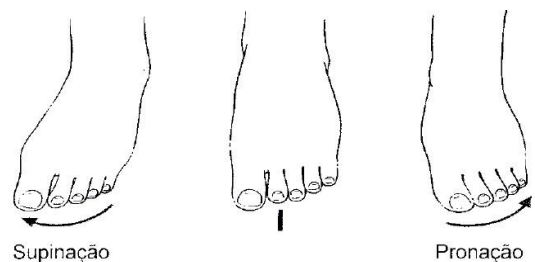
“Durante o caminhar várias articulações de movimento de acomodação no pé humano são ativadas. Nestas articulações, os ossos do pé movimentam-se uns contra os outros e são sustentados pelos ligamentos. As articulações de movimento são as responsáveis pela determinação da direção do ato de caminhar, atuando sobre três eixos x, y, z”. (Centro de Tecnologia do calçado SENAI, 1997, p.27).

Os movimentos dos pés podem ocorrer em três diferentes eixos: o longitudinal (X), o vertical (Y), ou no transversal (Z). A flexão dorsal máxima realizada é de 20°, já flexão plantar pode chegar a 50°, ambas em relação a um eixo transversal perpendicular à tibia, na altura do tornozelo.

Berwanger (2008, p.31) destaca que os movimentos (figura 37) de rotação realizados sobre o eixo X, podem ser de pronação e de supinação, ambos orientam a planta do pé lateralmente. O movimento de pronação ocorre quando se pisa para dentro, enquanto o de supinação se dá quando se pisa para fora.

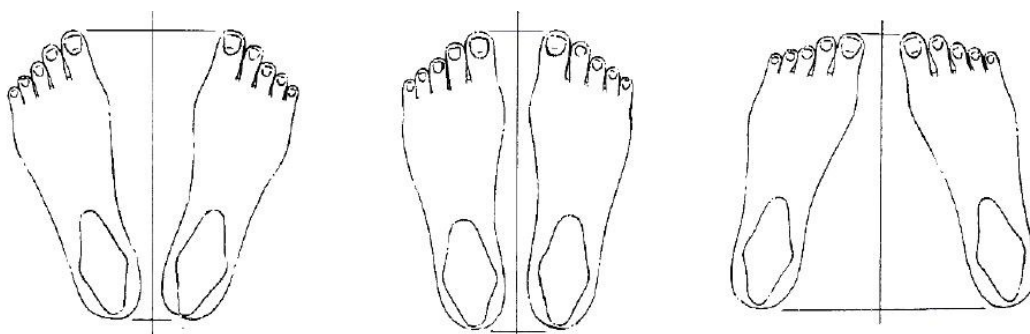


**Figura 36:** Arcos anterior. (Fonte: Barretos, 2006)



**Figura 37:** Movimentos de Supinação e Pronação. (Fonte: Berwanger 2008, p.31)

Outro ponto importante de salientar sobre a marcha humana é o posicionamento em relação à linha imaginária no sentido do comprimento dos pés. Têm-se os seguintes posicionamentos: marcha aberta, em paralelo e fechada (Figura 38).



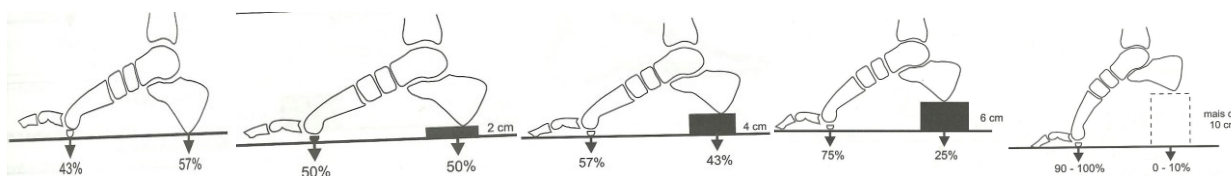
**Figura 38:** Tipos de marcha humana. (Fonte Berwanger, 2008, p.33)



### 2.4.1 Uso do Salto Alto e Suas Consequências

Carrasco (1996, p.42) destaca que o aumento da altura do salto, altera diretamente a distribuição da pressão corporal dos pés, prejudicando o equilíbrio do corpo, a segurança do caminhar, além de alterar a postura da coluna vertebral. O pé humano apresenta naturalmente um pequeno desequilíbrio na distribuição corporal (figura 39). Quando uma pessoa utiliza uma sapatilha que não apresenta salto, 43% do peso são projetados para parte anterior dos pés, enquanto os 57% restantes é direcionado para a parte do calcanhar. Médicos ortopedistas costumam recomendar o uso diário do salto de dois cm por este conseguir equilibrar a distribuição do peso corporal em toda a extensão do pé. O salto de 6 cm de altura faz com que 75% do peso seja projetado na região do metatarso enquanto apenas 25% do peso é direcionado sobre o calcâneo. Este desequilíbrio é agravado com o uso de saltos superiores as seis centímetros, já que o peso pode chegar a ser 100% projetado na parte anterior dos pés. A alteração na distribuição do peso conforme a altura do salto pode ser observada na figura 39.

Vargas (2011, p.51) menciona que à medida que o salto vai sendo elevado o pé fica tenso, visto que maior parte da pressão é aplicada na planta do pé. Ao caminhar a pélvis feminina suporta uma torção e a coluna lombar se coloca em hiperlordose. Com o tempo essa ação pode provocar uma artrose na região do conjunto sacrolombar.



**Figura 39:** Efeito da altura dos saltos na distribuição da massa corporal. (Fonte: Monteiro, 1999, p.41)

Todos estes princípios e desvios à normalidade devem ser considerados no âmbito do design e conforto do calçado, pois caso contrário este poderá vir a causar problemas e desconforto ao utilizador.

### 2.4.2 Problemas nos pés provocados pelo Calçado

A escolha adequada do modelo de calçado pode prevenir vários problemas para a saúde dos pés. As doenças mais frequentes diagnosticadas pelos ortopedistas são de carácter articulares,

dermatológicas, circulatórias e posturais. O uso de calçados com problemas na confecção seja devido à utilização de forma mal desenvolvida, ao material inadequado ou modelagem inadequada, podem potencializar o surgimento de problemas e lesões nos pés.

No calçado feminino estes problemas são potencializados, já que a produção incorreta do calçado associado a um salto alto ou ao abuso da altura no salto podem causar além dos problemas acima citados deformações nos pés.

O *hallux valgus* (mais vulgarmente chamado de joanete) é caracterizado por um desvio lateral do grande artelho, causado pela contínua pressão exercida sobre o grande artelho lateral. Esta patologia associada ao uso de calçado estreito e pontiagudo, muitas vezes exige intervenções ortopédicas ou cirúrgicas (figura 40).



**Figura 40:** *Hallux valgus* (joanete). (Fonte: Monteiro, 1999)

Outro problema associado ao uso de calçado incorreto é o “dedo em martelo”. Esta deformação é provocada pelo uso de salto que impõem excessiva pressão na articulação metatarsofalangiana com efeito da postura imposta pelo salto alto (Monteiro, 1999, p. 42).



**Figura 41:** Dedo em martelo atribuído ao uso de calçado. (Fonte: Monteiro, 1999, p.45)

Segundo pesquisa de Monteiro (1999) a Sociedade Internacional de Cirurgia dos Pés estima que 80% da população mundial sofram com algum tipo de problema nos pés ou na postura, acarretados pela falta de estrutura adequada do produto (calçado) ou o uso abusivo do salto.

Em sua pesquisa Duarte (1978, p.213) destaca que sapatos com bico pontiagudos, por comprimirem os dedos dos pés deformam o primeiro dedo para fora e o quinto para dentro, podendo

ocasionar desta forma o surgimento de joanete, dedos sobrepostos, luxações estática dos dedos, unha encravadas, bursites, endurecimento epiteliais e calos. Saltos e palmilhas mal desenvolvidas e sem preocupações técnicas, podem causar dores no arco dos pés e na coluna dorsal. Os acabamentos internos dos calçados são outros elementos que podem provocar problemas aos pés. Revestimentos que impedem a liberdade de ação, materiais sintéticos de baixa qualidade que não absorvem o suor, podem provocar micoses. Costura e recortes que restringem os movimentos podem lesionar o tecido epitelial dos pés.

Segundo Vargas (2001, p.49) o calçado está diretamente relacionado na determinação das patologias dos pés. Em sua pesquisa o autor apresenta uma entrevista com o ortopedista Irocy Guedes (UFRJ) que afirma que as queixas de dores nos pés femininos são cinco vezes mais elevadas do que a dos homens. Gradualmente com a idade as mulheres apresentam problemas hormonais que geralmente provocam o aumento de peso. O uso inadequado ou por tempo prolongado do salto podem resultar em alterações nas estruturas dos pés, provocando dores ao longo do tempo.

Vargas (2001, p.50) comenta que o salto por alterar a posição original dos pés, fazendo com que o mesmo permaneça em posição de hiperflexão dorsal acaba por prejudicar as articulações entre o metatarso e a falange proximal dos dedos do pé. Essa alteração na postura do pé faz com que toda a carga do corpo seja jogada para frente e direcionada as articulações dos dedos. Esse efeito negativo é potencializado quando além do salto alto o calçado também apresenta bico fino.

A forma utilizada na fabricação do sapato é uma questão fundamental para que se consiga obter uma boa solução para o apoio e problemas de dores nos pés. Ao andar boa parte do apoio no solo está localizado na região do ante-pé. Os dedos se abrem como leque (o arco anterior espalma-se), apoiando-se sobre o solo para dar continuidade ao passo. O impulso será diretamente prejudicado se os pés estiverem apertados, presos e tensos dentro do sapato. Os movimentos serão restringidos ocasionando a alteração do modo natural de andar.

A elevação nas alturas trazidas pelo salto alto provoca um deslocamento progressivo no centro de gravidade do corpo. Esta alteração provoca uma mudança na distribuição da massa corporal sobre os apoios do ante-pé e no retro-pé. Toda a carga do corpo é deslocada para frente e direcionada às articulações dos dedos. Segundo Machado (1999, p.38) a altura ideal de salto a ser usado é de dois centímetros, visto que, a carga do corpo é deslocada para frente e direcionada para as articulações dos dedos.

### 2.4.3 Fatores de Risco que o Design do Calçado pode Evitar

Em seu estudo Monteiro e Moraes (2000) destacam alguns dos problemas que os calçados femininos apresentam devido o design do sapato e que estão apresentados na tabela 3.

**Tabela 3:** Problemas do calçado que o design pode evitar

| <b>Elementos de design</b> | <b>Efeitos no corpo com o uso constante</b>   | <b>Observações</b>  |
|----------------------------|---|---|
| Bico fino                  | Deformação dos dedos e unhas<br>Metatarsalgia e calosidades<br>Joanetes – Halux Valgus  | O ângulo do bico deve acompanhar o formato do pé<br>Não apertar os dedos                        |
| Salto alto                 | Alteração da linha de gravidade corporal<br>O peso do corpo se apoia no ante-pé<br>Acentuar da curvatura da coluna (lordose)<br>Dificulta a circulação sanguínea<br>Desgaste das articulações dos pés e joelhos<br>Metatarsalgia e tendinites | O salto não deve ser muito alto<br>Recomenda-se, com o máximo de 3 a 5 cm para o uso constante. |
| Plataforma                 | Dificulta a circulação sanguínea<br>Desgaste das articulações dos pés e joelhos<br>Favorece a torsões do tornozelo<br>Metatarsalgia e calosidades   | Não é recomendado esse tipo de salto<br>Mesmo baixo pode causar torções                         |

### 2.5 Conforto Psico-Social

O conforto pode ser analisado de diferentes formas, como anteriormente mencionado, dependendo do ângulo pelo qual é observado (ergonômico, térmico, psicológico e sensorial). Quando o estudo é aplicado no âmbito psico-social podemos relacionar este tipo de conforto com uma busca do indivíduo pelo bem estar psicológico e a satisfação pessoal, que em parte está ligada às exigências sociais.

No campo das ciências sociais, a cultura é entendida como um conjunto de valores partilhados por um grupo de indivíduos que apresentam uma ordem e classificação de determinados valores. McCracken (1988) afirma que a cultura contribui para a identidade de comunidade e opera como um conjunto de princípios orientadores que permitam conceber e interpretar o mundo que o cerca.

Quando uma pessoa faz parte de determinado grupo precisa inserir-se nos seus costumes e rituais, além de se adaptar aos seus valores, crenças e imposições. A cultura ocidental atual está diretamente ligada com a estética e o consumo, em que se conferem significados aos objetos que estes não possuem fora do admitido pelo homem (Appadurai, 1990).

Esta busca por fazer parte de um grupo gera no indivíduo necessidades do foro do conforto psicológico, no qual este para sentir-se integrado, adquire objetos que possam comunicar o seu tipo de personalidade ou lhe atribuir valor e *status*. De acordo com Jean Baudrillard, a incapacidade de adquirir os bens socialmente valorizados coloca o indivíduo numa situação de “pauperização psicológica”, na medida em que há um hiato entre a percepção de uma necessidade e a sua satisfação. Baudrillard (1981, p.241) afirma que os significados transmitidos pelos objetos não se apresentam separados, mas sim na relação com os outros.

Baudrillard (1981) descreve o sistema de signos e símbolos que são agregados aos objetos. Para o autor o mundo do consumo é uma cadeia de signos e significados interligados ou independentes que oferecem um modo de socialização entre os indivíduos. A vinculação de significados aos objetos nunca esteve tão consolidada e representada como nos tempos atuais. O consumo tornou-se um sistema simbólico, através do qual a cultura expressa os seus princípios, as categorias, as ideais, os valores, as identidades e os projetos (D’Angelo *apud* Rocha, 2000, p.26). Segundo D’Angelo (2004, p.32) os objetos assumem o papel de transmissor do comportamento do indivíduo perante a sociedade. A importância e o grau do valor alteram-se durante a vida, uma vez que as necessidades e os desejos também se modificam. Mas independentemente das diversas formas que um objeto possa ser utilizado e das simbologias que pode carregar é quase impossível consumir um produto desprovido de significados.

Quando esta análise é direcionada para o segmento da moda nomeadamente no calçado, nota-se que ela apresenta um processo de socialização dos significados. Devido as suas inúmeras fontes de significados e diferentes formas de comunicação a moda acaba apresentando frequentes modificações no que diz respeito à tendência em vestuário e acessórios. Lipovetsky (1986) debate a efemeridade na moda, apresentando as constantes mudanças e valorização da novidade. Para o autor a lógica da moda tem permeado diversas esferas sociais, indo do consumo à difusão de ideias e comportamentos.

A moda tem a capacidade de se comunicar de forma simples, onde significados banais, como o sapato de salto alto podem ganhar contornos mais específicos junto as pessoas que utilizam como ferramenta para criar uma identidade visual própria. Desta forma esta acaba por assumir diversas dimensões individuais uma vez que pode servir como feramente de comunicação, de integração com um grupo, de individualidade, de autoestima e de transformação (D’Angelo, 2004).

O conforto psico-social apoia-se em objetos de consumo que reúnem significados culturais que podem estar evidentes ou escondidos para o consumidor. Independente da maneira pela qual se manifestam os signos e símbolos presentes num produto estes acabam por conceder poder social, já que o consumo ocorre no momento em que o objeto produzido é inserido na sociedade, se tornando um “objeto social” (Da Matta, 1984; D’Angelo, 2004).

Segundo D’Angelo (2004, p.32) os objetos assumem o papel de transmissor do comportamento do indivíduo perante a sociedade. Este comportamento relativo ao calçado deve ser visto à luz do seu simbolismo, nomeadamente do fetiche, do design e emoção com se explora a seguir.

### **2.5.1 Simbolismo do Calçado**

A construção do significado de um símbolo está diretamente ligada a convenções culturais. Para Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton (1999, p.21) “símbolos são capazes de transportar sentimentos e atitudes que possuam uma existência objetiva em situações imediatas externas, e esse desenvolvimento de autoconsciência é geralmente considerado a maior realização da humanidade”. A força criada pelos símbolos possibilita a comunicação através de imagens, objetos, estes muitas vezes escolhidos para representarem o poder da pessoa que o possui. Homens e mulheres podem expressar esse poder de formas diferentes. Enquanto nos homens o poder, em alguns casos, pode estar associado à força, virtude, coragem e bravura; nas mulheres pode representar sedução, feminilidade e fertilidade. Um bom exemplo disso é o calçado de salto alto que muitas vezes está associado ao status, sexo e feminilidade.

Segundo a perspectiva da semiótica, o sapato de salto alto é um símbolo de poder, o qual consegue evocar a devoção para si mesmo. Essa definição pode ser constatada através da análise da evolução história da sociedade, ou através do estudo de mitologias e fábulas (também criadas pelo Homem).

Como mencionado anteriormente neste trabalho, o sapato durante um longo período foi o símbolo de diferenciação entre classes sócias, seja pelo tamanho do bico, da altura do salto ou da cor do mesmo.

Rocha (2008, p.63) destaca que na Roma antiga, o *calceus* (bota utilizada em todas as regiões de Roma) possuía cores diferentes para representar o status das pessoas. O calçado vermelho era

utilizado pelo imperador e seus oficiais, preto e branco por senadores e os tons pastéis e com ornamentos usados pelas mulheres.

O poder do calçado também é eternizado pelas fábulas e mitologia. Danesi, (2008, p.12) destaca que a lenda grega conta que Hermes, o mensageiro dos deuses utilizava um par de sandálias aladas que o permitia voar e desta forma conseguir realizar a sua missão. A Cinderela e o sapato de cristal; Dorothy (Mágico de Oz) e os sapatos de rubi, são fábulas que fazem parte do universo feminino desde a infância e que mostram o poder simbolizado por este objeto, seja na busca da pessoa amada ou o retorno mágico ao lar.

Para O'Keeffe (1996), os sapatos de salto alto permitiram psicologicamente que a mulher fosse colocada em posição de poder e comando. Uma mulher comum torna-se uma torre de sedução, olhando os homens literalmente “de cima para baixo”. Com o tempo o salto passou a estar relacionado com fantasia sexual. Steele (2005 p.19) menciona: “o sapato de salto alto é um símbolo de amor – e também um símbolo de agressão”.

A sensualidade é outro símbolo relacionado ao sapato. Como mencionado anteriormente, o salto tem a capacidade de modificar o corpo feminino, tornando o mesmo mais sensual. A inclinação provocada pelo salto alto no corpo faz com que as nádegas sejam elevadas, além de permitir que os seios sobressaiam, as pernas acabam por ficar mais torneadas devido à força criada nos músculos gerados pela elevação dos pés. O salto também é responsável por modificar o formato dos pés, já que ao incliná-los os deixam com aspecto de serem menores, o que também é considerado sensual.

Essa relação entre o homem e o tamanho dos pés femininos durante alguns séculos foi responsável por severas deformações. Por uma questão cultural e estética as chinesas utilizavam faixas e sapatos extremamente apertados e pequenos com o intuito de diminuir os pés (não deixar crescer), uma vez que para a época a virtude e beleza feminina estavam associados aos pés pequenos. Segundo dados históricos essa tradição teve início durante a dinastia Sung (960-967 AC) inspirada nas concubinas imperiais que eram obrigadas a dançar com os pés enfaixados.

Estes sapatos chamados de Lótus apresentam o formato em cone, que faz lembrar um botão da flor de *Lotus*. Normalmente são fabricados a partir de algodão e seda e são pequenos suficientes para caber na palma da mão. Ao completar três anos a menina tinha seus pés enfaixados por ataduras. Os quatro dedos menores eram dobrados até a sola do pé o que forçava também o calcanhar a deforma-se, aproximando-se dos dedos (fig. 42).



**Figura 42:** Desenho de um pé de lótus.(Fonte: Rossi 2001)

Os Chineses consideravam os pés a parte mais íntima da anatomia feminina. Os padrões estéticos da época definiam que os pés para serem atraentes deveriam possuir entre sete e dez centímetros. Essa tradição gerava deformidade e atrofia dos pés, deixando as mulheres completamente incapazes de se locomoverem sozinhas ou mesmo desenvolver as suas tarefas diárias autonomamente. A tradição cessou no século XX com o final da dinastia imperial e a consolidação de influência da moda ocidental.

Por outro lado a sensualidade associada ao salto alto transformou o sapato num objeto rico em símbolos e fetiche. Segundo Steele (1997, p.108) o pé descalço não guarda segredos, ele é o que é, mas uma vez coberto, torna-se “misterioso” e “proibido”, por isso fascinante.

Na era moderna o salto alto é considerado pelo homem como elemento ou símbolo erótico. Steele (2005, p.25-27) destaca a associação do salto com a imagem da “mulher fálica”, uma imagem ambígua que mistura características “superfemininas”, com características “hiper-masculinas”. Segundo a autora, esta mulher possui o poder de dominar e até “penetrar” seu parceiro macho submisso. O calçado que ela usa possui uma forma delicada, mas também carrega uma arma perigosa. Seferin (2012, p.93) sugere que: “o salto agulha adotado na prática fetichista é um símbolo da mulher rebelde, livre, afirmativa e moderna”.

### **2.5.2 Fetiche**

De acordo com Seferin, (2012 *apud*, Baudrillard, 1981, p.91) “a palavra fetiche tem origem no termo francês *fétiche*, que por sua vez deriva da palavra em português feitiço”. Registos históricos mostram que o termo começou a ser utilizado durante o século XV por mercadores portugueses ao se referirem à adoração africana por amuletos e ídolos.



O fetichismo tem o seu conceito analisado no campo da Antropologia, da Psicologia e da Sociologia.

A antropologia analisa a adoração e o culto atribuído a determinados objetos. Essa propriedade mágica ou divina atribuída a objetos animados ou inanimados poderes dos quais estes não possuem. Um dos principais exemplos deste tipo de adoração está presente na religião católica, no qual imagens de santos são veneradas por fiéis que acreditam que os seus pedidos podem ser atendidos através de milagres.

Para a psicologia, o fetiche tem uma definição erótica, onde o indivíduo sente atração sexual por uma parte do corpo que não apresenta natureza sexual, (cabelos e pés, por exemplo) ou por algum objeto (como sapatos e roupas íntimas). Entre os principais estudos realizados sobre o tema vale destacar os três grandes clássicos: *Psychopathia sexualis*, de Richard von Krafft-Ebing (1886), *Studies in the psychology of sex*, de Havelock Ellis (1933) e *Três ensaios sobre a teoria da sexualidade*, de Sigmund Freud (1905).

Segundo Freud (1972, pg.155), parte do fetiche está relacionada a sensualidade, devido à “supervalorização psicologicamente essencial do objeto sexual, que inevitavelmente se estende a tudo com que ele se associa”. O autor também destaca que “a escolha de um fetiche é um efeito secundário de alguma impressão sexual, recebida, via de regra, na primeira infância”.

A infância é um tema bastante recorrente na análise de Freud. O autor menciona que “O culto fetichista cujo objeto é o pé ou calçado feminino parece tomar o pé como mero símbolo substitutivo do pênis, outrora tão reverenciado e depois perdido”. (1970, p.89). Essa é uma forma de defesa contra a castração, que compreende a substituição de um objeto por outro. “O fetiche é um substituto do pênis da mulher (mãe) em que o menininho outrora acreditou que, por razões que nos são familiares, não deseja abandonar”. (Freud, 1974, p.180).

Octave Mannoni (1969, p.9-33) apresenta a definição “Sei muito bem, mas mesmo assim”, na qual: mesmo sabendo que a mulher é castrada este se comporta como se não soubesse. Segundo o autor, esse comportamento é adotado às vezes na infância e permanece na vida adulta, quando incorpora no objeto-fetiche e começa a se manifestar no comportamento sexual do sujeito.

Para alguns sociólogos a relação socioeconômica gera na sociedade uma cultura fetichista, onde certos objetos agregam uma valorização pessoal e especial ao indivíduo. O consumismo desperta uma “necessidade” por objetos não vitais, pela adoção de estereótipos dos grupos sociais privilegiados, como automóveis, iates, alimentos exóticos e caros.

Karl Max utiliza o conceito de fetiche no sentido original de “feitiço”, para se referir ao duplo aspecto econômico e ideológico que a mercadoria assume na sociedade capitalista. Na sua obra “*O capital*” (1867) ele debate o “fetichismo da mercadoria: seu segredo”. No seu trabalho Marx refere que os objetos assumem um valor elevado ao serem transformados em mercadorias.

“Para encontrar uma analogia, temos que nos deslocar à região nebulosa do mundo da religião. Aqui os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas, que mantêm relações entre si e com os homens. Assim no mundo das mercadorias acontece com os produtos da mão humana”. (Marx, 1999 p. 198-199)

É importante relacionar estas ideias com a forma como o sapato de salto alto representa a “objetificação” nas relações sociais, isto é, nas sociedades capitalistas como refere Marx, tudo se transforma em mercadoria, incluindo as relações interpessoais e sociais. O salto alto representa a mulher como objeto, como mercadoria no mercado erótico e sexual.

Segundo Danesi (1999), ao longo do tempo a imagem do salto alto começou a ser ligada ao ritual de sedução. Este conceito está fortemente estabelecido na sociedade contemporânea. De acordo com a interpretação semiótica, o calçado de salto alto é um fetiche, um signo que evoca a devoção para si mesmo.

### **2.5.3 Design e Emoção**

A emoção tem papel marcante na rotina diária de um indivíduo. Matuana (2001), no seu trabalho, valoriza a importância desta dimensão da seguinte forma:

“É a emoção sob a qual agimos num instante, num domínio operacional, que define o que fazemos naquele momento como uma ação de um tipo particular naquele domínio operacional. Por este motivo, se queremos compreender qualquer atividade humana, devemos atentar para a emoção que define o domínio de ações no qual aquela atividade acontece e, no processo, aprender a ver quais ações são desejadas naquela emoção”. (Maturana, 2001, p.12)

A ligação criada entre o homem e os objetos é uma afeição que pode ser expressa por sentimentos e emoções. Segundo Crilly, Moultrie, Clarkson (2004 p.553) “o afeto é parte da resposta psicológica do consumidor ao conteúdo semiótico do produto”. O sentimento por um objeto pode ser o mesmo que sentido por uma pessoa como admiração, amor e repulsa.

Desmet e Hekkert (2002, p.218) afirmam que as emoções são estados ou respostas afetivas importantes para a experiência com um produto, pois podem criar uma relação direta com um objeto em particular. Diferente das emoções, as outras respostas afetivas não conseguem ser diretamente vinculadas com a experiência proporcionada por um produto.

A qualidade percebida num produto pode estar ligada ao afeto que o objeto desencadeia no indivíduo. Para Seferin, (2012 *apud* Jordan, 2000, p.5) menciona que “quando as pessoas se acostumam a ter algo, logo começam a procurar por algo mais”. O autor desenvolveu uma hierarquia de necessidades do consumidor, no qual o primeiro nível é representado pela funcionalidade, no segundo a usabilidade e no terceiro o prazer. Esta hierarquia ressalta a importância de um objeto apresentar algo a “mais”. No nível do prazer, o objeto cria um vínculo com a pessoa que o possui, mantendo um relacionamento entre ambos. Durante o processo de criação de um objeto, o desafio, no nível do prazer, é compreender os consumidores de uma forma geral, principalmente na percepção do papel amplo que o produto desempenha na vida das pessoas.

No caso do sapato de salto alto, esta falta de hierarquização é difícil de explicar pois muitas vezes, em determinadas situações, é verificado que o conforto psico-social atribuído ao prazer concedido pelo poder simbólico no calçado é preferido em detrimento da sua funcionalidade. Isto talvez venha mais de acordo com as pesquisas de Jordan (2000) sobre o prazer, onde este tenta compreender o relacionamento entre as pessoas e os produtos. Neste contexto do prazer com o produto o autor encontrou três tipos de benefícios: o prático: relacionado com as tarefas desempenhadas pelos produtos e suas funções práticas; o emocional: relacionado à alteração de humor positiva das pessoas devido ao uso dos produtos, a satisfação; o hedônico: associado ao prazer sensorial e estético ao uso do produto, onde poderemos inserir o uso do calçado de salto alto.

A relação entre emoção e prazer é apresentada por Damásio (2001, p.106) como similar à relação entre prazer e dor: mesmo estando intimamente relacionadas à emoção, não são emoção. Para o autor a dor é a percepção da representação sensorial e uma disfunção local em tecido vivo. Está associada a emoções negativas como angústia, medo e tristeza que correspondem um estado de sofrimento. Já o prazer está ligado a questões de desequilíbrio as quais levam a uma busca que resultara em uma realização ou recompensa. Além de associado a uma circunstância de alívio ou suspensão de um estado de dor que pode ocasionar o surgimento de prazer e emoções positivas.

Tiger (1992, p.53-59) classifica o prazer no design de produtos de quatro diferentes maneiras: “físio-prazer”: associado aos prazeres sensoriais, com destaque para o tato e o olfato no contexto do uso do produto. Desta forma o conforto pode estar associado a este prazer; “sócio-prazer”: provém do

prazer originado do relacionamento com outras pessoas, grupos sociais, produtos que podem facilitar as interações sociais do indivíduo; “psico-prazer”: envolve as relações emocionais e cognitivas das pessoas associadas ao uso de produtos, satisfação emocional; “ideo-prazer”: prazer ligados aos valores que a estética de um produto atrai e que são compatíveis com os valores do indivíduo. Esta classificação reconhece que a manifestação, ou a sensação, do prazer ocorre de modo mais complexo, geralmente incluindo vários tipos de prazer em um mesmo evento.

Quando aplicada esta classificação para o universo do calçado pode-se identificar o comportamento feminino em relação a este acessório. Alguns modelos de calçado, como as “sabinas”, por exemplo, conseguem manifestar em suas consumidoras um sentimento de “físio prazer”, por serem sapatos confortáveis e de fácil adaptação aos pés. Enquanto por outro lado calçados como os *escarpins*, normalmente conhecidos por se tratar de um sapato que provoca desconforto aos pés, são em muitos casos “idolatrados” por mulheres ao utiliza-lo sente-se mais sexy e feminina, criando desta forma uma ligação de “psicoprazer” com o produto.

#### **2.5.4 Experiência Afetiva com o Produto (de calçado)**

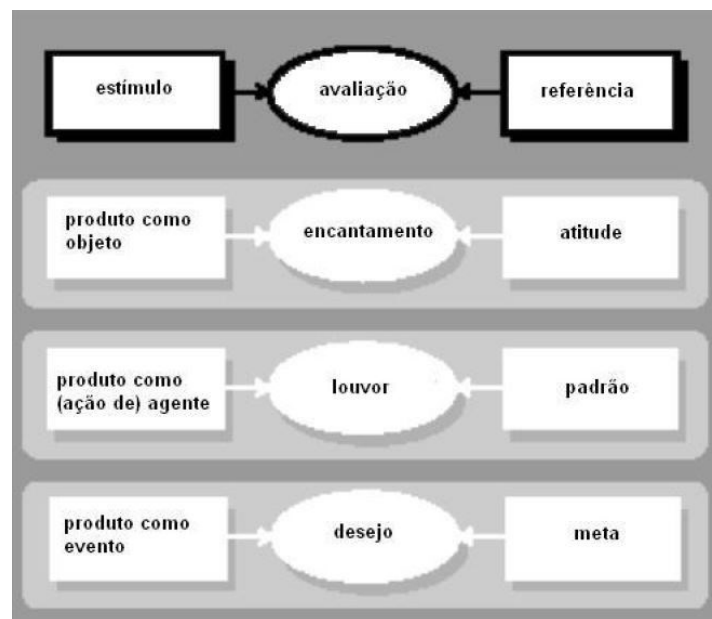
Norman (2008, p.45) apresenta a análise de três categorias de processamento do cérebro. O primeiro em destaque é o nível visceral: parte responsável pelos impulsos automáticos, onde realizasse pensamentos de caráter rápidos; o nível comportamental: relativo à parte do cérebro que comanda as atividades realizadas diariamente e o nível reflexivo: relacionado à parte do cérebro correspondente a “meditação”. Os três níveis interagem entre si, cada um modulando o outro, não impedindo que um nível possa aperfeiçoar ou inibir a ação de outro.

“O nível comportamental é onde se localiza a maior parte do comportamento humano. Suas ações podem ser aperfeiçoadas ou inibidas pela camada reflexiva e, por sua vez, ela pode aperfeiçoar ou inibir a camada visceral. A camada mais alta é a do pensamento reflexivo. Observe que ela não tem acesso direto nem às informações sensoriais nem ao controle do comportamento. Em vez disso, ela observa, reflete sobre o nível comportamental e tenta influenciá-lo”. (Norman, 2008, p.42)

O conhecimento apresentado por Norman pode ser aplicado no design com o objetivo de desenvolver e ressaltar determinadas características que se busca agregar ao produto. Desta forma o nível visceral que acontece antes do pensamento, seria a primeira impressão que o indivíduo teria em relação ao produto, seja pela aparência, pelo toque ou as sensações geradas por este. O nível comportamental, responsável pela experiência e as sensações físicas, seria efetivada pelo uso, o

desempenho e as funcionalidades apresentadas pelo produto ao serem utilizado pelo indivíduo. Já no nível reflexivo apresenta a percepção de consciência e emoções do indivíduo, desta forma o produto vai construir uma autoimagem gerando satisfação pessoal e despertando recordações no usuário. Este nível é influenciado pela cultura e experiência de vida de cada pessoa.

Desmet e Hekkert (2002, p.62-66) sugerem que os produtos podem agir de três maneiras diferentes a estímulos emocionais apresentando-se como: o produto como objeto, o produto como um agente e o produto como evento (fig. 43).



**Figura 43:** Modelo das emoções com produtos. (Fonte: Desmet e Hekkert, 2002, p.62)

O produto objeto tem a sua imagem relacionada com o seu apelo e o seu interesse é revelado em três estilos de indivíduos:

- Atitude estética: pessoas que costumam escolher um determinado produto ao seu próprio gosto. “Vou comprar aquela Sabrina que achei bonita”;

- Atitude de relacionamento: demonstram algum laço sentimental com outras pessoas e desta forma acabam por escolher um produto por este lembrar alguém “Adoro estas botas, pois me lembram do dia em que conheci meu marido”;

- Atitude social: pessoas com gosto coletivos a um grupo “Gosto de *stiletos* porque são elegantes”

Desmet e Hekkert (2002, p.65) propõem também que os produtos podem ser vistos como agentes que causam ou contribuem para eventos. Na visão social os produtos são percebidos como

louváveis quando comparados com as normas, crenças e preferências pessoais. Dessa maneira, o produto como agente pode ser louvável em normas sociais e normas de design. As normas sociais são caracterizadas por apresentar a percepção coletiva frente a um produto, como por exemplo os sapatos *escarpim* serem considerados um modelo clássico cujo design está relacionado com refinamento e a elegância. Já as normas de design estão ligadas à originalidade ou no desenho de um produto. Nesta segunda classificação quando direcionada para a categoria do calçado, pode-se exemplificar com o caso de mulheres que buscam sempre por sapatos que tenham design original, pois não querem possuir modelos iguais aos de outras pessoas.

Quando o produto é relacionado com eventos tem as suas emoções resultantes da “inclinação” dos indivíduos a antecipar o uso futuro ao da posse do produto, uma vez que este foi visto. O uso ou posse torna o evento e as consequências previstas, causam emoções. (Desmet; Hekkert, 2002 p. 66). Neste nível o desejo do indivíduo é “ser atraente”: caracteriza o desejo de ser apreciado esteticamente; “ter diversão”: possuir atributos dos quais garantam que a qualidade da diversão e prazer do momento vivido não seja comprometida pelo uso do produto; “ser o primeiro”: conseguir prever antes do grupo social a chegada de um novo produto.

Quando esta análise é direcionada para o segmento do calçado nota-se que a escolha do modelo de sapato provavelmente estará ligado a alguns dos níveis de desejo individual seja quando uma mulher opta por sandália de salto agulha, pois sabe que com eles aparentará ser sexy e sedutora, e conseqüentemente tem seu desejo por “ser atraente” atendido, ou escolher usar tênis para fazer um passeio no parque e assim conseguir “ter diversão” levando um calçado confortável.

Conforme Desmet e Hekkert (2002) argumentam, a ligação entre um indivíduo e o produto pode surgir por diversos motivos. Na moda esta conexão se dá muito além da relação tátil e da percepção visual do usuário, no momento em que impõe o estilo pessoal perante as outras pessoas. No caso particular do calçado, isso é ainda mais evidente porque o sapato consegue comunicar a quem observa o tipo de personalidade da mulher que o calça.

O estilo da sociedade capitalista atual, no qual a moda muitas vezes determina o que a mulher deve vestir e calçar influencia fortemente o seu comportamento. Para conseguirem ser aceitas ou se integrarem nos padrões pré-definidos, estas acabam psicologicamente adaptando o seu gosto pessoal ao que é “socialmente” esperado dela. É o caso da imagem de mulher forte e determinada que muitas vezes utiliza ferramentas como o salto alto, por exemplo, para transmitir essa mensagem de poder socialmente conferido por este produto.

## **CAPÍTULO 3**

# **Desenvolvimento do Trabalho Empírico**

“Não sei quem inventou o salto alto, mas todas as mulheres devem muito a esta pessoa”.

Marilyn Monroe.





### **3. Metodologia do Trabalho**

Durante o processo de construção de uma investigação científica a metodologia é utilizada como base de sustentação para se alcançar os objetivos pré-estabelecidos, conseguindo desta forma, apurar a compreensão do tema pesquisado. Segundo Prodanov (2006, p.17) a metodologia científica institui uma série de regras, através das quais os conhecimentos devem ser obtidos. Desta forma este capítulo pretende expor o conjunto de técnicas e processos aplicados durante a presente pesquisa para que se consiga obter uma melhor análise do tema aqui pesquisado. Para melhor compreensão neste capítulo serão justificadas e fundamentadas as metodologias utilizadas durante o processo de construção deste estudo.

De acordo com Bunge (1983) uma pesquisa é reunião e a compreensão de dados, sejam estes primários ou secundários. As fontes primárias são aquelas que contemplam os dados produzidos durante a procura, enquanto as secundárias são interpretações baseadas em outras fontes, recolhidas em outro momento e com outro propósito (Bell 2008, Prodanov 2006).

#### **3.1 Pesquisa Exploratória**

Este estudo compreende duas fases: uma exploratória e outra descritiva. Indo ao encontro de efetivar o objetivo central desta pesquisa, foram utilizados dois tipos de levantamento de dados. Desta forma é possível verificar que a fase exploratória compreende a recolha de dados secundários já existentes sobre o tema, enquanto a fase descritiva deriva do recolhimento e análise de dados primários.

O primeiro contato com o tema escolhido deu-se através da pesquisa exploratória, onde se obteve uma maior familiaridade com o conteúdo proporcionando uma maior compreensão do universo no qual o assunto está inserido, bem como a descoberta de ideias e pensamentos de outros autores sobre a temática. Este tipo de método facilita a compreensão do problema da pesquisa tornando-o mais explícito e susceptível a ser investigado. Este tipo de investigação pode ser realizado por levantamento bibliográfico, documentais e estatísticos (Gil, 2002; Mattar, 2005, Santos apud Révillion, 2003, P.23).

A pesquisa exploratória do estudo refere-se ao capítulo do Enquadramento Teórico que se baseia em fontes secundárias, livros e artigos, dos seguintes temas: o Calçado, o Conforto, a Anatomia do pé, a Antropometria, a Biomecânica, o Design Emocional, o Simbolismo, o Fetiche, etc.

Para complementar a pesquisa exploratória geralmente é utilizada a investigação descritiva que tem como aspecto principal, conseguir determinar as características da população que se estuda, bem como o estabelecimento de relações entre variáveis; ambos podendo resultar em dados quantitativos (Gil, 2002; Mattar, 2005). As características dos grupos, a relação entre as variáveis, bem como a estimativa de proporções de determinada característica do grupo apresenta-se ao serem recolhidos os dados primários da pesquisa (Mattar, 2005).

A recolha dos dados primários é realizado por meio de uma pesquisa de campo. O procedimento mais apropriado para o levantamento destas informações é o questionário. Mattar (2005) lembra que apesar do inconveniente de depender da sinceridade e disponibilidade em responder as questões, o questionário é a forma mais fácil e eficiente em obter a grande maioria dos dados.

É importante destacar que a pesquisa de campo de uma investigação pode apresentar duas naturezas distintas: quantitativa e qualitativa. Segundo Campomar (2006) a pesquisa qualitativa busca conhecer os aspectos subjetivos das razões e emoções ocultos. Esta busca descobrir resultados ou conceitos intangíveis que não relacionados a números.

A pesquisa quantitativa pretende dimensionar as emoções, sensações, hábitos e atitudes de uma amostra de pessoas.

No presente trabalho foi utilizada uma pesquisa quantitativa, que busca levantar dados primários e gerar conteúdo descritivo. A coleta de dados foi realizada através da aplicação de inquéritos por questionário que posteriormente foram analisados, dando origem a um resultado.

### **3.1.1 Definição da Amostra**

Quando se inicia uma investigação é necessário, em geral, retirar uma amostra do universo que se pretende estudar e desta forma realizar uma pesquisa por amostragem, na qual o investigador tem que ter a consciência de que uma pesquisa dificilmente conseguirá obter a resposta da totalidade de uma população (Selbach, 2005). Uma pesquisa pode apresentar dois tipos diferentes de amostragem. O primeiro tipo manifesta-se de modo probabilístico, no qual existe uma escolha dos indivíduos que vão compor a amostra da pesquisa. A segunda ocorre de modo não probabilístico no qual a composição da amostra é feita após o pesquisador escolher as pessoas que farão parte desta amostra.

Na investigação realizada para o presente trabalho foi utilizada uma amostra não probabilística empregando o procedimento acidental, no qual os elementos da amostra são escolhidos por acaso, com pessoas que estão dispostas a participar na pesquisa.

Para a aplicação de uma pesquisa por amostragem torna-se necessário verificar três importantes etapas. A primeira é preciso identificar quem deve fazer parte desta amostra. O segundo delimitar quantas pessoas deve fazer da pesquisa, ou seja, o tamanho da amostra. O terceiro é estabelecer como devem ser escolhidas as pessoas que farão parte do grupo a ser pesquisado.

### **3.1.2. Universo da Pesquisa**

Sabendo que esta investigação pretende compreender o fascínio e o “poder” evocado pelo calçado feminino de salto alto, buscou-se conseguir estudar um grupo amplo de diferentes idades, nacionalidade e classes sociais que possuíssem em comum algum tipo de envolvimento com o calçado.

Após várias reflexões, preferiu-se a escolha de uma população não delimitada em apenas um grupo social e de gênero. Desta forma a pesquisa acabou por ser destinada a dois perfis de públicos diferentes: o feminino, consumidoras deste tipo de acessório; bem como o masculino, que apreciam e tem algum tipo de interesse neste objeto.

### **3.1.3. Seleção da Amostra**

Mesmo sabendo das limitações da técnica de pesquisa por amostragem não probabilística, esta foi a opção escolhida para aplicar durante este estudo por apresentar rápida resposta.

O variável sexo foi importante para delimitar qual o questionário que o inquerido deveria responder, uma vez que foram criadas duas versões de inquéritos, uma apenas para o público feminino e outra para o masculino. Esta divisão de gêneros permitiu identificar a forma com a qual cada grupo se relaciona com calçado feminino de salto alto.

Desta forma, a seleção da amostra foi realizada sobre a parte do universo que esteve prontamente acessível, durante o período em que foi realizada a pesquisa.

### **3.2 Instrumento de Investigação**

Segundo Kotler (2007, p.91) o inquérito que utiliza a técnica de interrogar o público através de um questionário é o método mais apropriado para recolha de dados primários, além de ser a abordagem que melhor se enquadra para obtenção de informações descritivas. Com base nisto conclui-se que o instrumento mais adequado para este estudo é o inquérito.

O uso de um questionário, no qual o inquirido responde com a própria mão às perguntas que lhe são apresentadas, mostra-se especialmente positivo, pois é possível obter informações a respeito do que o consumidor considera através das questões levantadas.

Dantas (1997, p.24) explica que existem preceitos práticos para a concepção de um questionário. As perguntas devem ser construídas de forma objetiva e clara, além de se apresentarem de forma articulada e com uma sequência lógica de assuntos e temas. Também se recomenda que o questionário seja iniciado com um texto introdutório antes das questões, explicando do que se trata a pesquisa, quais a sua finalidade o tempo de preenchimento e de que se trata de informações confidenciais.

Com base nestas informações durante a elaboração dos inquéritos para este trabalho procurou-se construir perguntas claras e curtas de fácil resposta. A introdução do questionário apresenta um breve texto explicando que se trata de uma pesquisa acadêmica de mestrado da Universidade do Minho, bem como sobre o tema da pesquisa. O texto explica ainda que o tempo estimado para responder ao questionário é de 7 minutos e que todas as informações recolhidas são dados sigilosos e anónimos. Como mencionado anteriormente à pesquisa foi dividida em dois inquéritos, o primeiro destinado ao público feminino e o segundo para o público masculino.

#### **3.2.1 Pré-teste do Questionário**

Antes de disponibilizar o inquérito online, foi realizado um pré-teste com o objetivo de levantar observações ou dúvidas sobre o questionário, além de servir para verificar a clareza das questões apresentadas. O pré-teste foi realizado em duas etapas. A primeira foi referente ao inquérito voltado ao público feminino que foi aplicado aos alunos de uma turma de licenciatura em Design e Marketing de Moda da Universidade do Minho, que contava com uma amostra de 27 pessoas.

Foi realizada uma apresentação antes da aplicação do pré-teste informando que se de um questionário para uma pesquisa de mestrado e que caso houvesse dúvidas ou observações poderiam ser anotadas no questionário em papel, ou discutidas diretamente com a investigadora.

A segunda etapa compreendeu a pesquisa destinada ao público masculino. O questionário foi aplicado em professores que compõem o corpo docente da Universidade do Minho.

Após esta aplicação foram analisadas as observações e verificado a necessidade de realizar pequenos ajustes e assim obter a versão final do inquérito.

### **3.3 Questionário Final**

A construção do questionário levou em consideração os objetivos pré-definidos no início da investigação, assim como o levantamento feito durante a revisão bibliográfica e as opiniões e sugestão obtidas no pré-teste.

Os questionários foram divididos em partes que abordam assuntos gerais como a caracterização sócia demográfica da amostra e outros mais específicos sobre o tema do estudo.

A seguir serão apresentadas as partes que compõe o inquérito para o público feminino, o método como as perguntas foram dispostas e o objetivo de cada questão. Na sequência serão analisadas as questões do inquérito para o público masculino, se bem que a primeira parte do inquérito é comum às duas versões.

#### **3.3.1 Questionário Feminino**

O inquérito foi composto de vinte oito questões apresentada da presente forma:

A primeira parte é constituída por sete questões (três abertas e quatro fechadas), que buscam caracterizar a amostra de forma a perceber quem compõem o público-alvo. Elas são perguntas sobre dados sociodemográficos: idade, nacionalidade, escolaridade, situação profissional, atividade profissional e grau de envolvimento com a moda.

A pergunta número 3 é uma questão fechada de resposta única, referente ao grau de escolaridade que foi dividido em: Básico (até 9º ano); Secundário (até o 12º ano); Ensino superior, Pós-graduação; Outros.

#### **3. Escolaridade:**

- Básico (até o 9º ano)
- Secundário (até 12º ano)
- Ensino Superior
- Pós-graduação
- Outro (Por favor, especifique).

A pergunta 4 é uma questão fechada de resposta única que questiona “Situação profissional” esta questão pretende, junto com as outras três perguntas anteriores, saber qual o grupo que o inquirido faz parte. As opções de respostas foram divididas em: Empregado; Estudante; Desempregado; Reformado; Outros.

**4. Situação profissional:**

- Empregado
- Estudante
- Desempregado
- Reformado
- Outro (Por favor, especifique).

A pergunta 5 é uma questão fechada que busca descobrir se o inquirido trabalha ou não em áreas que tenham a ver com a moda.

**5. Trabalha na área da moda?**

- Sim
- Não

A pergunta 6 é uma questão aberta, na qual quem respondeu que sim a questão anterior deveria indicar em que atividade relacionada com a moda o inquirido trabalhava.

**6. Se respondeu sim, por favor, indique em que atividade:**

A pergunta 7 é uma questão fechada de resposta única, que questiona “Como avalia seu o grau de envolvimento com a moda”. Esta questão pretendia perceber qual o grau de envolvimento do

inquirido com a moda. As opções de resposta foram divididas em: Sou pioneiro na moda; Sigo moda; Sigo pouco a moda; A moda não é importante na minha vida; Sou anti-moda.

**7. Como avalia seu grau de envolvimento com a moda:**

- Sou pioneiro na moda
- Sigo a moda
- Sigo pouco a moda
- A moda não é importante na minha vida
- Sou anti-moda

A segunda parte do inquérito pretende descobrir o hábito de consumo desta amostra e os critérios utilizados no momento da compra. Esta parte é composta por três perguntas (fechadas) de resposta única.

A pergunta 8 questiona o planeamento da compra de calçado esta questão pretende descobrir qual o hábito de consumo do calçado.

**8. Planeia a sua compra de calçado?**

- Sim, sempre
- Quase sempre planeio a compra, mas por vezes compro por impulso.
- Compro por impulso
- Outro (Por favor, especifique)

A questão 9 pergunta sobre o critério utilizado para comprar calçado. As opções de respostas estão divididas em: Conforto; Design; Preços; Outros.

**9. Quais os dois critérios que utiliza para comprar calçado?**

- Conforto
- Design
- Preço
- Outro (Por favor, especifique).

A pergunta 10 interroga sobre quantos pares de sapatos que a inquirida possui, numa tentativa de dimensionar a quantidade de calçado que cada mulher possui e desta forma compreender o grau de relevância que este acessório tem para cada uma das pesquisadas.

**10. Quantos pares de sapatos possui?**

- Menos de 5 pares
- 5 a 10 pares
- 11 a 20 pares
- Mais de 20 pares

A terceira parte do inquérito pretende descobrir a relação entre os consumidores com os diferentes tipos de calçados. Saber quais os modelos mais utilizados e quais efetivamente gostaria de utilizar.

Esta parte é composta por duas perguntas e possui uma tabela (figura 52) com 16 imagens de diferentes modelos de calçado, classificados por altura e tipologia de salto (os mais comuns ou clássicos), que facilita a inquirida a responder.

|                         |  |  |   |  |
|-------------------------|--|--|---|--|
| Salto Raso de até 2 cm  | <br>A | <br>B | <br>C | <br>D |
| Salto baixo de até 4 cm | <br>E | <br>F | <br>G | <br>H |
| Salto médio de até 6 cm | <br>I | <br>J | <br>K | <br>L |
| Salto alto mais de 7 cm | <br>M | <br>N | <br>O | <br>P |

**Figura 44:** Tabela do inquérito feminino com a tipologia de calçado organizado por altura e tipologia de salto

A pergunta 11 é uma questão aberta que pede para indicar o tipo de sapato que mais costuma usar.



**11. Qual o tipo de sapato que mais costuma usar? (Assinale a letra correspondente):**

A pergunta 12 é uma questão aberta que pede para indicar qual o tipo de calçado que “gostaria” de usar mais.

**12. Qual o tipo de sapato que gostaria de usar mais? (Assinale a letra correspondente):**

A quarta parte do inquérito diz respeito ao comportamento das reais consumidoras de salto alto, o grau de envolvimento com este acessório e as influências no qual estão sujeitas. Esta parte é composta por seis perguntas fechadas, de resposta única (pergunta 13;16;17e 18) ou múltipla escolha (perguntas 14 e 15).

A pergunta 13 interroga sobre o uso de sapato de salto alto, tem o intuito de analisar a percentagem da amostra que usa salto alto. Nesta questão o inquirido é instruído para passar a questão 17 caso tenha respondido não.

**13. Costuma usar salto alto (superior a 5 cm)?**

- Sim
- Não (passar à questão 17)

A questão 14 é direcionada às inquiridas que responderam sim a questão 13. Busca descobrir o motivo que o leva a utiliza o salto alto. As opções de resposta foram divididas em: Motivos Profissionais, Elegância na Postura, Motivos Sociais, Estilo Pessoal, Tendência de Moda, Vaidade e Outros.

**14. Se respondeu sim, porque usa salto alto? (No máximo 3 opções)**

- Motivos Profissionais
- Elegância na Postura Criada Pelo Salto
- Motivos Sociais
- Estilo Pessoal
- Tendência de Moda
- Vaidade
- Outra (Por favor, especifique).

A questão 15 também direcionada a quem respondeu de forma afirmativa a questão 13, pretende descobrir o “quê” ou “quem” mais influência no uso ou compra de salto alto. As opções de respostas foram divididas em: Moda, Amigos, Marido/Companheiro, Exigência Sociais, Gosto Pessoal e outros.

**15. Se respondeu sim, o “quê” ou “quem” à influência no uso de salto alto? (No máximo 3 opções)**

- Moda
- Amigos/(as)
- Marido/ Companheiro
- Exigências Sociais
- Gosto Pessoal
- Outra (Por favor, especifique)

A questão 16 é direcionada às pessoas que responderam de forma positiva a questão número 13. Ela busca descobrir a frequência com que o sapato de salto é utilizado. As opções de respostas foram divididas em grupos de horas que podem ir desde um horário completo de trabalho até breves períodos lazer. Assim foram divididas em: Mais de 8 horas diárias 4 horas diárias, nunca mais de 2 horas diárias e outros.

**16. Se respondeu sim, com que frequência utiliza salto?**

- Mais de 8 horas diárias
- 8 horas diárias
- 4 horas diárias
- Nunca mais do que 2 horas diárias
- Outra (Por favor, especifique).

A questão 17 é uma pergunta que procura explorar as ocasiões em que a inquirida usa o salto alto. As opções de respostas estão divididas em: Diariamente, Em eventos sociais, No trabalho, e outros.

**17. Em que ocasiões usa sapato de salto alto?**

- Diariamente (sete dias da semana)

- Diariamente (No trabalho)
- Em eventos sociais
- Outro (Por favor, especifique).

A questão 18 é uma pergunta que embora fechada pretende averiguar qual a quantidade de mulheres que de alguma forma se sentem pressionadas para usar salto.

**18. Sente-se socialmente pressionada a usar salto alto?**

- Sim
- Não

A quinta parte está relacionada com características de conforto e usabilidade do calçado, recolhe informações sobre os pés das consumidoras e sobre a sua relação de conforto com o calçado. Pretende-se descobrir quais os problemas que costumam ocorrer com mais frequência e qual o modelo que causa maiores danos. Esta parte é composta por sete perguntas.

A pergunta 19 é uma questão fechada de resposta única que busca identificar qual o tipo de pé da inquirida. Esta questão tem o auxílio de uma figura (fig.53) que mostra os três diferentes tipos de classificação dos pés.



**\*19. Qual seu tipo de pé?**

- 1 - Pé Grego
- 2 - Pé Quadrado
- 3 - Pé Egípcio

**Figura 45:** Imagem disponibilizada no inquérito feminino, com a classificação dos tipos de pés

A questão 20 é uma questão fechada de resposta múltipla que pretende explorar quais os tipos de problema mais frequente nos pés das inquiridas. As respostas estão divididas em: Calo, Joanete, Deformação nos dedos, Unha encravada, Pé chato, Não tenho qualquer destes problemas e Outros.

**20. Possui algum tipo de problema nos pés?**

- Calo
- Joanete
- Deformação nos dedos
- Unha encravada
- Pé chato
- Não tenho qualquer destes problemas
- Outro (Por favor, especifique).

A questão 21 é uma pergunta fechada que questiona se já teve ou não dores ao usar salto.

**21. Já teve dores ao usar salto?**

- Sim
- Não

A questão 22 é uma pergunta aberta direcionada para pessoas que responderam sim na questão anterior. Esta questão pretende saber se existe algum modelo de calçado que provoque mais dor. É indicado que utilize a tabela de imagens de tipo de calçado (figura 44) que se encontra no inquérito.

**22. Se sim, em que tipo de calçado? (Assinale com a letra correspondente do quadro de calçado anterior)**

A questão 23 é uma pergunta fechada que indaga se tolera bem as dores provocadas pelo calçado.

**23. Tolerar bem as dores provocadas pelo calçado?**

- Sim
- Não

A questão 24 é uma pergunta aberta que questiona qual o tipo de calçado mais provoca desconforto. Assim como em questões anteriores é indicado utilizar a tabela de imagem (figura 44) que se encontra no inquérito.

**24. Qual tipo de calçado lhe provoca mais desconforto?(Assinale com a letra correspondente do quadro de calçado anterior)**

Esta sexta e última parte do inquérito procura descobrir a percepção psicológica da inquirida em relação ao salto alto. Esta parte é composta por três perguntas fechadas.

A questão 25 é uma pergunta de resposta múltipla que questiona o que significa o salto alto para o inquirido. A pergunta conta com as seguintes afirmações: Desconforto e sacrifício; Determinação da moda, portanto precisamos seguir; Poder e sedução; Beleza e feminilidade; outros.

**25. O que significa o salto alto para si?**

- Desconforto e sacrifício
- Determinação da moda, portanto precisamos seguir.
- Poder e sedução
- Beleza e feminilidade
- Outro (Por favor, especifique)

A questão 26 é uma pergunta de resposta múltipla que questiona como o inquirido se sente ao usar salto alto. A pergunta conta com as seguintes afirmações: “Especial e poderosa”; “Mais femininas”; “Normal, não percebe nem pretende nada diferente”; “Limitada, não tem a mesma agilidade e liberdade”; “Não uso”; “Outros”.

**26. Como se sente ao usar salto alto?**

- Especial, poderosa
- Mais feminina
- Normal, não percebe nem pretende nada diferente.
- Limitada, não tem a mesma agilidade e liberdade.
- Não uso
- Outro (Por favor, especifique).

A questão 27 é uma pergunta de escala que apresenta ao inquirido uma série de frases de pessoas famosas relacionadas com o sapato de salto alto. Na questão é pedido para que se escolha o nível de concordância com cada uma das afirmações.

**27. Assinale com um X a forma como se sente em relação às seguintes frases:**

|   | Concordo Plenamente      | Concordo Bastante        | Concordo                 | Concordo Pouco           | Discordo Plenamente      | Sem Opinião              |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| “Não sei quem inventou o salto alto, mas todas as mulheres devem muito a esta pessoa”. ( Marilyn Monroe)  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| “Os sapatos transformam a tua linguagem corporal e a tua atitude. Levanta-te física e emocionalmente”. (Christian Louboutin)  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| “Se o seu acompanhante é mais baixo que seu sapato mais alto, dispense o sujeito hoje mesmo. Um par de Manolos dura à vida toda, e não vale a pena abrir mão do estilo em nome do amor”. ( Camila Morton) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| “Um bom salto alto é como um carro esporte ou uma obra de arte divina: Você não precisa dele, mas cobiça com todas as suas forças, idolatra e simplesmente tem que ter”. ( Veronica Webb)                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| “Uma mulher com bons sapatos nunca é feia”. (Coco Chanel)   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

A questão 28 que finaliza o questionário apresenta um espaço aberto no qual o inquerido pode fazer os mais diversos comentários sobre o tema calçado. Esta questão busca obter mais informações sobre as opiniões e julgamentos sobre a problemática abordada. E termina agradecendo pela colaboração prestada.

**28. Sinta-se livre para usar o espaço abaixo e escrever qualquer comentário que ache interessante sobre o tema.**



### 3.3.2 Questionário Masculino

Este inquérito continua a ter como foco o calçado feminino, mas é agora destinado a um público-alvo masculino, com o objetivo de explorar a preceção masculina sobre a problemática em estudo. Este é composto por vinte e uma questões apresentada da presente forma:

A primeira parte é comum ao inquérito feminino (atrás apresentado, ver pág.64) e pretende fazer a caracterização sociodemográfica da amostra. É constituído por sete questões (três abertas e quatro fechadas), que recaem sobre: idade, nacionalidade, escolaridade, situação profissional, grau de envolvimento com a moda e atividade profissional.

A segunda parte deste inquérito à semelhança do anterior. Pretende descobrir os hábitos de consumo desta amostra masculina e os critérios utilizados no momento da compra. Esta parte é composta por três perguntas. Tem como objetivo perceber qual o grau de envolvimento do público masculino com o seu próprio calçado, que poderá ser um reflexo sobre a forma como olham para o calçado feminino. Esta parte é composta pelas mesmas três perguntas apresentadas no inquérito feminino, tendo como única diferença na pergunta 10 (que diminui à quantidade de pares de sapatos que seriam possuídos pelos homens).

A pergunta 10 é uma questão fechada de resposta única, que questiona “quantos sapatos possui”. Esta questão busca dimensionar o número de calçados que cada inquirido possui e desta forma compreender o grau de relevância que este acessório tem para cada um dos pesquisado.

#### 10. Quantos pares de sapatos possui?

- 2 pares
- Até 5 pares
- Mais de 5 pares
- Outra (Por favor, especifique).

Terceira parte do inquérito pretende descobrir a percepção dos homens relativamente ao calçados femininos de salto alto. Qual sua relação com esse acessório e o que lhes poderá atrair nele. Esta parte é composta por 11 questões.

A questão 11 pergunta ao inquirido se ele gosta ou não mulheres que usam salto alto.

#### 11. Gostas de mulheres de salto alto?

- Sim
- Não

A questão 12 pergunta que tenta perceber se o indivíduo acompanha e de alguma forma influência o público feminino nas suas compras de calçado perguntando se “Já esteve na situação de dar sua opinião a mulheres acerca da compra de calçados”.

**12. Já esteve na situação de dar a sua opinião a mulheres acerca da compra de calçado?**

- Sim
- Não

A questão 13 é uma pergunta de resposta múltipla direcionada ao inquirido que respondeu positivamente a questão anterior. Ela questiona quais os critérios utilizados quando o inquirido dá sua opinião sobre o calçado.

**13. Se respondeu sim, quais os critérios com que avalia quando dá a sua opinião sobre o calçado?**

- Design do calçado (beleza, originalidade)
- Qualidade do material
- Altura do salto
- Elegância no pé
- Conforto (que não magoe, nem custe a andar)
- Discrição (simplicidade) do calçado
- Outra (Por favor, especifique).

A questão 14 é uma pergunta aberta que busca descobrir qual tipo de calçados os que homens mais gostam de ver nos pés femininos. Para auxiliara na resposta foi utilizada uma tabela com 8 imagens (figura 46).

**14. Qual o tipo de calçado que mais gosta de ver num pé feminino? (Assinale com a letra correspondente)**





**Figura 46:** Tabela do inquérito masculino com tipologia de calçado feminino variado

A questão 15 é uma pergunta de resposta múltipla que busca descobrir o que atrai mais nas pernas e pés femininos.

**15. O que o atrai mais na perna/pé feminino? (No máximo 3 opções)**

- Tornozelo
- Barriga da Perna (Pantorrilha)
- Dedos
- Peito do pé
- O tamanho do pé (pequeno)
- Unhas coloridas
- Perna/coxa longa e esguia
- Perna/coxa curta e torneada
- Pé largo
- Pé estreito
- Outra (Por favor, especifique)

A questão 16 é uma pergunta de resposta múltipla que busca descobrir o que mais atrai ao ver uma mulher de salto.

**16. O que o atrai ao ver uma mulher de salto? (No máximo 2 opções)**

- Alteração da postura corporal
- Delicadeza no movimento
- Sedução e o poder
- Elegância na postura
- Outra (Por favor, especifique)

A questão 17 é uma questão de resposta múltipla que busca a opinião do inquirido sobre “como as mulheres se sentem ao usarem salto alto”.

**17. Como acha que as mulheres se sentem ao usarem salto alto? (No máximo 2 opções)**

- Sedutoras
- Poderosas
- Mais Femininas
- Superiores
- Outra (Por favor, especifique)

A questão 18 é uma pergunta de resposta múltipla a qual questiona quais as alterações posturais geradas pelo uso de salto alto mais apreciadas pelos inquiridos.

**18. Nas alterações posturais da mulher com o salto, o que mais aprecia? (No máximo 2 opções)**

- Barriga da perna (Pantorrilha) mais torneada
- Projeção dos seios
- A ilusão de um pé menor (Cinderela)
- Ilusão de uma perna mais longa e esguia
- Elevação dos glúteos
- A locomoção mais controlada
- Outra (Por favor, especifique)


A questão 19 é uma pergunta de resposta única que especula se o indivíduo acha que deveria haver uma versão de salto alto para o calçado masculino, pedindo para comentar na questão 20.

**19. Acha que deveria haver uma versão de salto alto para o calçado masculino?**

- Sim  
 Não

**20. Comente a questão anterior**

A questão 21 que finaliza o questionário apresenta um espaço aberto no qual o inquirido pode fazer os mais diversos comentários sobre a problemática em estudo. Esta questão busca obter mais informações sobre as opiniões e julgamentos sobre o tema.

**21. Sinta-se livre para usar o espaço abaixo e escrever qualquer comentário que ache interessante sobre o tema.****3.4 Aplicação do Questionário**

Os questionários foram aplicados de forma simples e objetiva. Buscando conseguir atingir um maior número de pessoas de diferentes lugares e idade foi utilizada a ajuda de uma ferramenta digital que também possibilitou a otimização do tempo dos inquiridos. Desta forma o inquirido do presente trabalho trata-se de um questionário eletrônico que foi disponibilizado online e divulgado pelo *facebook*, blogs de moda, contatos de e-mail particulares da base de dados da investigadora, assim como a base de dados de endereços eletrônicos de comunidade acadêmica da Universidade do Minho.

Ambos os inquéritos (feminino e masculino) foram formatados no site, especializado em investigações, *Enquete Fácil* (<http://enquetefacil.com>), para facilitar as repostas e a análise dos dados. A maior parte das questões da pesquisa são objetivas e fechadas, de respostas simples ou de múltipla escolha. Foi inserida uma tabela de imagens que dá suporte para a resposta de algumas questões apresentadas.

A investigação esteve online durante o período de 30 dias (15 de setembro a 14 de outubro de 2013). Após este período foram retiradas as informações do site hospedado e posteriormente tratados. O capítulo seguinte apresenta os dados coletados pelo inquérito.



## **CAPÍTULO 4**

# **Apresentação e Análise dos Resultados**

Mulheres tem um relacionamento carnal com seus sapatos.

Chistian Loubotin



## 4. Apresentação dos Resultados

Este capítulo é destinado à apresentação e análise dos resultados referentes aos inquéritos realizados. Os dados analisados referem-se ao período em que o inquérito esteve disponível online de 15 setembro a 14 outubro de 2013. O inquérito feminino obteve 574 respostas, enquanto sua versão destinada ao público masculino apresentou 112 respostas.

Os dados coletados foram trabalhados estatisticamente sobre forma de percentagem ou por frequência de respostas. Estes são apresentados em forma de gráficos ordenado dos maiores para os menores valores.

### 4.1 Inquérito Feminino

Nesta primeira parte são apresentadas as figuras da caracterização sociodemográfica da amostra, feita através de questões relacionadas com a idade, nacionalidade, escolaridade e situação profissional. São utilizadas as percentagens retiradas de uma análise simples de frequência de resposta.

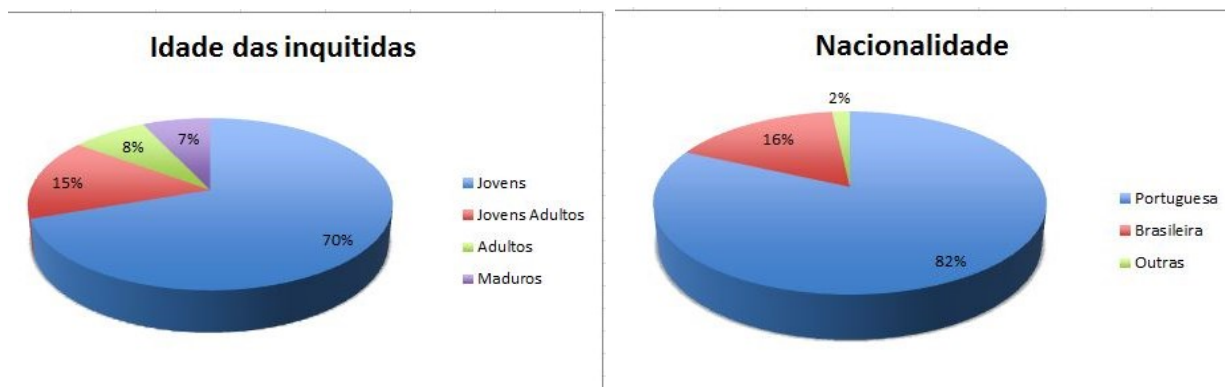
Relativamente à faixa etária das inquiridas, desta pesquisa, encontra-se em num intervalo dos 17 aos 60 anos. Procurando explorar melhor os resultados foram estabelecidos intervalos e categorias de idades da seguinte forma:

- \* **Jovens:** com idades abaixo de 25 anos;
- \* **Jovens Adultas:** com idade entre 26 e 35 anos;
- \* **Adultas:** com idade entre 36 a 45 anos;
- \* **Maduras:** com idade superior á 46 anos;

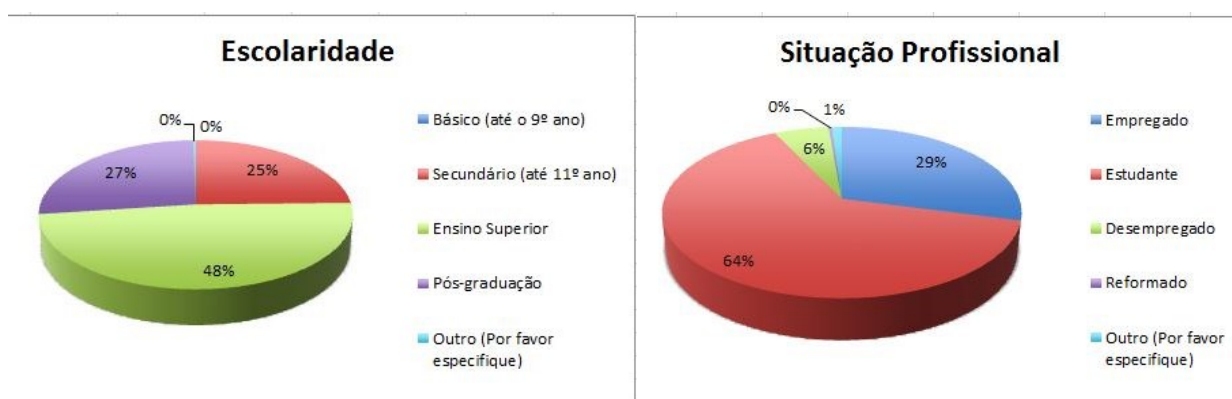
Como se pode observar na figura 55 a amostra feminina é composta na sua maioria por Jovens 70% e Jovens Adultas com 15%; seguidas por Adultas 8% e Maduras 7% das mulheres.

Segundo os dados analisados a amostra é composta por 82% de inquiridas com nacionalidade portuguesa; *seguida* por 16% brasileira e 2% de outras nacionalidades entre elas Espanhola, Francesa, Japonesa, Colombiana, Canadiana, Suíça, Cabo Verdiana e Alemã.

Quando ao grau de escolaridade da amostra, verificar-se pela figura 57 que a maioria com 48% dos respondentes possui uma escolaridade Superior, seguida por 27% com Pós Graduação e 25% com o nível escolar Secundário.

**Figura 47:** Idade das Inquiridas**Figura 48:** Nacionalidade das Inquiridas

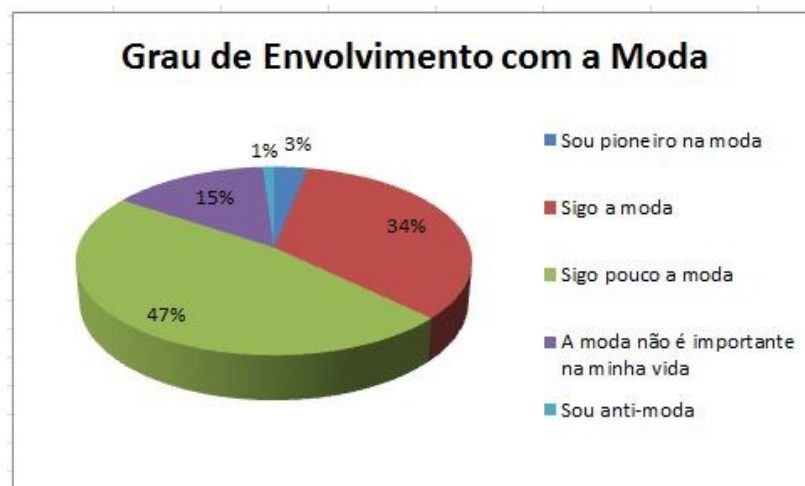
No que diz respeito à situação profissional (figura 50) os dados recolhidos mostram que da amostra é constituída por 64% de Estudantes; seguido por 29% Empregadas, 6% Desempregadas e 1% declaram-se Trabalhadoras-estudantes.

**Figura 49:** Escolaridade das Inquiridas**Figura 50:** Situação Profissional da Inquiridas

Na questão: “Trabalha com a Moda?” apenas 9% da inquiridas dizem ter trabalhos que envolvem de alguma forma a moda, sendo as suas áreas de atuação o design de moda; o design de acessórios; *styling*; professores de moda; modelo, figurinista; pesquisadoras e empresárias do setor da moda.

Quando solicitadas para indicar o seu grau de envolvimento com a moda às inquiridas responderam que 47% seguem pouco a moda; 34% seguem a moda; 15% afirmam que a moda não é importante em suas vidas; 3% são pioneiros na moda e 1% é anti-moda (figura 51).





**Figura 51:** Grau de envolvimento com a moda

A segunda parte do inquérito entra na temática do estudo onde as perguntas foram direcionadas de modo a descobrir qual o hábito de consumo da amostra pesquisada. Estas informações permitem compreender como as mulheres inquiridas planeiam suas compras e qual seu critério de seleção no momento da compra de calçado. Buscando entender mais profundamente o comportamento destas consumidoras os dados foram separados e analisados por categorias etárias.

Quando questionadas se planeiam as suas compras de calçados os resultados demonstraram que das Jovens na sua maioria costumam quase sempre planejar, mas por vezes compram por impulso (57,36%); enquanto 35,91% delas asseguram sempre planejar e apenas 6,73% admitem comprar por impulso. A maior parte das Jovens Adultas 64,04% costumam quase sempre planejar, enquanto 26,97% delas sempre planeiam e 8,99% compram por impulso. Também a maioria das Adultas costumam quase sempre planejar com 57,5%; já 30% delas sempre planeiam e 12,5% afirmam comprar por impulso. As mulheres Maduras apresentam em semelhante percentagem as que quase sempre planeiam (48,72%) e as que sempre planeiam (46,15%) e apenas 5,13% dizem comprar por impulso.

Os resultados demonstram que na maioria as mulheres costumam quase sempre planejar as suas compras de calçado, mas por vezes compram por impulso, no entanto as mulheres Maduras possuem um maior controle sobre suas compras enquanto as adultas são as que mais admitiram não resistirem e cederem as compras por impulso.

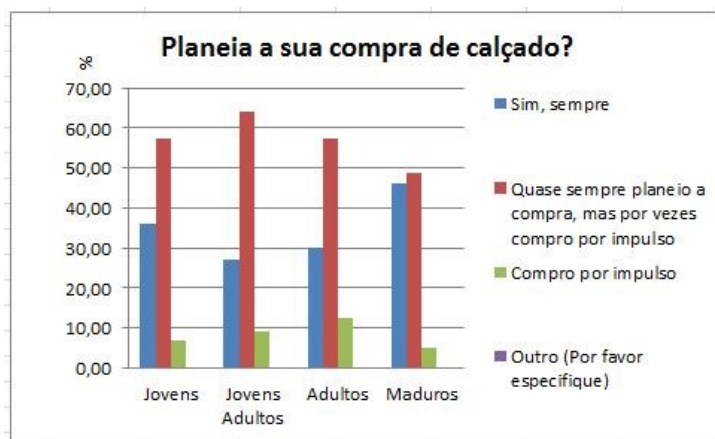


Figura 52: Mulheres que planeiam a compra de calçado

Os resultados da figura 13 apresentam quais os principais critérios utilizados pelas inquiridas na comprar calçado. O Conforto costuma ser o item mais relevante para todas as faixas etárias (36,51% das Jovens; 40,11% das Jovens Adultas; 40,79% das Adultas e 79,49% das Maduras), o Preço é o segundo item de maior importância (33,36% das Jovens; 29,38% das Jovens Adultas; 35,53% das Adultas e 51,28% das Maduras), seguido pelo Design (29,86% das Jovens; 30,51% das Jovens Adultas; 23,68% das Adultas e 36,25% das Maduras). Algumas entrevistadas destacaram outros critérios como: adequação ao vestuário, gosto pessoal, qualidade da matéria prima em que o produto é produzido, marca, numeração do calçado (dificuldade em achar calçado com numeração superior ao numero 40).

Quando analisados os resultados da mesma pergunta tendo agora em consideração o grupo de inquiridas que utiliza salto alto (e não a faixa etária), verificou-se que para estas o fator mais importante na hora da compra é o Conforto 33,5%, porem o Design acaba assumindo o posto de segundo item mais relevante com 33,9% seguindo do Preço. Já no grupo que não utiliza salto, 39,6% analisa em primeiro lugar o Conforto, 34,2% o Preço e 26,2% o Design.

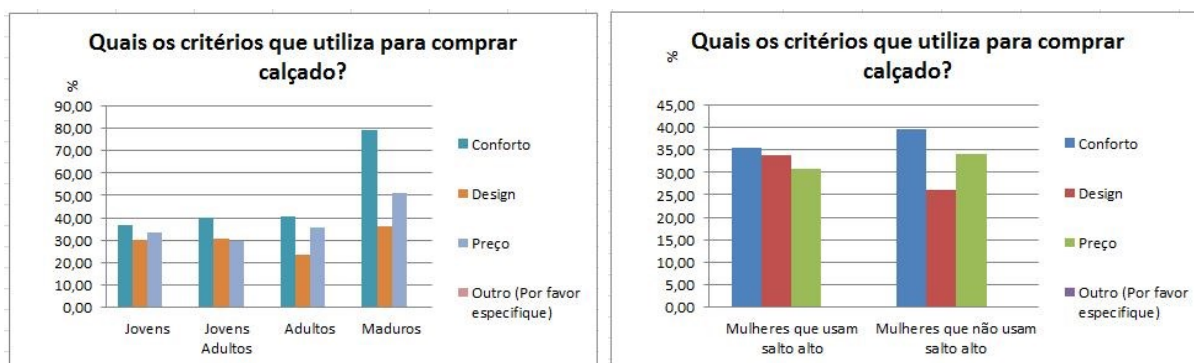
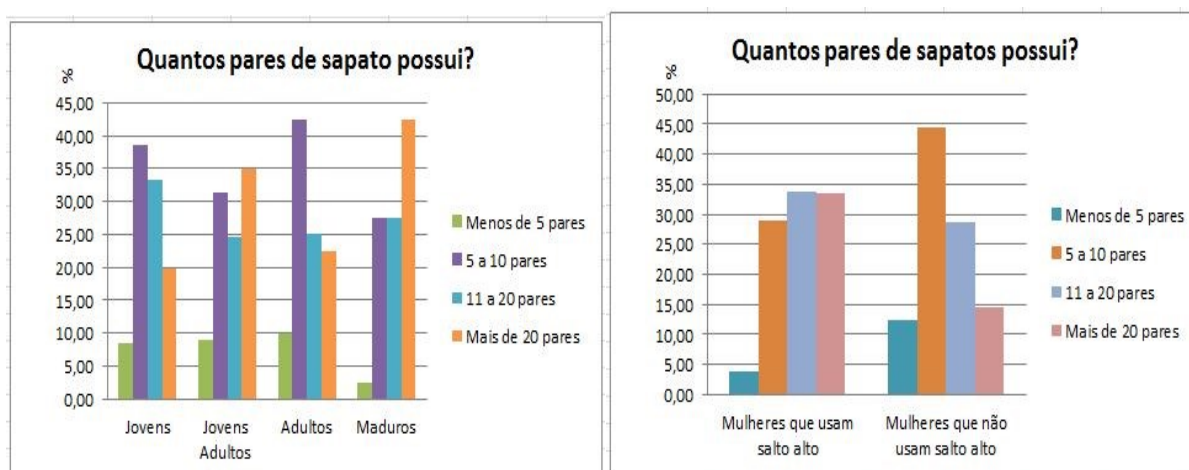


Figura 53: Critérios na Compra de Calçados

Ao perguntar qual a quantidade de pares de sapato que possuem, a maior parte das Jovens 38,46% afirma ter de 5 a 10 pares de sapatos, seguida por 33,25% com 11 a 20 pares de sapatos. As Jovens Adultas costumam ter mais de 20 pares (34,83%) e 31,46% delas dizem possuir apenas de 5 a 10 pares. Das Adultas 42,5% responderam ter de 5 a 10 pares, enquanto 25% delas detêm de 11 a 20 pares. Entre as Maduras 42,5% possuem mais de 20 pares de sapatos e 27,5% de 11 a 20 pares (fig. 54).

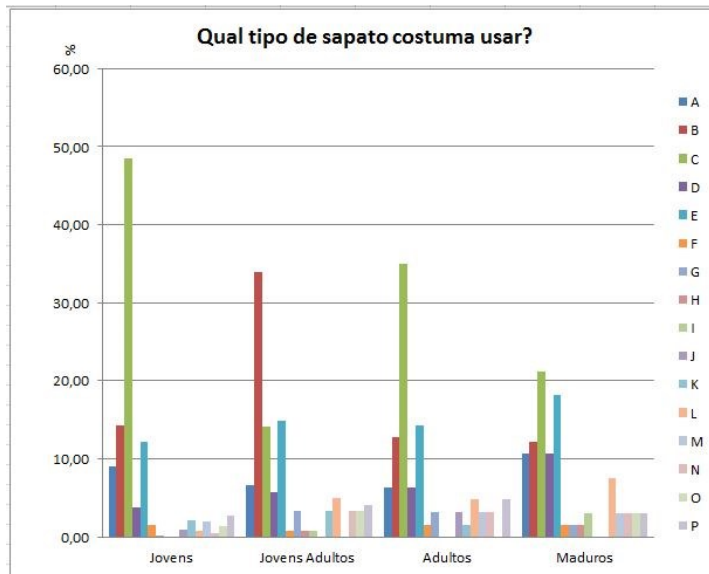
Ao analisar o grupo que utilizam salto os resultados mostram que 33,8% possuem de 11 a 20 pares; 33,5% mais de 20 pares; 28,9% de 5 a 10 pares e apenas 3,9% menos de 5 pares. Do grupo que não utiliza salto 44,5% têm de 5 a 10 pares de sapato; 28,6% de 11 a 20 pares; 14,5% mais de 20 pares e 12,4% menos de 5 pares.



**Figura 54:** Números de pares de calçados

A terceira parte contempla o estudo e a análise do comportamento das consumidoras mediante o calçado. Qual sua relação com os diferentes modelos de sapatos, bem como tentar detectar quais os modelos de calçados mais utilizados e os mais desejados pelas inquiridas.

Entre as imagens utilizadas no questionário as Jovens afirmaram utilizar mais os modelos C (48,52%) e B (14,2%). As Jovens Adultas elegem para seu dia a dia as letras B (33,88%) e E (14,88%). Entre as Adultas os modelos eleitos são os C (34,92%) e E (14,29%) os mesmos escolhidos pelas mulheres Maduras (fig. 55).



C



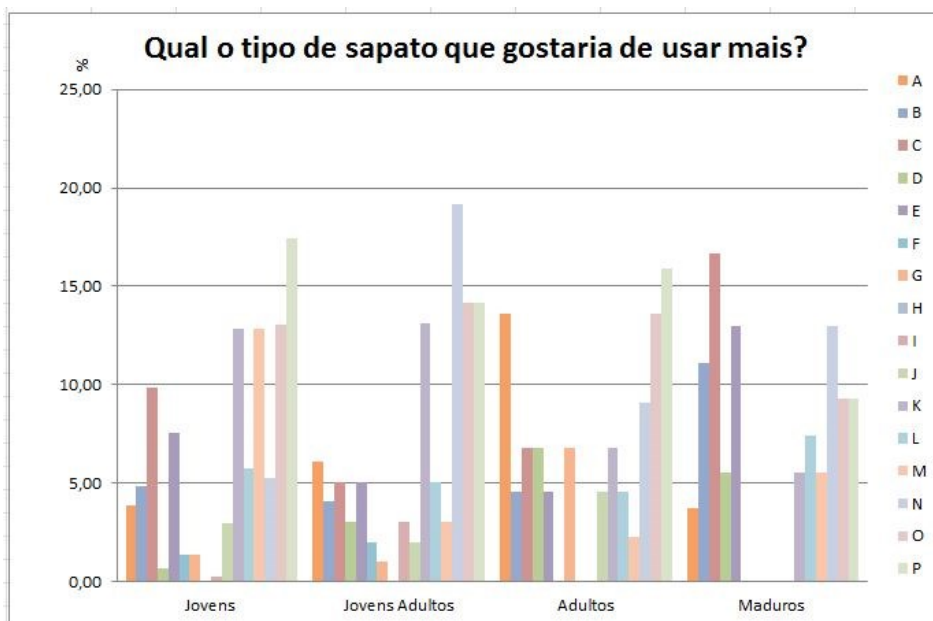
B



E

**Figura 55:** Tipo de calçados mais utilizados pelas mulheres

Pretendendo descobrir qual o modelo mais desejado foi solicitado que as inquiridas utilizassem a mesma tabela de imagem da questão anterior para indicar quais os modelos que mais desejavam. As Jovens elegeram os modelos P (17,73%) e M (12,84%) como os seus preferidos; As Jovens Adultas as letras N (19,19%) e O (14,14%); Já as Adultas os modelos P (15,91%) e A (13,64%); Enquanto as Maduras destacam o C (16,67%) e N (12,96%). Os resultados demonstram que grande parte das faixas-etárias elegeram modelos com salto alto como o tipo de sapato que mais gostariam de usar (figura56)



P



N



O



A

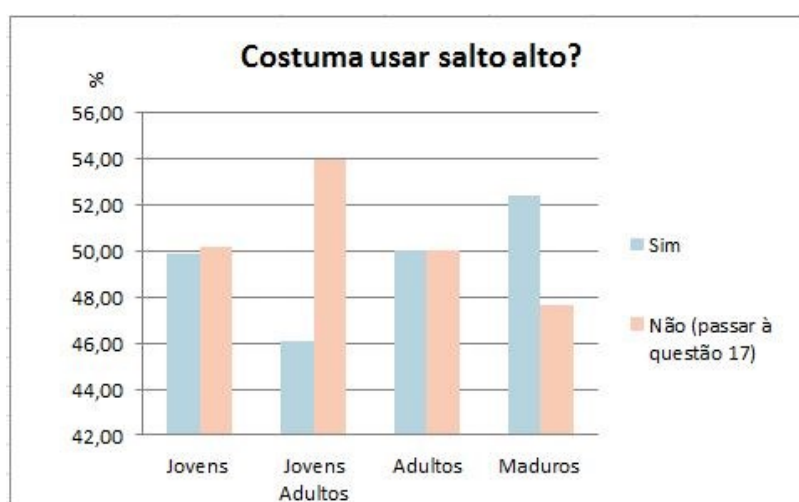


M

**Figura 56:** Qual o tipo de sapato que gostaria de usar mais

A terceira parte da pesquisa analisa o comportamento das inquiridas em relação ao salto alto. As questões levantadas pretendem descobrir se a amostra utiliza salto alto, em quais ocasiões, como se sente ao utilizar salto alto, o que a influencia a escolher este tipo de calçado.

Quando questionadas sobre o costume de usar saltos altos (superiores a 5 cm), a amostra demonstrou que 50,12% das Jovens não costumam usar salto alto; 53,93% das Jovens também não possui o hábito de usar salto alto. Já 50% das Adultas responderam usar salto alto, bem como 52,38% das Maduras (fig. 57). Os resultados demonstram que as inqueridas com mais idade possuem o costume de usarem salto alto.



**Figura 57:** Costuma Usar Salto Alto

Entre o grupo que afirmou utilizar salto alto, foi questionado qual o motivo que as fazem escolher este tipo de calçado. Os dados levantados apontam que, independentemente das faixas etárias os dois principais motivos apontados foram a Elegância na postura criada pelo salto (35,42% das Jovens; 34,09% das Jovens Adultas; 30% Adultas; 36% das Maduras) e Estilo pessoal (26,85% das Jovens; 25% das Jovens Adultas; 32,5% Adultas; 24% das Maduras) (fig. 58).

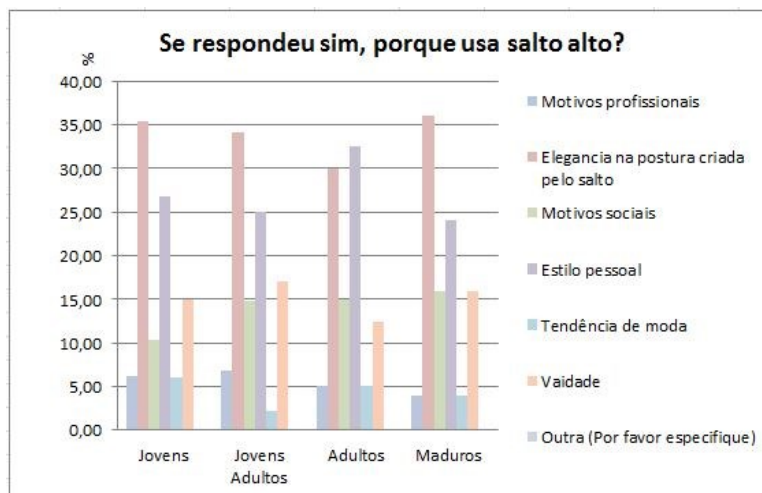


Figura 58: Motivo pela qual usa salto alto

Para as mulheres que responderam usar saltos altos, também foi solicitado que indicasse o quê ou quem a influenciavam a utilizar o sapato de salto alto. Os resultados apontam que em todas as idades os dois itens mais influentes são: o Gosto pessoal (57,85% das Jovens; 42,05% das Jovens Adultas; 44,73% Adultas; 40% das Maduras) e a Moda (22,06% das Jovens; 14,77% das Jovens Adultas; 20,97% Adultas; 12% das Maduras) (fig. 59).

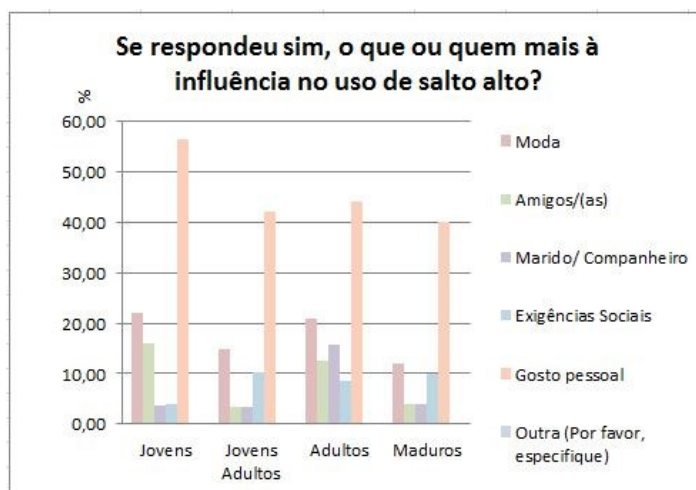
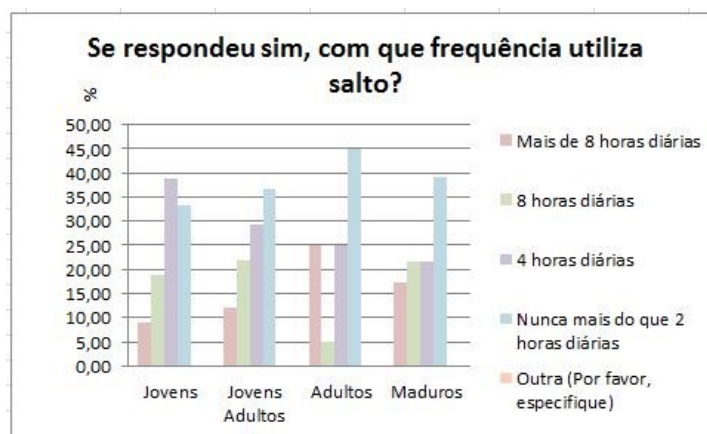


Figura 59: Influências para o uso de salto alto

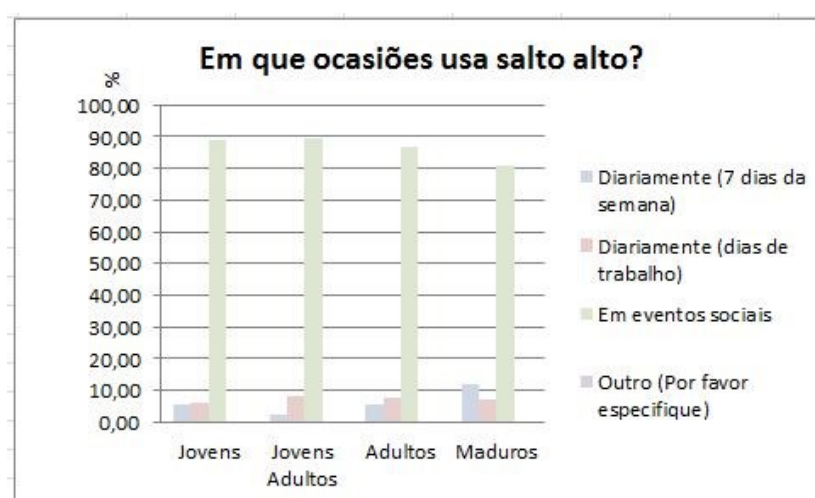
Prosseguindo a análise do grupo que afirma utilizar salto alto, a questão subsequente questiona a frequência com que as mulheres costumam utilizar calçados de salto alto. Como na questão anterior as mulheres de todos os grupos de faixa etária escolheram principalmente duas opções de respostas: Nunca mais de 2horas diárias (33,33% das Jovens; 36,59% das Jovens Adultas; 45% Adultas; 39,13% das Maduras) e 4 horas diárias (38,71% das Jovens; 29,27% das Jovens Adultas;

25% Adultas; 21,74% das Maduras) (fig. 60). Esta pergunta apresentou algumas respostas na opção Outros como: Uso apenas nos finais de semanas; Uso durante duas vezes na semana, Em saídas ocasionais; Em eventos Especiais, etc.



**Figura 60:** Frequência do uso de salto alto

As entrevistadas também foram indagadas sobre a ocasião que costumam usar salto alto. A grande maioria respondeu usar: Em eventos sociais (88,80% das Jovens; 89,53% das Jovens Adultas; 86,84% Adultas; 80,95% das Maduras). Diariamente (7 dias na semana) foi a segunda maior percentagem de resposta entre as Jovens 5,33% e as Maduras 11,90%. Enquanto Diariamente (dias de trabalho) foi a segunda maior percentagem de respostas entre as Jovens adultas 8,14% e a Adultas 7,98% (fig. 61).

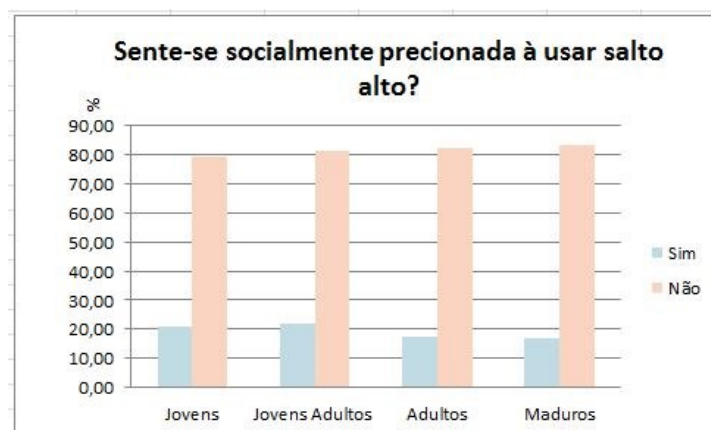


**Figura 61:** Qual ocasião costuma utilizar salto alto

Para finalizar esta parte do questionário as inquiridas foram indagadas se de alguma forma se sentem pressionadas a utilizar salto alto. A grande maioria da amostra respondeu não se sentir



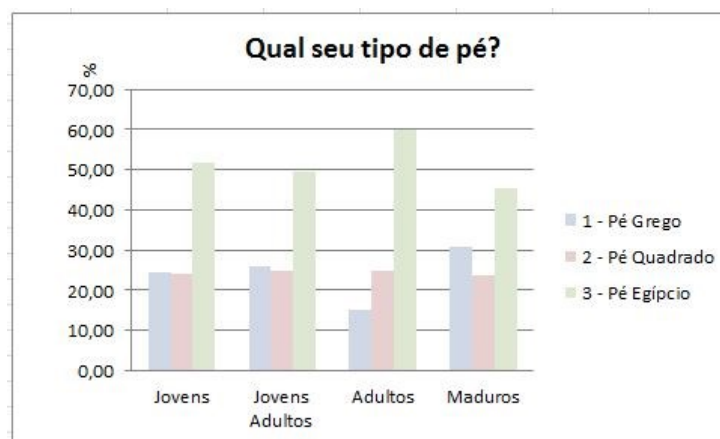
pressionada (79,16% das Jovens; 81,40% das Jovens Adultas; 82,50% Adultas; 83,33% das Maduras) (fig. 62).



**Figura 62:** Sente-se pressionada a usar salto alto

Na quarta parte da pesquisa pretendeu-se descobrir a relação do salto alto com os pés femininos, buscando levantar informações sobre os diferentes tipos de pés, quais os problemas que costumam ocorrer devido ao uso de salto alto, à relação com a tolerância às dores, bem como verificar quais os modelos que mais provocam desconforto.

A primeira questão refere-se à tipologia de pés das inquiridas. Esta pergunta busca analisar se poderá haver relação entre os tipos de pé e o aparecimento de alguma patologia, associados ao uso de salto alto. Das respostas obtidas verificou-se que mais comum é o Pé Egípcio (51,61% das Jovens; 49,44% das Jovens Adultas; 60% Adultas; 45,24% das Maduras); seguido pelo Pé Grego (24,32% das Jovens; 25,84% das Jovens Adultas; 15% Adultas; 30,95% das Maduras) e por fim o Pé Quadrado (24,07% das Jovens; 24,72% das Jovens Adultas; 25% Adultas; 23,81% das Maduras) (fig. 63).



**Figura 63:**Tipos de pés



Para descobrir quais as mais frequentes patologias nos pés femininos foram questionadas às inquiridas se possuíam algum tipo de problemas nos pés. As respostas mostram que a grande maioria das entrevistadas afirma não possuir nenhum dos problemas nos pés (61,54% das Jovens; 46,39% das Jovens Adultas; 65,79% das Adultas e 52,38% das Maduras). Entre as patologias que apresentam um maior número de respostas estão o Calo (16,38% das Jovens; 18,56% das Jovens Adultas; 10,53% das Adultas e 19,05% das Maduras) e o Joanete (9,18% das Jovens; 11,34% das Jovens Adultas; 5,26% das Adultas e 11,90% das Maduras) (fig. 64).

Entre as que afirmam Não Usar Salto Alto 58,5% Não apresentam problemas; 15% Calos; 10,8% Unha encravada; 7,5% Joanete; 4,2% Pé chato e 3,9% Deformações nos dedos.

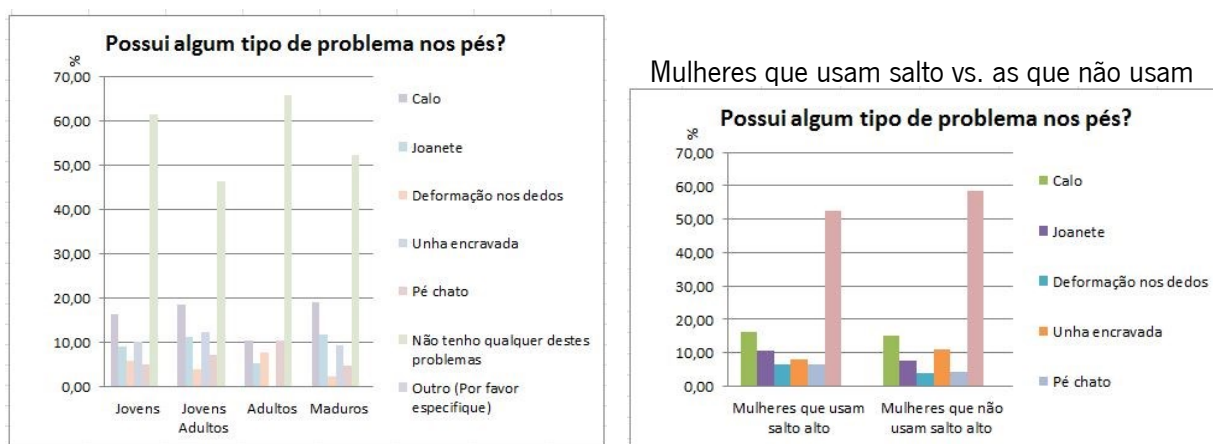


Figura 64: Tipo de problemas nos pés

Ao ser perguntado se costumam sentir algum tipo de dores ao usarem salto a grande maioria das entrevistadas respondeu que Sim (88,62% Jovens; 88,76% das Jovens Adultas; 72,50% das Adultas e 80,95% das Maduras).

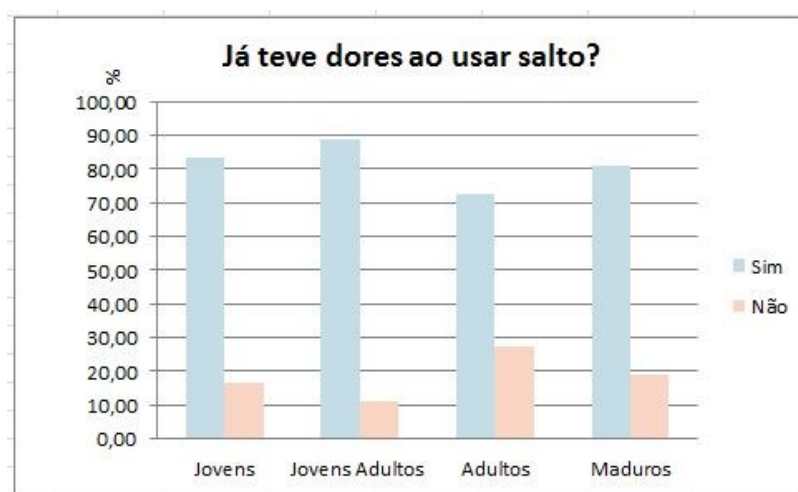


Figura 65: Dores no uso de salto alto

Dentro do grupo de mulheres que responderam de forma positiva a questão anterior, foi solicitado que apontassem qual o tipo de calçado que já lhes provocou dores com base na tabela de imagem utilizada em perguntas anteriores. Entre as Jovens afirmam ser os modelos P e O (27,61% e 26,74% respectivamente) as Jovens Adultas o modelo N e P (respectivamente 28,18% e 26,36%); já para as Adultas são os modelos P e N (30,77% e 15,38% respectivamente); das Maduras escolheram a letra N e O (30,56% e 27,78% respectivamente). É importante destacar que todos os modelos mencionados fazem parte do grupo de calçados com Salto Alto.

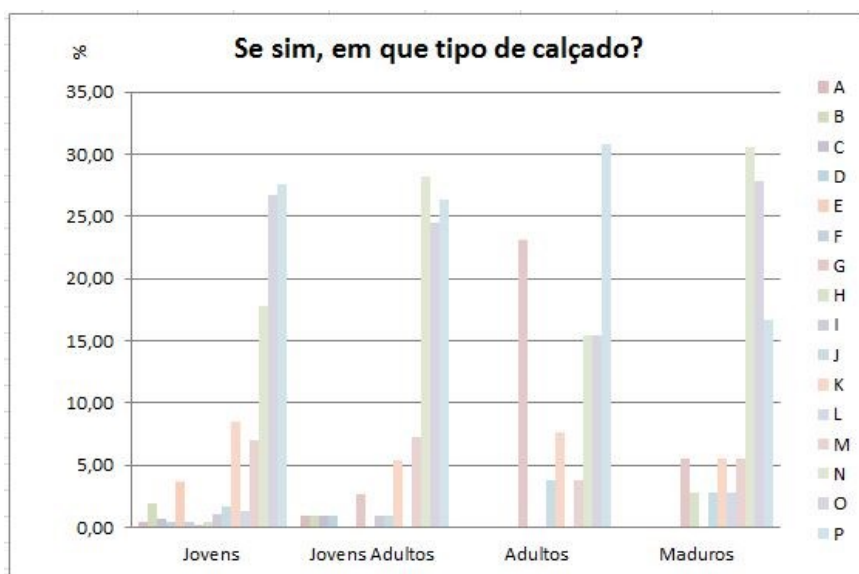


Figura 66: Calçados com os quais já sentiram dores

A questão seguinte indaga se as entrevistadas conseguem tolerar bem as dores provocadas pelo calçado e a grande maioria respondeu que não (52,83% das Jovens; 62,92% das Jovens Adultas; 52,08% das Adultas e 50% das Maduras).

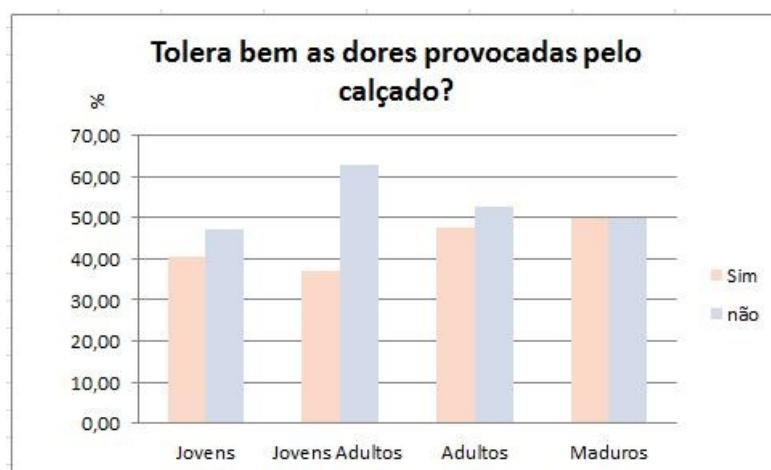
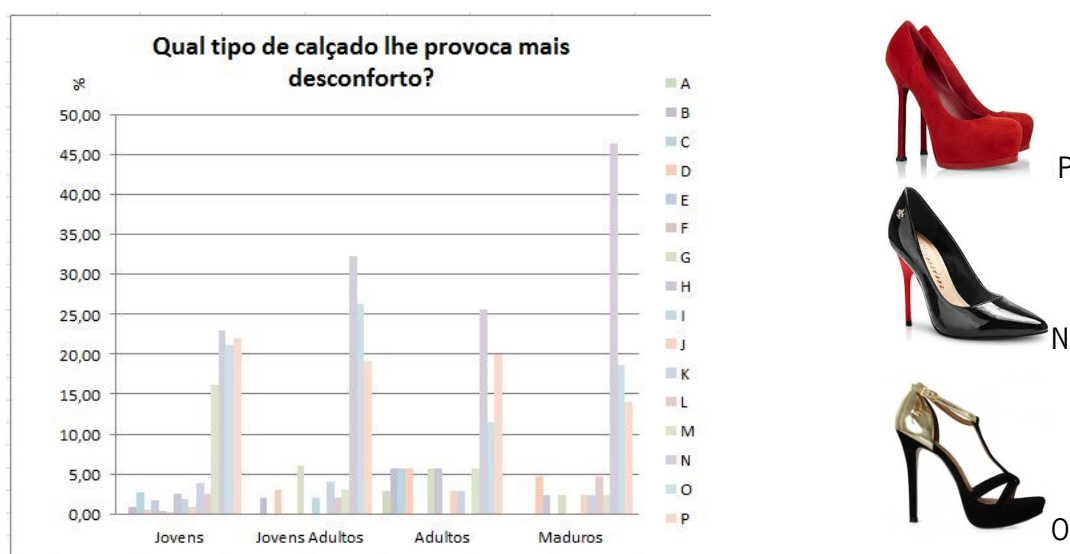


Figura 67: Tolera bem as dores provocadas pelo salto?

Dentro do grupo de mulheres que usam salto alto, foi solicitado que apontassem qual o tipo de calçado provocava mais desconforto com base na tabela de imagem utilizada em perguntas anteriores. Entre as Jovens afirmam ser o modelo N e P (22,99% e 22,03% respectivamente); as Jovens Adultas dizem se os modelos N e O (32,32% e 26,326% respectivamente); Já as Adultas apontam os modelos N e P como provocadores de maior desconforto (25,71% e 20% respectivamente); as inquiridas do grupo das Maduras escolheram a letra N e O 46,51% e 18,6% respectivamente. É importante destacar que todos os modelos mencionados são de salto alto (fig.68).



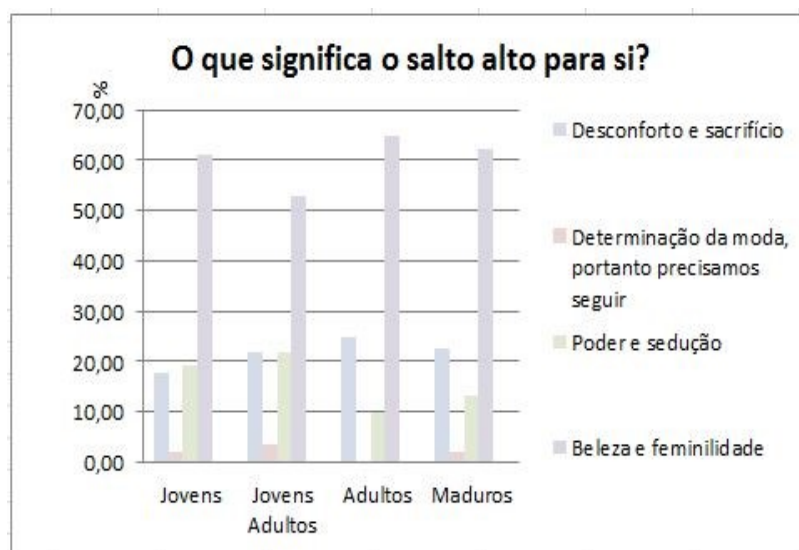
**Figura 68:** Qual tipo de calçado provoca mais desconforto?

A última parte do inquérito procura verificar qual a percepção das consumidoras em relação ao salto alto, o que este tipo de acessório significa para ela, como se sente quando o usa, qual a sua relevância no seu dia a dia.

Questionadas sobre o significado do salto alto, a grande maioria defende que o salto está ligado a Beleza e Feminilidade (61,20% das Jovens; 53,04% das Jovens Adultas; 65% das Adultas e 62,26% das Maduras) seguido pela resposta Desconforto e Sacrifício (17,6% Jovens; 21,74% das Jovens Adultas; 25% das Adultas; 22,64% das Maduras) (fig. 69). Entre as respostas abertas Outro estão justificações como: Elegância; Postura, Atitude; Sentir-se bem; Segurança; Necessidade ocasional.

Quando os dados são analisados em relação ao grupo de mulheres que Usam Salto Alto o cenário modifica-se 66,4% delas atribuem a Beleza e feminilidade; 22,4% Poder e sedução; 22,2% Determinação da moda e 9% Desconforto e sacrifício.

Entre as mulheres que Não Usam Salto Alto 53,8% responderam que o salto alto representa Beleza e Feminilidade; 29,3% Desconforto e sacrifício; 14,8% Poder e sedução; 2% determinação da Moda.

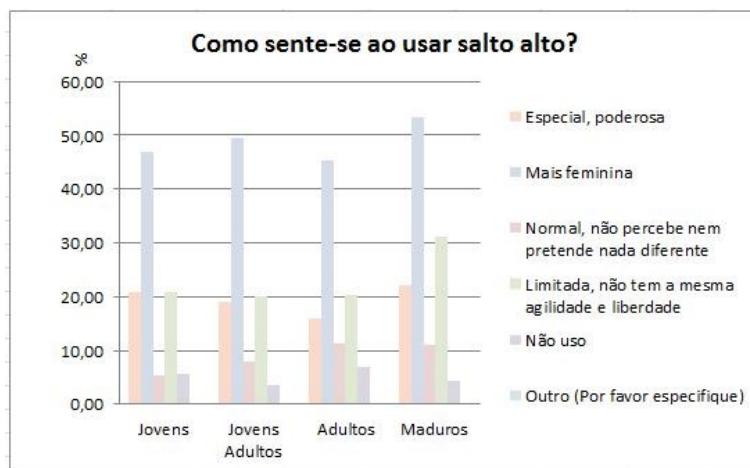


**Figura 69:** Significado do salto alto

Pretendendo descobrir o sentimento despertado pelo salto, foi indagada à amostra como se sentia ao utilizar salto alto. Grande parte das entrevistadas respondeu sentir-se Mais Feminina (47% das Jovens; 49,57% das Jovens Adultas; 45,45% das Adultas; 53,33% das Maduras) seguido por Limitada, sem a mesma Agilidade e Liberdade (20,97% das Jovens; 20% das Jovens Adultas; 20,45% das Adultas e 31,11% das Maduras) (fig. 70).

Ao analisar as mulheres que Usam Salto Alto os resultados alteram para 51,5% Mais Femininas; 24,7% Especial e Poderosa; 15,5% Limitada, sem a mesma Agilidade e 8,2% Normal.

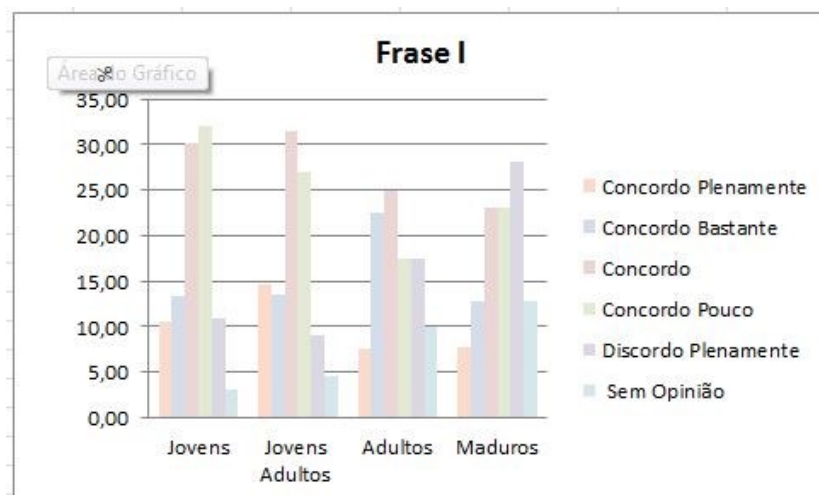
Para as Mulheres que Não Usam Salto Alto 42,2% Mais femininas; 27,2% Limitada, sem a mesma Agilidade; 15,3% Especial e Poderosa; 10,8% Não Usam; 4,4% Normal.



**Figura 70:** Como se sente ao usar salto?

Buscando verificar o poder do salto alto na mente feminina foram apresentadas 5 afirmações de pessoas famosas das quais a inquerida deveria indicar o grau de relevância que as frases tinham para si.

A primeira afirmação: *“Não sei quem inventou o salto alto, mas todas as mulheres devem muito a esta pessoa”*. *Marilyn Monroe*. Da amostra pesquisada grande parte Concorda (30,12% das Jovens; 31,46% das Jovens Adultas; 25% das Adultas e 23,08% das Maduras) ou Concordam pouco (32,10% Jovens; 26,97% das Jovens Adultas; 17,5% das Adultas e 28,21% das Maduras) (fig. 71). Quando analisadas as respostas das mulheres que Usam Salto Alto, 32,6% Concordam e 20,7% Concordam Bastante. Das mulheres que Não Usam Salto 37,8% Concordam Pouco e 26,1 Concordam.



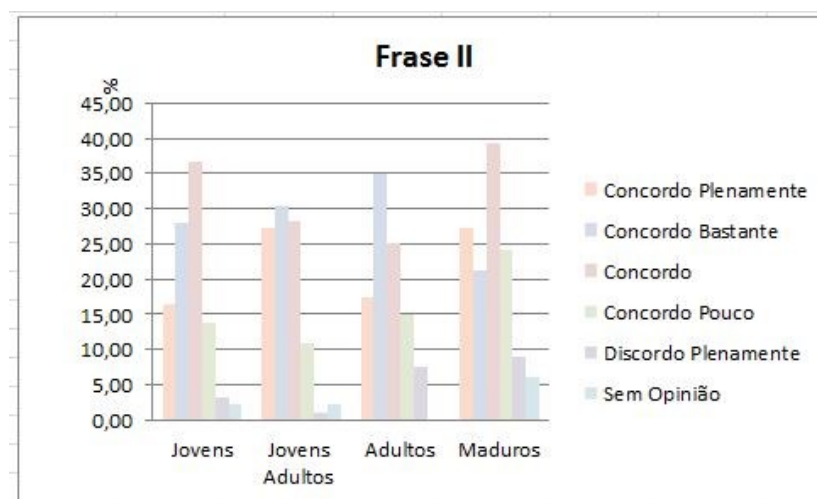
**Figura 71:** Análise da Frase I: “Não sei quem inventou o salto alto, mas todas as mulheres devem muito a esta pessoa”.

Marilyn Monroe

A segunda afirmação: *“Os sapatos transformam a tua linguagem corporal e a tua atitude. Levanta-te física e emocionalmente”* *Christian Louboutin*. Entre as pesquisadas a maioria afirma

Concordam ( 36,52% das Jovens; 28,26% das Jovens Adultas; 25% das Adultas e 39,39% das Maduras) seguido pelas que Concordam Bastante (27,94% Jovens; 30,43% Jovem adulta; 35% Adultas e 21,21% Maduras) (fig. 72).

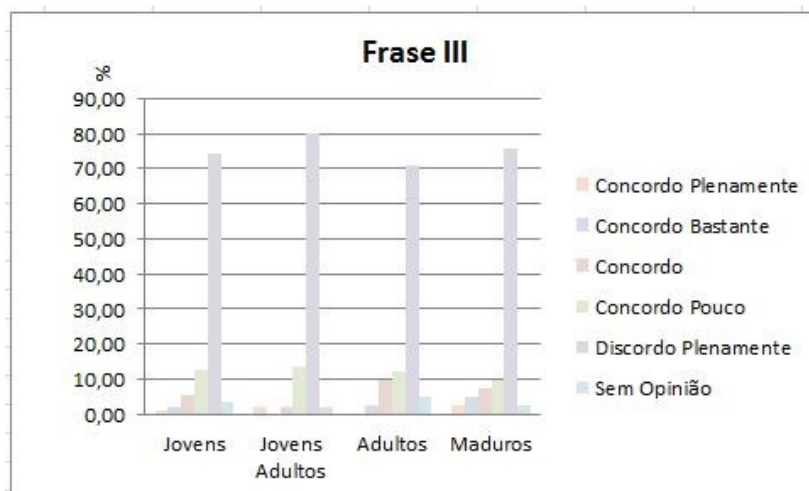
Ao analisar das respostas das mulheres que Usam Salto Alto, 31,6% Concordam Bastante e 31,3% Concordam. Já as que Não Usam Salto 36,7% Concordam e 24,5% Não Concordam.



**Figura 72:** Análise da Frase II: “Os sapatos transformam a tua linguagem corporal e a tua atitude. Levanta-te física e emocionalmente” Christian Louboutin

A terceira afirmação: “*Se o seu acompanhante é mais baixo que seu sapato mais alto, dispense o sujeito hoje mesmo. Um par de Manolos dura à vida toda e não vale a pena abrir mão do estilo em nome do amor.*” *Camila Morton*. Das entrevistadas a grande maioria Discorda Plenamente (74,26% Jovens; 79,78% Jovens Adultas; 70,73% das Adultas e 75,61% das Maduras) seguido por Concordo Pouco (12,75% das Jovens; 13,48% das Jovens Adultas; 12,20% das Adultas e 9,76% das Maduras) (fig. 73).

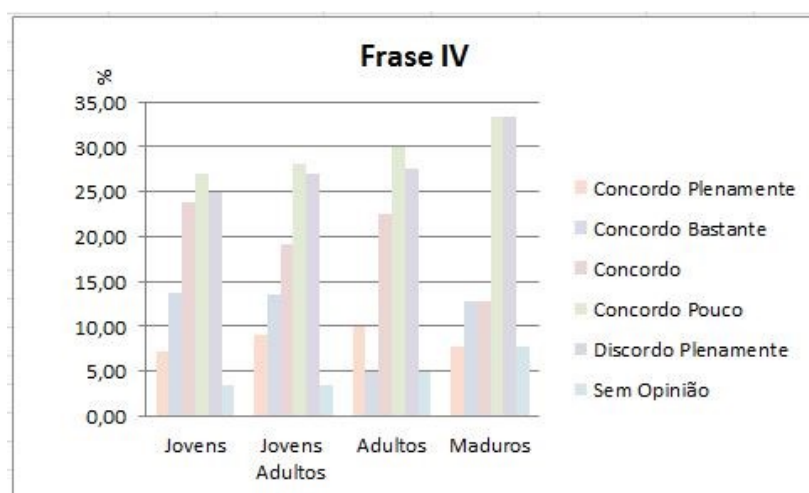
Das Mulheres que Usam Salto Alto 70,2% Discordam Plenamente e 15,1% Discordam Pouco. Das mulheres que Não Usam Salto 80,1% Discordam Plenamente e 10,3% Concordam Pouco.



**Figura 73:** Análise da frase III: “Se o seu acompanhante é mais baixo que seu sapato mais alto, dispense o sujeito hoje mesmo. Um par de Manolos dura à vida toda e não vale a pena abrir mão do estilo em nome do amor.” Camila Morton

A quarta afirmação: *“Um bom salto alto é como um carro esporte ou uma obra de arte divina: Você não precisa dele, mas cobiça com todas as suas forças, idolatra e simplesmente tem que ter”* Veronica Webb. Grande parte das entrevistadas destacaram Concordar com a frase (23% das Jovens; 19,10% das Jovens Adultas; 22,5% das Adultas e 12,82% das Maduras) seguido das que Concordam Pouco (23,77% das Jovens; 19,10% das Jovens Adultas; 22,5% das Adultas e 12,82% das Maduras) (fig. 74).

Das mulheres que Usam Salto 35,6% Concordam e 34,6% Concordam pouco. Já entre as que Não Usam Salto Alto 34% Discordam plenamente e 30,6% Concordam Pouco.

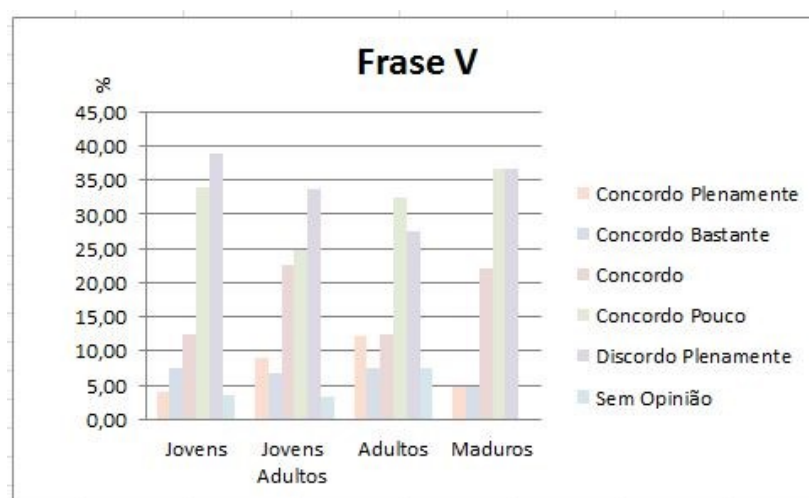


**Figura 74:** Análise da frase IV: “Um bom salto alto é como um carro esporte ou uma obra de arte divina: Você não precisa dele, mas cobiça com todas as suas forças, idolatra e simplesmente tem que ter” Veronica Webb.



A quinta afirmação: *“Uma mulher com bons sapatos nunca é feia” Coco Chanel.* Esta frase apresentou um maior número de resposta de inquiridas que Discordam Plenamente (38,92% das Jovens; 33,72% das Jovens Adultas; 32,5% das Adultas e 36,56% das Maduras) seguido das que Concordam Pouco (33,99% das Jovens; 24,72% das Jovens Adultas; 12,5% das Adultas e 21,95% das Maduras).

Das entrevistadas que Usam Salto Alto 34,6% Concordam pouco e 26,6% Discordam plenamente. Entre as que Não Usam Salto Alto 47,3% Discordam plenamente e 30,5% Concordam pouco.



**Figura 75:** Análise da Frase V: “Uma mulher com bons sapatos nunca é feia” Coco Chanel.

A última pergunta do inquérito foi aberta e forma a conseguir recolher opiniões das mulheres pesquisadas sobre o tema Calçado Feminino. As respostas obtidas foram transcritas para uma tabela que se encontra no Anexo IV. Dos comentários mais relevantes destaca-se:

## 4.2 Inquérito masculino

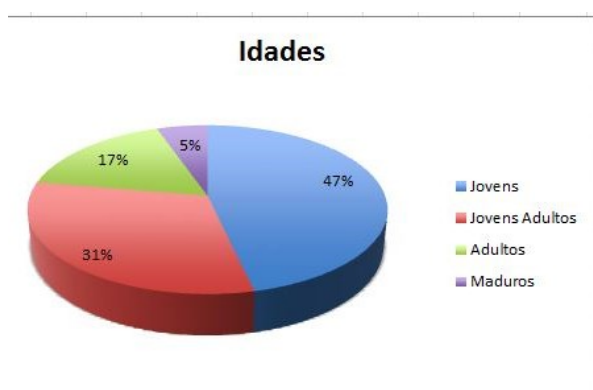
Como no inquérito feminino esta primeira parte da pesquisa analisa informações sobre a caracterização sócio-demográfica da amostra. Estas questões são relacionadas com a idade, a nacionalidade, a escolaridade e situação profissional. São utilizadas as percentagens retiradas de uma análise simples de frequência de resposta.



A Idade assim como no inquérito feminino, foi utilizada a mesma classificação de intervalos entre as idades. Jovens: pessoas abaixo de 25 anos; Jovens adultos: com idade entre 26 e 35 anos; Adultos: com idade entre 36 e 45 anos; Maduros: superior à 45 anos.

Os números analisados demonstram que 47% da amostra masculina é composta por Jovens, seguida por 31% de Jovens adulto, 17% Adulto e 5% Maduro (fig. 76).

Os dados certificam que a amostra é composta por 84% dos entrevistados de nacionalidade portuguesa; por 14% de nacionalidade brasileiros e 2% de outras nacionalidades entre elas Espanhola e Colombiana (fig. 77).



**Figura 76:** Idade dos Inquiridos



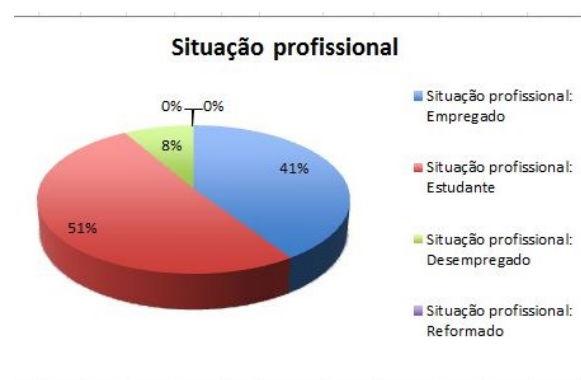
**Figura 77:** Nacionalidade dos inquiridos

Quando questionado a respeito do grau de escolaridade, pode-se dizer que a maioria com 46% dos respondentes possui uma escolaridade de Ensino Superior, seguida por 30% Pós Graduação; 23% com nível escolar Secundário e 1% nível Básico (fig. 78).

Quando analisadas a situação profissional, os números revelam que a amostra pesquisada é composta por 51% de Estudantes; seguidas por 41% Empregados; 8% Desempregados (fig. 79).



**Figura 78:** Escolaridade dos Inqueridos



**Figura 79:** Situação profissional

Quando questionados se “trabalhavam coma moda” observou-se que 89% da amostra não trabalha em setores ligados à moda. Apenas 11% da amostra têm seus trabalhos envolvidos com o segmento da moda, nomeadamente em design de calçados; professores de moda; pesquisadores de moda e engenheiros têxteis.

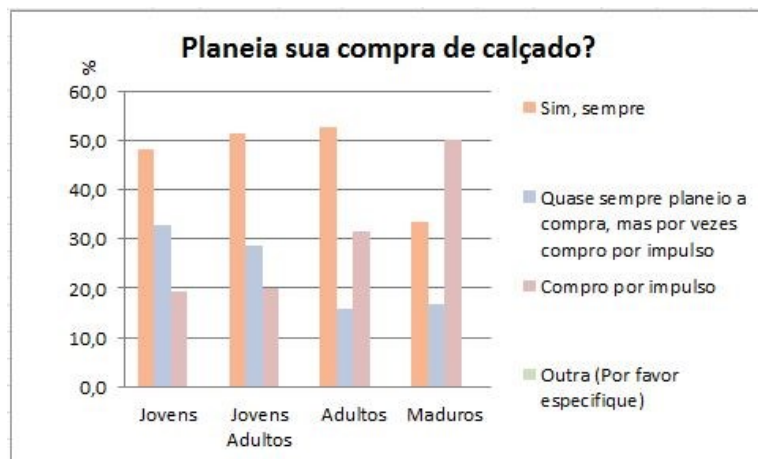
Para descobrir a importância da moda para os entrevistados, foi questionado o grau de envolvimento dos mesmos com a moda (fig. 80). Os números revelam que 38% afirmam que a moda não é importante em suas vidas; 30% seguem pouco a moda; 21% seguem a moda; 8% são pioneiros na moda e 3% é anti-moda.



**Figura 80:** Grau de envolvimento dos homens entrevistados com a moda.

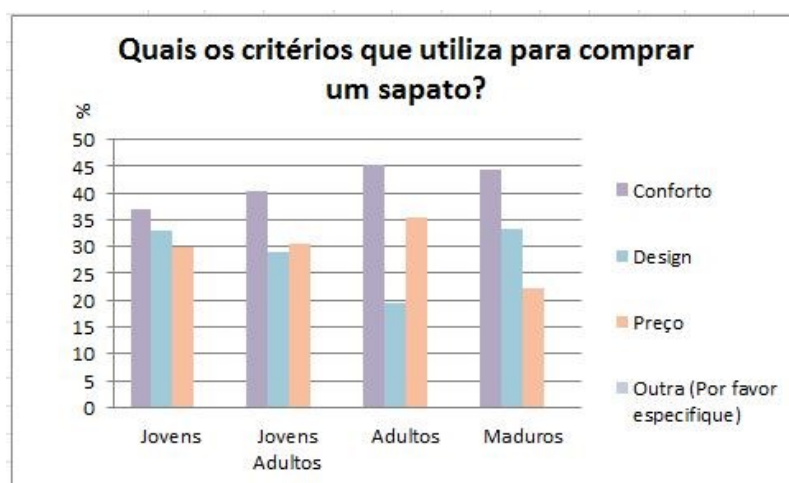
Como na pesquisa feminina a segunda parte do inquérito busca analisar o hábito de consumos da amostra masculina.

A primeira pergunta desta segunda parte questiona se costumam planejar as suas compras de calçados. Na amostra 48,1% dos Jovens afirmam sempre planejar enquanto 32,7% dizem quase sempre planejar. Entres os Jovens adultos 51,4% sempre planeiam e 28,6% quase sempre. Enquanto isso 52,6% dos Adultos sempre planeia e 31,6% compram por impulso. Já a grande parte dos Maduros 50% compra por impulso e 33,3% sempre planeiam (fig. 81).



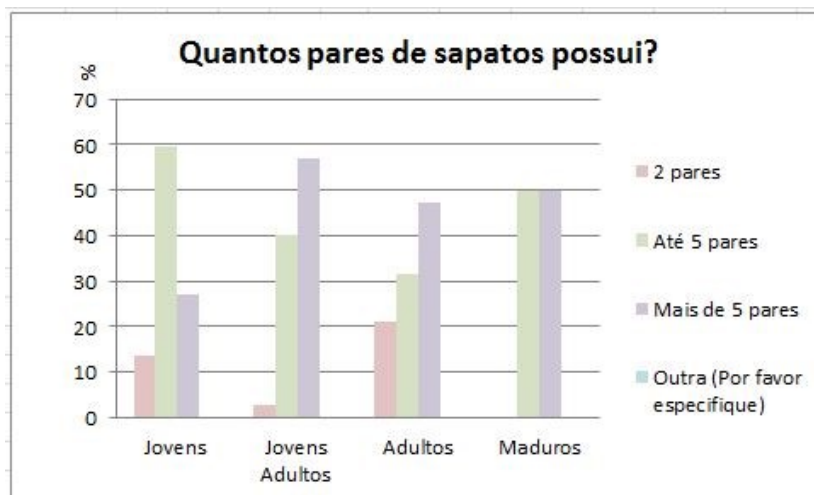
**Figura 81:** Planeia as suas compras de calçado?

Quando foi solicitado que apontassem quais os dois critérios de compra, mais decisivos no momento da compra os resultados demonstram que o conforto é o item mais importante (37,1% dos Jovens; 40,3% das Jovens Adultos; 45,2% dos Adultos; 44,4% dos Maduros), seguido pelo preço (29,9% dos Jovens; 30,65% dos Jovens Adultos; 35,65% dos Adultos e 22,22% dos Maduros) (fig. 82).



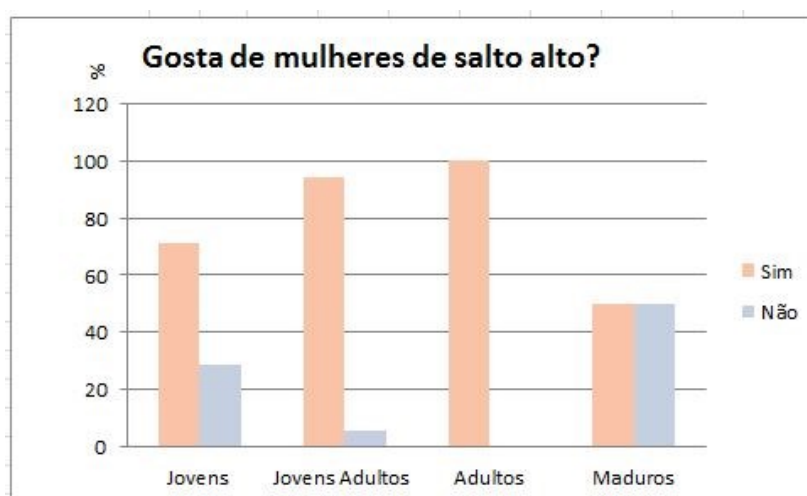
**Figura 82:** Critérios utilizados para comprar sapatos

Ao perguntar o número de pares de sapato que possui, descobriu-se que da amostra analisada 60% dos Jovens possuem até 5 pares de sapato seguido por 27% com mais de 5 pares. Entre os Jovens adultos 57% possui mais de 5 pares de sapato e 40% até 5 pares de sapatos. Dos Adultos 47% dizem possuir mais de 5 pares de sapato e 32% até 5pares. Os Maduros apresentaram um equilíbrio na resposta no qual 50% menciona ter até 5 pares de sapato e os outros 50% mais de 5 pares de sapato (fig. 83).



**Figura 83:** Quantidade de pares de sapato que possui

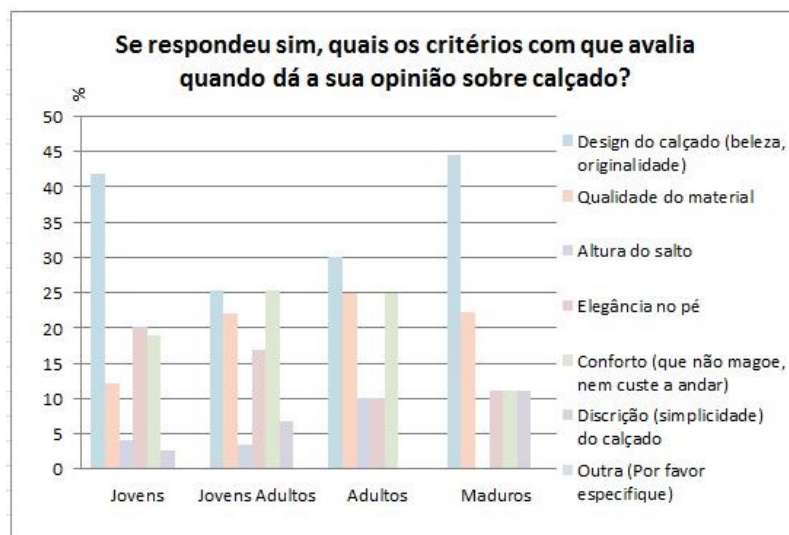
A terceira parte do inquérito foi destinada a descobrir a percepção dos homens relativamente ao calçados femininos de salto alto. A primeira pergunta feita foi se o inquirido gosta de ver mulheres que usam salto alto. As respostas obtidas mostram que a maior parte aprova o uso de salto alto (71,15% dos Jovens; 94,28% dos Jovens adultos; 100% dos Adultos e 50% dos Maduros) (fig. 84).



**Figura 84:** Gosta de mulheres que usam salto alto?

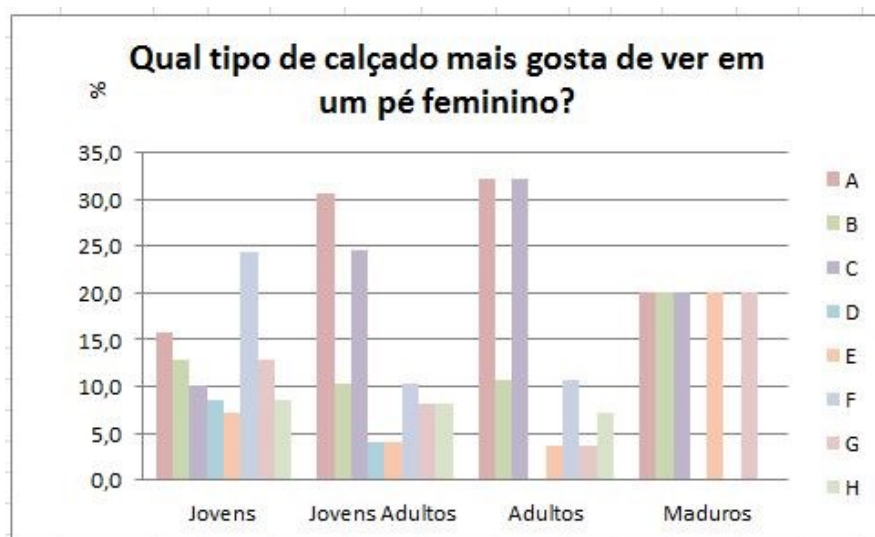
A questão seguinte tentava perceber se o individuo acompanha e de alguma forma influência o público feminino nas suas compras de calçado, ao perguntando se “Já esteve na situação de dar a sua opinião a mulheres acerca da compra de calçados”. Grande parte da amostra respondeu que sim (75% dos Jovens; 88,6% dos Jovens Adultos; 57,9% dos Adultos e 83,3% dos Maduros). Estes resultados podem levar a pensar que os homens acabam por ajudar e muitas vezes influenciar na escolha do calçado no momento da compra.

Aos que responderam de forma positiva à pergunta anterior, foram questionados quais os critérios utilizados quando o inquirido dá sua opinião sobre o calçado. Os resultados da figura 90 mostram que o Design do calçado é o item mais valorizado (41,9% dos Jovens; 25,4% dos Jovens Adultos; 30% dos Adultos e 22,2% dos Maduros) seguido do Conforto (18,9% dos Jovens; 25,4% dos Jovens Adultos; 25% dos Adultos e 11,1% dos Maduros).



**Figura 85:** Quais os critérios com que avalia quando dá opinião sobre calçado à uma mulher?

Quando questionado quais os tipos de calçados que mais gostam de ver nos pés femininos (usando como critério as imagens que se encontrava no questionário) verificou-se que dos Jovens 24,3% gosta do modelo F seguido por 15,7% do modelo A. Entre os Jovens Adultos 30,6% preferem a imagem A e 24,5% a C. Dos Adultos 32,1% sentem-se atraídos pela letra A e C. Já os Maduros 20% gostam da letras A, B, C, E, G (fig.86).



A



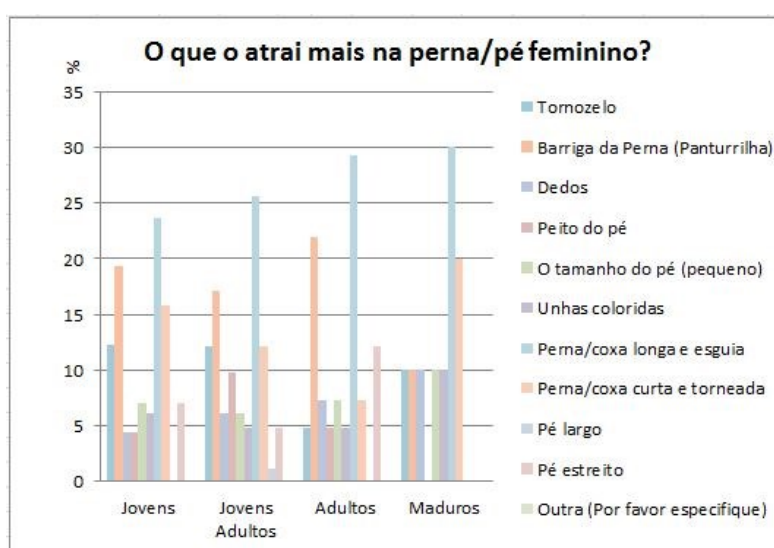
C



F

**Figura 86:** Qual tipo de calçado mais gosta de ver em pés femininos

A pergunta a seguir buscava descobrir o que atrai mais nas pernas e pés femininos. As respostas apresentadas demonstram que os Jovens e os Maduros preferem perna/coxa longas (23,68% e 30,00% respectivamente) seguido pelas perna/coxa curta e torneada (15,79%; e 20,00% respectivamente). Já entre os Jovens Adultos e os Adultos a preferência foi perna/coxa longa e esguia (25,61% e 29,27 respectivamente) seguido pela barriga da perna (17,07% 21,95%) (fig. 87). Alguns inquiridos destacaram gostar dos joelhos opção que não está inclusa nas respostas de múltipla escolha.



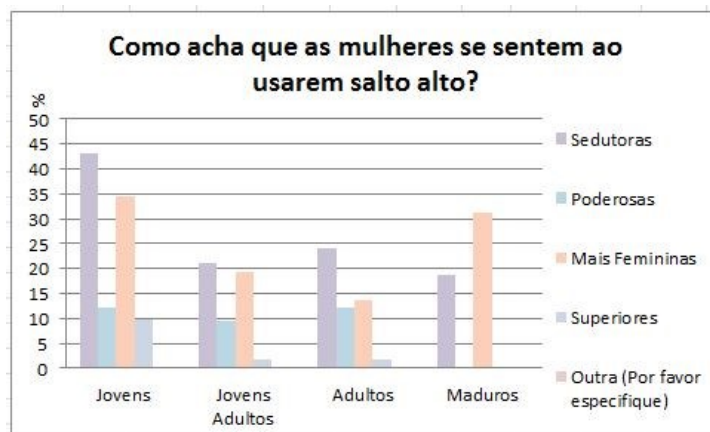
**Figura 87:** O que atrai mais na perna/ pé feminino?

A próxima questão indagava sobre o que mais atraía ao inquirido ao ver uma mulher de salto alto. Grande parte dos Jovens e os Maduros afirmaram gostar da elegância na postura (45,78%; 31,25% respectivamente) e das alterações na postura corporal (24,1%; 12,5% respectivamente). Entre os Jovens Adultos a preferência é a elegância na postura (23,68%) e a sedução e o poder (10,53%). Enquanto os Adultos 27,59% gostam da elegância seguida por 10,34% que dizem ser atraídos pela delicadeza no movimento (fig. 88).



**Figura 88:** O que mais atrai ao ver uma mulher de salto alto

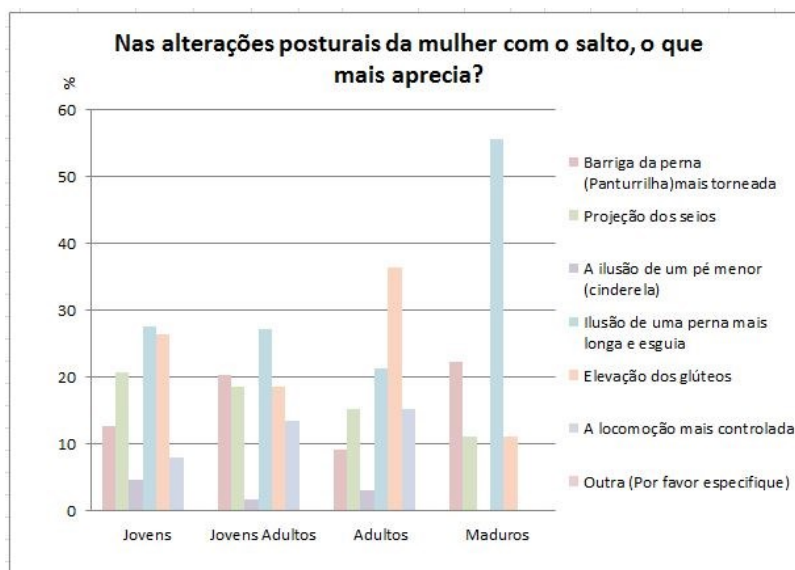
Quando questionada a opinião sobre: “como acha que as mulheres se sentem ao usarem salto alto” os inquiridos demonstraram acreditar que elas se sentem mais femininas (24,56% dos Jovens; 19,29% dos Jovens Adultos; 13,79% dos Adultos e 31,25% dos Maduros) seguido por sedutora (43,3% dos Jovens; 21,1% dos Jovens Adultos; 24,1% dos Adultos e 18,8% dos Maduros) (fig. 89). Desconfortáveis e Sensuais foram respostas lembradas por alguns entrevistados na opção Outros do inquérito.



**Figura 89:** Como acha que as mulheres sentem-se ao usar salto?



Ao questionar quais as alterações posturais geradas pelo uso de salto alto, era a mais apreciada, as respostas obtidas mostraram que os Jovens e os Adultos preferem a ilusão de uma perna mais longa e esguia (27,59%, 21,21% respectivamente) e a elevação dos glúteos (26,44%, 36,36% respectivamente). Enquanto os Jovens Adultos e os Maduros preferem ilusão de perna longa e esguia (27,12%, 55,56% respectivamente), bem como da barriga da perna mais torneada (20,34%, 22,22%) (fig. 90).



**Figura 90:** Alterações posturais provocadas pelo salto que mais atrai os homens

Ao indagar se deveria haver uma versão de salto alto para o calçado masculino a grande maioria dos entrevistados se mostrou contra respondendo não (84,6% Jovens; 85,7% Jovens adultos; 73,7% Adultos e 83,3% Maduros). A tabela 4 apresenta algumas das respostas com maior relevância retirada dos comentários feitos a respeito da questão.

**Tabela 4: Respostas à pergunta se deveria haver uma versão de salto alto para o calçado feminino**

A elegância do salto alto não "fica" bem nos homens

Deve ser uma coisa mais feminina mesmo, deixando assim um diferencial sadio entre os sexos.

Dado que está provado, que o salto pode provocar problemas ao nível da estrutura esquelética (ex.: costas e pés) a sua única vantagem é o aspecto estético que confere. Uma vez que regra geral os homens são menos preocupados com as questões estéticas. Não faz sentido a existência desse tipo de calçado

Por mais que na história o salto tenha sido usado pelos homens. Hoje em dia o salto alto é marca registrada das mulheres. Acredito não ser de bom grado fazer esse tipo de calçado para o público masculino.

Acho que há segmentos para todos os públicos sendo possível também que alguns homens



|   |
|---|
| possam vir a aderir aos saltos como já foram utilizados em outros séculos.  |
| Existem coisas que devem ser só para mulher e outras só para homens.  |
| O salto evidencia delicadeza e suavidade de movimento, algo que considero essencialmente feminino.  |
| O calçado não devia ser dedicada a um único género a priori.  |
| Talvez não exatamente para o público masculino, já que é um nicho de mercado bem específico, mas acredito que poderiam ser criados sapatos de salto alto para numerações maiores (acima do 40) para as mulheres que, "automaticamente" (descartando outras diferenças entre os pés masculinos e femininos, que sabemos que existem), já agregaria boa parte do público masculino. |
| O salto alto foi feito para a mulher realçar os seus atributos femininos, dificilmente um homem quer realçar o peito e o rabo da mesma maneira que uma mulher.  |
| Para além dos cânones sociais ainda não estarem modificados os suficiente para tal, a nível estético, parece-me que o salto alto iria favorecer poucos, ou até nenhum homem.  |
| Eu não usaria salto alto, porque não acho que seja confortável, mas acredito que se as mulheres reclamaram o uso das calças no século passado, os homens também devem ter a possibilidade de usar outros géneros de roupa e calçado que, na sociedade atual não são considerados masculinos.  |
| Se alguém quiser, porque não. Acabe-se com o preconceito de estilo baseado em género!   |
| Penso que devia haver calçado mais alto para os homens, mas não salto alto.   |

A última pergunta do inquérito foi aberta e desta forma conseguir recolher opiniões dos homens pesquisadas sobre o tema Calçado Feminino. As respostas obtidas foram transcritas para uma tabela que se encontra no Anexo V.



## **CAPÍTULO 5**

# **Conclusão e Perspectivas Futuras**

“O acessório tem o poder de identificar a pessoa, já um sapato pode mudar toda a roupa. A roupa muitas vezes é que acaba fazendo o papel de acessório em cima do sapato”.

Walter Rodrigues



## 5. Conclusões Gerais

A presente pesquisa buscou analisar diversos aspectos do calçado feminino, em especial o sapato de salto alto. A relação deste acessório com o conforto, bem como a importância do seu valor estético e apelo ao fetiche são pontos importantes deste estudo. O calçado feminino permite como qualquer outra peça do vestuário a opção de “identidade e de jogo”, à expressão pessoal ou à transformação em outros (Barthes, 1979).

Foi possível durante o estudo bibliográfico averiguar que o calçado acompanha o homem desde o início da civilização. A sua importância é exaltada inclusive pela mitologia grega, no qual Hermes foi presenteado por Zeus com sandálias aladas que o permitiam voar. Como exposto anteriormente, com o passar dos séculos o sapato vai perdendo seu caráter funcional de proteção dos pés para aos poucos ir assumindo uma maior relevância do ponto de vista estético.

No período da Roma Antiga o tipo de calçado distinguia classes sociais. Por imposição do governo o tipo de modelo de calçado, bem como sua cor, deveria condizer com a posição social à qual a pessoa pertencia. O calçado para os romanos possuía tamanha importância que segundo Danise (2008,11) “a força do exército romano foi constituída praticamente e simbolicamente no poder da marcha das botas dos soldados”.

A história mostra que o calçado apresenta uma grande ligação com o status do indivíduo. O comprimento do bico durante a idade média demonstrava o grau de nobreza do indivíduo. A relevância desse elemento do calçado era tão grande que segundo Cosgrave (2000) o bico do sapato de um nobre desta época poderia chegar a 60 cm. O salto alto foi outro elemento de destaque da posição social, simbolizando inclusive nobres como o Rei da França Luiz XIV, que ficou conhecido pelo uso de sapato de salto alto na cor vermelha.

Com o passar dos tempos o salto alto foi-se tornando elemento exclusivo do universo feminino. Muito além de apenas altura, ele traz em si elementos que refletem diretamente na imagem relacionada ao gênero feminino. A elegância e a sofisticação deste acessório com o tempo passou a simbolizar a feminilidade da mulher.

A história mostra que o calçado feminino passou por grandes evoluções durante os séculos. As duas grandes guerras mundiais são fortes exemplos disso quando as mulheres, até então donas de casa, por necessidade começam a ocupar espaço no mercado de trabalho e conseqüentemente acabaram por adaptar seu guarda-roupa e o calçado para uma nova realidade cotidiana. Além dos

contextos históricos, o surgimento de novas matérias primas, ou a falta delas, como o caso do couro durante as guerras, obrigaram os fabricantes a adaptarem os calçados.

É importante salientar que o setor calçadista vem evoluindo muito: o desenvolvimento de técnicas, a adaptação dos moldes, bem como o investimento em pesquisa para aperfeiçoar o produto em relação ao conforto. Hoje em dia o segmento do calçado feminino conta com uma grande variedade de modelos e estilos que possibilita à mulher escolher qual o tipo de sapato que deseja utilizar em cada ocasião, seja por se adaptar melhor à sua roupa, ao seu dia a dia ou por representar da melhor forma seu estilo e personalidade.

Conforme foi anteriormente mencionado, o calçado possui diferentes formas de classificação. Seja pelo estilo do modelo (*mocassin*, sandália, chinelo, tamanco, *scarpin*, *sabrin*, etc.) ou pelo tipo de salto (raso, baixo, médio e alto). O mercado consumidor atual exige que o sapato atenda a todas as suas exigências sejam elas de carácter fisiológico ou psíquico.

Para tentar melhorar e inovar o calçado, o investimento em desenvolvimento e pesquisa é cada vez maior, no entanto aliar conforto e a estética nem sempre é tarefa fácil, principalmente quando o assunto são os saltos altos. Conhecido pela sua elegância, sedução e beleza o salto alto é um estilo de sapato muito controverso, já que é amado por algumas mulheres e odiado por outras.

A utilização inadequada deste tipo de calçado pode gerar sérios problemas, nomeadamente joanete, deformações nos dedos, danos posturais, entre outros. Os ortopedistas recomendam o uso esporádico dos saltos, principalmente quando este está associado ao bico fino. Mesmo gerando fortes desconfortos e problemas anatômicos o salto alto possui fieis usuárias que não abandonam este estilo de sapato de forma alguma.

Grande parte desta devoção deve-se ao simbolismo que está ligado ao salto alto. Segundo O'Keeffe (1996), este acessório consegue colocar a mulher numa posição de poder e comando, no qual ela é o foco principal da sedução e feminilidade. A ligação que este tipo de calçado tem com a fantasia sexual e o fetiche é lembrado por Steele (2005, p. 19): “o sapato de salto alto é um símbolo de amor – e também um símbolo de agressão”. A relação do salto alto com o fetiche, como foi exposta no presente trabalho, pode ser relacionada com o carácter psicológico, estudado principalmente por Freud (1905), ligado a fantasias sexuais, ou com a dimensão social, tema proposto por Karl Marx (1867), que envolve o poder atribuído a um objeto, o qual ele não possui.

Buscando fundamentar o trabalho entendeu-se adequado proceder à aplicação de um questionário. Os resultados encontrados devem ser compreendidos no contexto sócio cultural em que foi realizado o estudo.

Esta pesquisa dividiu-se em dois inquéritos, nos quais as perguntas eram diferentes para cada um dos gêneros pesquisados (masculino e feminino). A maior parte de ambas as amostras analisadas são compostas por pessoas Jovens, com idades até 25 anos, de nacionalidade portuguesa, com grau de escolaridade elevado (nível superior). A maioria ainda são estudantes e não possuem envolvimento com a moda.

Ao serem analisadas as questões de hábitos de consumo, se verificou que a maior parte das mulheres entrevistadas costuma planejar suas compras, o que pode ser reflexo da crise económica que Portugal está a passar. Os homens, de uma forma geral, também costumam planejar, porém existe uma grande faixa de homens Maduros que afirmam comprar por impulso. Este resultado é diferente do que se poderia imaginar, visto existir a “falsa impressão popular” de que as mulheres são mais impulsivas nas compras de roupas e calçado do que os homens. O conforto é o critério mais relevante no momento da compra. A maioria das mulheres possui de 11 a 20 pares de sapatos, enquanto os homens mais de 5 pares, o que nos pode levar acreditar que o sapato, mesmo para o homem, já não é só uma peça funcional, mas esse estudo já sai do âmbito desta investigação.

Quanto ao uso de salto alto verifica-se que na amostra a maioria das jovens não usa salto alto, e constata-se que a sua utilização se intensifica na idade adulta mantendo-se até uma idade mais madura. Podem-se apontar aqui várias causas para o fato, como por exemplo, imposição profissional que leva depois ao hábito da sua utilização, mas as razões mais apontadas pelas próprias são a elegância na postura criada pelo salto alto, além de ser uma questão de estilo pessoal. Estas também demonstram que o gosto pessoal é o motivo que mais influencia o uso deste tipo de sapato. A amostra indicou que grande parte utiliza salto por nunca mais de duas horas diárias, com destaque para as Jovens, que apesar de não ser o grupo que faz maior uso deste artigo, apresentam uma maior percentagem de utilização de saltos por períodos de 4 horas diárias. Os eventos sociais são a principal ocasião em que as entrevistadas relatam utilizar salto alto. Grande parte destas afirmam não se sentirem socialmente pressionada a usar este estilo de acessório.

Ao verificar que a maioria não usa salto alto (superior a 5 cm) buscou-se descobrir a relação das entrevistadas com os diferentes tipos de calçados e verificou-se que o sapatos mais usados são o tipo tênis, as “sabinas” de salto raso e botas de salto baixo.

No entanto quando questionadas sobre qual tipo de sapato que mais gostariam de usar, a grande maioria indicou os sapatos de salto alto. As Jovens preferem um modelo de salto de cunha ou *stiletto* extremamente alto com compensação na frente e uma biqueira mais redonda (modelos P e M). As Jovens Adultas preferem modelos mais elegantes de salto *stiletto* e biqueira fina (N e O), as Adultas

selecionaram um misto de sapato de salto (salto *stiletto* e biqueira redonda) e salto raso de biqueira fina (tipo Oxford (A)). Quanto à Maduras, que são as que dizem usar mais salto alto, o seu desejo seria usar sapato tipo tênis (C) e o sapato estilo *stiletto* (salto alto fino e biqueira estreita, (N)). Pode se constatar desta forma que grande parte das mulheres não está satisfeita com o tipo de calçado que usa; isso pode ser explicado pela falta de ergonomia que este tipo de calçado apresenta, que além de dores nos pés pode provocar sérias lesões. Desta forma algumas das mulheres acabam desistindo do “desejo” pelo produto para garantir o conforto.

Quando a pesquisa foi direcionada para analisar a relação do salto alto com os pés femininos, verificou-se que grande parte da amostra não possui problemas nos pés, no entanto afirmam possuir alguns problemas que envolvem os calos e o joanete. Mais é questionado aqui se estes problemas estarão relacionados com o uso de calçado inadequado, que poderá ser uma questão para futuras investigações. E este raciocínio vem em consequência dos resultados levantados em relação à pergunta: “tolera bem as dores causadas pelo calçado?”, surpreendentemente existe uma grande percentagem de mulheres, como por exemplo 50% das mulheres adultas, que embora não seja a maioria, toleram bem essas dores.

Relativamente à tipologia de sapatos que provocam mais desconforto em termos de dores na sua utilização, os modelos de sandálias altas (abertas (O)), modelos com saltos finos e biqueira estreitos (*stiletos* (N)) e saltos extremamente altos (de mais de 10 cm (P)) ainda que com compensação dianteira, parecem estar na origem das maiores queixas das utilizadoras.

Ao buscar compreender a percepção psicológica das entrevistadas observou-se que para grande parte delas o salto alto representa a beleza e a feminilidade, porém o desconforto e o sacrifício foi lembrado por muitas. Este aspecto pode ajudar a explicar o fato de que, apesar de desejarem usar salto alto, muitas mulheres acabam optando pelo calçado de salto baixo, uma vez que ele proporciona mais conforto.

Apesar disto, quando questionadas sobre como se sentiam ao usar salto alto, uma expressiva porção demonstrou que o acessório proporciona a “impressão” de estarem ainda mais femininas. Entre as mulheres que afirmam usar salto são também mencionados o poder e a sedução. Estas associações fazem parte do simbolismo que este tipo de sapato carrega consigo, como visto anteriormente neste estudo, por se tratar de um elemento praticamente exclusivo do universo feminino. Quando se faz alusão a este tipo de calçado logo se pensa na imagem da mulher, seja ela “feminina com movimento delicado”, “poderosa devido à elevação de sua altura” ou “sensual em virtude das alterações corporais e de postura”.



Para aprofundar ainda mais esta análise foram utilizadas citações de pessoas famosas referindo-se ao calçado de salto alto para tentar descobrir até que ponto as mulheres se identificam ou não com essas afirmações. Entre as frases pode-se destacar a de Marilyn Monroe: “Não sei quem inventou o salto alto, mas todas as mulheres devem muito a esta pessoa”. Boa parte das mulheres que usam salto alto concorda com o que foi mencionado, o que desmonta que grande parte delas possui uma ligação afetiva com este objeto, que segundo Crilly (2004) é parte da resposta psicológica do consumidor ao conteúdo semiótico do produto.

Outra frase de bastante repercussão é de Camila Morton: “Se o seu acompanhante é mais baixo que o seu sapato mais alto, dispense o sujeito hoje mesmo. Um par de Manolos dura à vida toda e não vale a pena abrir mão do estilo em nome do amor”. Com esta forte citação pretendeu-se descobrir o grau de importância do salto alto na vida das entrevistadas, uma vez que segundo esta, a mulher deveria renunciar ao amor de um homem pela paixão ao salto. Os resultados mostram que grande parte das mulheres afirma discordar completamente, o que mostra que apesar de muitas possuírem uma ligação muito forte com este tipo de calçado, elas não estariam dispostas a abdicar de outro forte elemento como o amor por um homem, por exemplo, em função de um objeto.

Torna-se interessante ressaltar alguns dos comentários das inquiridas como: “... uma relação de amor e ódio com o calçado se, por um lado, são muito desconfortáveis e limitam os movimentos, por outro lado dão um ar mais elegante e feminino”. Este simples acessório feminino possui o poder de conseguir “... revelar muito da personalidade da pessoa, do estilo e modo de vida”.

Foi possível concluir com o inquérito que para as mulheres o salto é um importante ícone do conforto psico-social feminino que possui signos muito fortes, como a feminilidade, a elegância e a sensualidade, que estão fortemente inseridos na cultura da sociedade contemporânea, onde os objetos são os signos de uma linguagem que simboliza o *status*, a personalidade, o estilo e as aspirações de cada indivíduo. A aprovação social desta imagem de feminilidade, desperta a necessidade de fazer uso destes elementos, em muitos dos casos em busca de um conforto psico-social, no qual ao usar salto alto ela terá aprovação dos demais indivíduos a respeito do seu valor enquanto mulher.

Verificou-se ainda que apesar de afirmarem sentir desconforto, em alguns casos até mesmo dores, este acessório está sempre em evidência entre as mulheres. A busca por elegância, feminilidade, poder e sedução, relacionados às questões de estética e vaidade pessoal acabam por dar preferência ao sentir-se psicologicamente em vez de estar fisicamente confortável. Trata-se, portanto, de uma forma de conforto que está para além das dimensões físicas e sensoriais e que remete para o modo como as consumidoras vêm satisfeitas as suas necessidades psicológicas (afirmação de

qualidades pessoais, confiança, atratividade) e sociais (estatuto, estilo de vida, distinção ou diferenciação social).

Do universo masculino relativamente ao calçado de salto alto, verifica-se que a maior parte da amostra aprecia ver uma mulher que usa salto alto, especialmente o grupo etário dos adultos. Os homens podem ser grandes influenciadores na tomada de decisão de compra de calçado feminino, ao manifestarem que a maioria dá a sua opinião na compra de um calçado quando solicitados pela mulher e baseiam a sua opinião no que consideram o seu principal critério de escolha que é o design da peça de calçado.

Quando solicitado para indicar qual tipo de calçado que mais gostava de ver em pés femininos, verificou-se que independentemente da faixa etária os modelos mais votados são os da categoria de salto alto. Dizem-se sentir-se atraídos por pernas longas e esguias, o que mais os atrai na mulher ao usar salto alto é a elegância na postura. Coincidentemente este também foi um dos critérios eleitos pelas mulheres que escolhem o salto alto. Um dos pontos que parece atrair mais os homens em relação às alterações posturais provocadas pelo salto alto na mulher é a sua locomoção controlada e a elevação dos glúteos.

Na tentativa de explorar possibilidades e em modo “provocativo”, foi perguntado ao público masculino se achava que deveria haver uma versão de salto alto para o calçado masculino - a grande maioria da amostra manifestou-se contra. Entre a sua argumentação destacam-se opiniões como: “por mais que na história o salto tenha sido usado pelos homens, hoje em dia o salto alto é marca registada das mulheres” e “O salto evidencia delicadeza e suavidade de movimento, algo que considero essencialmente feminino”. No entanto surgem algumas opiniões que defendem que: “Acabe-se com o preconceito de estilo baseado em género!” ou “O calçado não devia ser dedicado a um único género a priori”. Isto leva a pensar que “... há segmentos para todos os públicos sendo possível também que alguns homens possam vir a aderir aos saltos como já foram utilizados em outros séculos”.

Da conclusão deste inquérito masculino depreende-se que o sapato de salto alto feminino é um símbolo de feminilidade, pois além da elegância atribuída a este objeto, as limitações geradas por este tipo de calçado fazem com que aquelas que usam fiquem com movimentos mais delicados, que é uma “qualidade” atribuída a uma mulher.

### **5.1 Perspectivas Futuras**

Dentro das perspectivas futuras que se tornam pertinentes no contexto desta investigação pode-se propor um aprofundamento das razões que levam as mulheres a não usar saltos altos, uma vez que o desejo da maioria seria no sentido da sua utilização.

O (des)conforto ergonômico/físico nos calçados de salto alto é outro assunto que pode ser amplamente explorado, inclusive com uma pesquisa mais detalhada que permita a elaboração de uma metodologia ou manual de boas práticas para o design de calçado de salto alto com ênfase no conforto. Neste contexto, os tipos de materiais também são tema a ser melhor explorado e pesquisado.

Por fim explora algumas questões que podem ser pertinentes no âmbito do calçado masculino, com salto (ainda que não tão alto como o feminino), e que poderá ser um potencial nicho de mercado.



**BIBLIOGRAFIA**

- APPADURAI, A., 1990. Introduction: commodities and the politics of value.. In: *The social life of things*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BARRETTO, S., 2006. *Diseño de calzado urbano*. Buenos Aires: Nobuko.
- BARTHES, R., 1979. *Sistema da Moda*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.
- BAUDRILLARD, J., 1981. *Para uma crítica da economia política do signo*. São Paulo: Martins Fontes.
- BERWANGER, E. G., 2011. *Antropometria do pé feminino em diferentes alturas de salto como função para conforto de calçado*. *Dissertação de pós graduação*. Porto Alegre: URGs.
- BOZANO, S. & OLIVEIRA, R., 2011. Ergonomia do calçado : os pés pedem Conforto. *Revista Unifeb*, Issue 9ª, pp. 26-29.
- CAMPOMAR, M. C., 2006. Pesquisa em marketing e seus Problemas Versus Pesquisa de Marketing. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, Volume 4, pp. 213-223.
- CARRASCO, J. M., 1995. *Estilismo e Modelagem: Técnica do Calçado*. Porto Alegre: Palloti.
- COELHO Netto, J. T., 1983. *Semiótica, informação e comunicação: diagrama da teoria do signo*. São Paulo: Prespectiva.
- CONDER, L., 2004. *A história do sapato no século 20*. São Paulo: s.n.
- COSGRAVE, B., 2000. *The complete history of costume & fashion: from ancient Egypt to the presente day*. New York: Checkmark Books.
- CRILLY, N., MOULTRIE, J. & CLARKSON, P. J., 2004. *Seeing things: consumer response to the visual domain in product design*. *Design Studies 25*. 25 ed. Great Britain: Elsevier.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. & ROCHBERG-HALTON, E., 1999. *The meaning of things: domestic symbols and the self*. Cambridge: Cranbridge University Press.
- CTCCA, Centro Tecnológico do Couro, Calçados e Afins, 1994. *O Pé e a Fôrma - Volume 6*. Novo Hamburgo: CTCCA/ SEBRAE.
- D'ANGELO, A. C., 2004. *Valores e significados do consumo de produto de luxo*. *Dissertação de mestrado*. Porto Alegre: UFRGS.
- DAMÁSIO, A. R., 2001. *O mistério da consciência*. São Paulo: Companhia das Letras.
- DANESI, M., 2008. *Of Cigarettes, High Heels, and Other Interesting Things: An Introduction to Semiotics*. 2º ed. New York: Palgrave MacMillan.
- DANTAS, E. B., 1997. *Gerência de Marketing*. 3ª ed. Rio de Janeiro: SENAC.

- DEMPSEY, P. A. 1996. *Ergonomic investigation of letter-carrier satchels: Part I. Field study. Applied Ergonomics*, v.27, n.5. s.l.:s.n.
- DESMET, P. H., 2002. *The Basic of Product Emotion. In: GREEN, William S.; JORDAN, Patrick W. Pleasure with Products: Beyond Usability*. London: Taylor & Francis.
- DUARTE, M. C. V., 1978. *Estudo do Calçado. Monografia de Formatura*. Rio de Janeiro: ESDI.
- ECO, U., 1997. *O signo*. Lisboa: Presença.
- FREUD, S., 1972. *Três ensaios sobre a teoria da sexualidade*. 7º ed. Rio de Janeiro: Imago.
- GEORGES, L., 2001. *Introdução á formografoimetria*. S.l.: Delata.
- GIL, A. C., 2005. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4ª ed. São Paulo: Atlas.
- GODART, F., 2010. *A sociologia da moda*. São Paulo: Senac.
- HIRSCHFELD, M., 1982. Fetichismo: fonte de amor . In: *In: Enciclopédia de educação sexual. Vol.2.* São Paulo: Iracema.
- IIDA, I., 2005. *Ergonomia: projeto e produção*. São Paulo: Edgard Blucher.
- JONES, J. S. L. S. D. T. B. P. 2., 2010. *Shoe Love*. San Diego: Thunder Bay Press.
- JORDAN, P. W., 2000. *Designing Pleasurable Products: an introduction to the new human factors*. London: Taylor and Francis.
- KOTLER, P. & ARMSTRONG, G., 2007. *Princípios de Marketing*. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentices Hall.
- KRIPPENDORFF, K., 1990. Product Semantics: A Triangulation and Four Design Theories. In: *Product Semantic 's 89*. Helsinki: Seppo Väkevä.
- KRIPPENDORFF, K., 2006. *The Semantic Turn: a new foundation for design*. Boca Raton: Taylo & Francis.
- LIPOVETSKY, G., 1989. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras.
- LURIE, A., 1997. *A linguagem das roupas*. Rio de Janeiro: Rocco.
- MANFIO, E. F., 2001. *Estudo de Parâmetros Antropométricos do Pé. Tese de Doutorado*. Santa Maria: UFSM.
- MATTAR, F. N., 2005. *Pesquisa de Marketing*. 6ª ed. São Paulo: Atlas.
- MATURANA, H., 2001. *Cognição, Ciência e Vida Cotidiana.* Belo Horizonte: UFMG.
- MAX, K., 1971. *O Capital: crítica de economia política. Vol1*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

- MCCRACJEN, G., 1983. Culture and consumption: new approaches to the symbolic character of consumer goods and activities. In: *the politics of plenitude..* Bloomington: Indiana Press University.
- MILLER, R., 1989. *Manual of shoemaking*. London: Clarks.
- MOLES, A. A., BAUDRILLARD, J., BOUDON, P. & VAN LIER, H., 1972. *Semiologia dos objetos*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Monteiro, V. A., 1999. *Ergonomia, Design e Conforto no Calçado Feminino. Dissertação de Mestrado*. Rio de Janeiro: PUC.
- MONTEIRO, V. A., 1999. *Ergonomia, Design e Conforto no Calçado Feminino. Dissertação de Mestrado*. RIO DE JANEIRO: PUC.
- MORAES, A. d., 2005. *Ergodesign de produtos : Agradabilidade, Usabilidade, Segurança e Antropometria*. Rio de Janeiro: iUsEr.
- MYLIUS, M. S., 1998. *O Sapato: Conhecer Bem Para Vender Melhor: Um Manual para o Lojista*. Novo Hamburgo: CTCCA.
- NORMAN, D. A., 2008. *Design Emocional*. Rio de Janeiro: Rocco.
- PALOMINO, E., 2002. *A moda*. São Paulo: Publifolha.
- PRATT, L. & Woolley, L., 2008. *Shoes*. London: V&A Publishing.
- ROCHA, E., 1984. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. São Paulo: Brasiliense.
- ROSSI, W. A., 2000. *The Complete Footwear Dictionary*. Malabar: Krieger.
- SCHMIDT, M. R., 2005. *Modelagem técnica de calçados*. 3ª ed. Novo Hamburgo: SENAI.
- SEFERIN, M. T., 2012. *Design, Emoção e o Calçado feminino: Mulheres Que Amam Calçados. Dissertação de mestrado*. Porto Alegre: UFRGS.
- SELBACH, M., 2005. *Pesquisa sem frescura*. [Online]  
Available at: <http://booksgoogle.com.br>
- STEELE, V., 1997. *Fetichismo: moda, sexo & poder*. Rio de Janeiro: Rocco.
- STEELE, V., 2005. *Shoes: A lexicon of style*. United Kingdom: Co & Bear Production.
- STOLLER, R., 1985. *Observing the erotic imagination*. New Haven: Yale University Press.
- SVENDSEN, L., 2010. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar.
- TIGER, L., 1992. *The Pursuit of Pleasure*. Canada: Little, Brown & Company.

VAN DER LINDER, J. C. d. S., 2007. *Ergonomia e design : prazer, conforto e risco no uso de produtos*. Porto Alegre: UniRitter.

VARGAS, I. P. R., 2011. *Conforto no Calçado Feminino. Monografia de Formação*. Florianópolis: UDESC.

WALFORD, J., 2007. *The seduction shoe: four centuries of fashion footwear*. New York: Tabori & Chang.

WOODWARD, S., 2007. *Why women wear what they wear*. Berg: Oxford.



## **ANEXOS**



## **ANEXO I - Componentes do Calçado Feminino**

O processo de fabricação do produto começa nos setores de criação e modelação e finaliza na expedição. A produção tem início com a definição do modelo a ser produzido, desta forma se inicia os estudos do projeto.

Para a confecção de um calçado é fundamental a criação de forma, que serve como uma réplica do pé humano, que geralmente é talhada em madeira. Uma forma bem desenvolvida ajudará a garantir o conforto do calçado, pois é nessa etapa que ocorre o estudo essencial da curvatura do pé, bem como a distribuição do peso corporal sobre o pé. Para cada modelo de calçado é necessário uma forma específica.

Segundo o Centro de Tecnológico do Couro, Calçados e Afins (1994, p.16), o setor de criação e modelagem tem como principal função o desenvolvimento das formas, que são as bases para a construção do calçado. Nesta etapa são realizados testes com o intuito de obter um bom resultado no calce e design do calçado. Esta forma servirá como molde do calçado a ser projetado, tradicionalmente começa-se por fazer um desenho básico sobre ela, que é posteriormente planejado em cartolina. As peças que compõem o modelo serão destacadas no corpo-de-forma.

Na sequência o destaque das peças que irão compor o calçado, que seguem as linhas que formam o desenho do modelo será colocado sobre o corpo-de forma. Com as peças dos modelos criadas, os ajustes podem ser feitos e definidas as costuras e pontos para iniciar a preparação das peças. Os modelos podem ser escalados ou graduados. As peças devem ser produzidas nos tamanhos necessários para as diferentes numerações existentes.

Os protótipos servem para determinar a melhor maneira de produzir o modelo, minimizando as possíveis dificuldades que serão enfrentadas no processo produtivo.

Com a modelagem pronta, o modelo irá passar para o processo de produção no setor de corte, uma das primeiras etapas para a produção em série. As peças vindas da modelação são utilizadas como “gabarito” (moldes) para que o sistema de corte possa ser executado. Neste processo é imprescindível que o posicionamento e o encaixe dos modelos seja preciso, garantindo o bom aproveitamento do material. Este setor é também responsável por trabalhar o couro, garantindo que o material fique com espessuras iguais e homogêneas.

As peças podem sofrer com o acúmulo de material durante a produção. É no estágio da “chanfração” (desbaste de material) que os ajustes aos ângulos são realizados, buscando garantir o conforto da peça.

No setor da preparação e costura, são feitas a montagem do “cabedal ou corte”, unindo as peças, gerando desta forma segurança da união. O passo seguinte é a montagem, onde ocorre a união do cabedal com os outros componentes e o solado. Neste estágio a palmilha é fixada na planta da forma, seja através de colagem ou semilhas (grampos ou pregos). É indispensável que as bordas não apresentem saliências para fora da forma. Posteriormente o contraforte, colocado dentro do cabedal, é reativado em matriz quente ou em solvente. Após seco o cabedal é posicionado sobre a forma, fixado por pregos ou cola na parte traseira, dentro da altura marcada na forma, desta forma facilitando a montagem do bico. Este pode ser a sua montagem realizada manualmente ou à máquina, após a couraça (ou forte) ser reativada química ou termicamente.

A parte traseira do calçado ganha “vida” após ser aquecida, a fim que se obtenha uma base traseira plana. Esta operação pode ser feita manualmente ou em máquina “calceira ou calcanheira” que monta e fecha ao mesmo tempo. O cabedal passa por um superaquecimento para que fique selado à forma.

Após estes processos o calçado passa por um choque térmico, com baixa temperatura a fim de estabilizar a forma do calçado. Em seguida a planta é rebatida, com o intuito de homogeneizar a base e retirar possíveis rugas provenientes da montagem. A “aspiração ou cardagem” é uma operação que pode ser tanto mecânica como química (limpeza com solventes e aplicação de halo-gerentes), que promovem a adesão da cola posteriormente.

Em seguida é aplicado tanto na sola como no cabedal o “adesivo ou cola”, seja por meio de pincéis, escova ou pistola. Dependendo do “adesivo” aplicado, pode ser necessária uma completa secagem, muitas vezes ativada pelo calor. Logo após a junção, a peça é prensada para garantir a perfeita união dos materiais. A junção destes dois elementos é feita através de colagem.

Por fim a peça passa pelo acabamento, onde é realizada a limpeza e são dados os últimos retoques, garantindo a boa aparência da peça.

## **Materiais**

Independente de como o design do calçado pode ser revolucionário ou inovador, a escolha do material é de fundamental importância para o desenvolvimento do produto e garantir a obtenção de um

bom resultado no produto final. Têm-se grandes vantagens quando se conhece bem o material com que se irá trabalhar, pois já se possui conhecimento dos benefícios que este dará ao produto final, produzindo assim calçados confortáveis.

A escolha do tipo de matéria-prima para a confecção do calçado pode enaltecer o produto ou estragá-lo. Desta forma a indústria do calçado investe cada vez mais em pesquisa para melhorar a qualidade da matéria-prima, bem como no desenvolvimento de novos materiais.

Este investimento na tecnologia acaba agregando vantagens no produto final, desde a maior agilidade de fabricação, a diminuição de custos, a melhoria de qualidade e a minimização dos danos ao meio ambiente.

As principais matérias-primas utilizadas pelo setor do calçado são de origem animais (couro) e também artificiais ou sintéticos (químicos).

## **Couro**

Um dos materiais utilizados na indústria do calçado, o couro é um produto de origem animal, constituído essencialmente de derme. Por ser um produto natural, proveniente da pele de diversos animais, o couro precisa passar por processo de curtimento que o torna imune à putrefação.

O couro para ser aplicado na produção de calçado, precisa apresentar as seguintes características: resistência ao atrito, à humidade, à flexão e ter boa absorção do suor do pé, além de ter de permitir uma boa transpiração mantendo os pés numa temperatura agradável.

Na produção de calçado são empregues peles de diversas raças de animais, no entanto ainda hoje o couro bovino é o mais utilizado, seguido pelo caprino, ovino, suíno, antílopes, répteis e batráquios.

Existe uma infinidade de estilos e formas de couro. Alguns são mais grossos e pesados, outros são mais finos e leves. Esta diversidade faz com que cada tipo de couro seja indicado para um tipo de aplicação diferente, como apresentado na Tabela 1:

**Tabela Couros utilizados na indústria do calçado sua origem e aplicação Fonte: (CTCCA, 2002).**

| Raça do Animal | Animal    | Couro   |
|----------------|-----------|---|
| Bovina         | Touro     | Sola, atanado   |
|                | Boi       | Sola, atanado   |
|                | Vaca      | Vaqueta, búfalo, naco, sola, atanado                                  |
|                | Garrote   | Verniz, vaqueta de primeira, zague, cromo                             |
|                | Bezerro   | Cromo, bezerro, forro, búfalo, camurção                               |
|                | Nonato    | Cromo, camurça, bezerro-cheveu, forro                                 |
| Caprino        | Bode      | Forro, pelica, camurça  |
|                | Cabra     | Forro, pelica, camurça  |
|                | Cabrito   | Forro, pelica, camurça, bezerro-cheveu                                |
| Ovino          | Carneiro  | Mestiço, forro  |
|                | Cordeiro  | Mestiço, forro, camurça, pelica                                       |
|                | Borrego   | Camurça, pelica, camurcina  |
| Suíno          | Porco     | Forro, raspa, couro de porco  |
|                | Leitão    | Forro, couro de porco   |
| Répteis        | Crocodilo | Couro é apenas curtido a cromo, tingido naturalmente e/ou envernizado |
|                | Lagarto   |   |
|                | Jacaré    |   |
|                | Cobras    |   |
| Antílopes      | Veado     | Pelica, camurça, forro  |
|                | Gazela    | Pelica, camurça, forro, camurcina                                     |
|                | Gamo      | Camurça, pelica, forro  |
| Batráuios      | Rã        | Chamado vulgarmente de pele de rã                                     |
|                | Perereca  |   |

Por não possuir uma uniformidade em toda a sua extensão, o couro é dividido em regiões, com diferentes valores, dependendo de sua simetria, uniformidade e comprimento. A parte mais nobre do couro é denominada de “Grupão”.

Além do problema da falta de uniformidade o couro pode apresentar muitos defeitos, que podem atrapalhar a qualidade do produto final. Segundo Stoffel (2007, p.450) os principais defeitos apresentados são manchas de fogo (para marcar o gado), arranhões, cicatrizes de ferros (para marcar o gado) e de picada de mosca, chifre (de lutas), bicheira, estrias, cortes, veimento, flor comida, flor ardida, flor solta, flor enrugada, eflorescência de ácidos graxos, couro vazio, retenção de rufa, amarelecimento, desbotamento, pouco poder de absorção, dobras ou pregas, marcação de lote de classificação, marcação de área, mofo, marca de cirurgia, de empilhamento e de agulhão, bolhas de aplicação de verniz e marcas de grampos.

O couro pode diferenciar-se por diversos motivos, nomeadamente pelo tipo de pele, o curtimento, o acabamento, entre outros critérios. Existem três estilos de curtimento: atanado, semicromo e cromo.

Stoffel (2007, p.43) explica que o “atanado”, ou couro vegetal, é um processo que utiliza corantes vegetais ou sintéticos, geralmente nas cores de castanho, avermelhado ou amarelo róseo. Na maioria das vezes apresenta baixa estabilidade, hidrotérmica e solidez à luz solar. Possui resistência adequada à abrasão, pode se transformar em sola, palmilha de montagem e acabamento, viras e cobertura de salto.

No curtimento de cromo o material geralmente é novamente curtido em “tanino” que deixa o couro mais macio e elástico, geralmente utilizado na fabricação de calçado mais flexível.

A escolha do material para a fabricação do produto tem que ser muito criteriosa. A opção correta pode agregar valor ou comprometer o produto final.

### **Materiais Sintéticos de Origem Química**

A falta de matéria-prima e o avanço da tecnologia trouxe o surgimento de novos materiais produzidos a partir de compostos de polímeros. Segundo CTB ([www.ctb.com.pt](http://www.ctb.com.pt)) o couro sintético é um material polimérico, que apresenta microporosidades, pode ou não absorver vapor e água e a sua flexibilidade é semelhante ao couro natural.

Sua fabricação em geral dá-se através de uma base fibrosa (normalmente um poliéster) e um revestimento superficial (normalmente um poliuretano).

O site do CTB destaca que o poliuretano é um dos polímeros mais importantes na fabricação do couro sintético, por possuir elevada flexibilidade, resistência à fadiga, excelente resistência ao envelhecimento, à tração, ao rasgo, à abrasão e possuir microporosidade adequada. Ele pode ser lavado e limpo a seco. Outra importância deste material é ser mais leve e econômico que o couro natural. O PVC (policloreto de vinil) é outro material utilizado na produção de couro sintético, porém este tipo de material não é poroso e de difícil limpeza.

O couro sintético busca ampliar as opções no desenvolvimento de novas funcionalidades no calçado, possibilitando a criação de produtos diferenciados e com baixo custo.





## ANEXO II – Questionários

### ESCOLA DE ENGENHARIA MESTRADO DE DESIGN E MARKETING

Nome do Estudante: Mariana Righetto

#### 1.- O CALÇADO FEMININO

O presente inquérito destina-se a um estudo sobre calçado feminino. Trate-se de uma dissertação de Mestrado do curso de Design e Marketing da Universidade do Minho. Este inquérito com fins académicos é estritamente confidencial e anónimo. Agradece-se que responda com sinceridade as perguntas, que não lhe tomarão mais de 7 minutos. Muito obrigada pela sua colaboração.

**\*1. Idade**

**\*2. Nacionalidade:**

**\*3. Escolaridade:**

- Básico (até o 9º ano)
- Secundário (até 12º ano)
- Ensino Superior
- Pós-graduação
- Outro (Por favor especifique)

**\*4. Situação profissional:**

- Empregado
- Estudante
- Desempregado
- Reformado
- Outro (Por favor especifique)

**\*5. Trabalha na área da moda?**

- Sim
- Não

**6. Se respondeu sim, por favor, indique em que atividade:**

**\*7. Como avalia seu grau de envolvimento com a moda:**

- Sou pioneiro na moda
- Sigo a moda
- Sigo pouco a moda
- A moda não é importante na minha vida
- Sou anti-moda

**\*8. Planeia a sua compra de calçado?**

- Sim, sempre
- Quase sempre planeio a compra, mas por vezes compro por impulso
- Compro por impulso
- Outro (Por favor especifique)

**\*9. Qual os dois critérios que utiliza para comprar calçado?**

- Conforto
- Design
- Preço
- Outro (Por favor especifique)

**\*10. Quantos pares de sapatos possui?**

- Menos de 5 pares
- 5 a 10 pares
- 11 a 20 pares
- Mais de 20 pares

|                         |   |   |  |  |
|-------------------------|---|---|--|--|
| Salto Raso de até 2 cm  | <br>A  | <br>B  | <br>C  | <br>D   |
| Salto baixo de até 4 cm | <br>E  | <br>F  | <br>G  | <br>H   |
| Salto médio de até 6 cm | <br>I  | <br>J  | <br>K  | <br>L   |
| Salto alto mais de 7 cm | <br>M | <br>N | <br>O | <br>P |

Considere a tipologia de calçado que se apresenta a seguir:

\*11. Qual o tipo de sapato que costuma usar mais? (Assinale a letra correspondente):

\*12. Qual o tipo de sapato que gostaria de usar mais? (Assinale a letra correspondente):

13. Costuma usar salto alto (superior a 5 cm)?

- Sim
- Não (passar à questão 17)

14. Se respondeu sim, porque usa salto alto? (No máximo 3 opções)

- Motivos profissionais
- Elegância na postura criada pelo salto
- Motivos sociais

- Estilo pessoal
- Tendência de moda
- Vaidade
- Outra (Por favor especifique)

**15. Se respondeu sim, o que ou quem à influência no uso de salto alto? (No máximo 3 opções)**

- Moda
- Amigos/(as)
- Marido/ Companheiro
- Exigências Sociais
- Gosto pessoal
- Outra (Por favor, especifique)

**16. Se respondeu sim, com que frequência utiliza salto?**

- Mais de 8 horas diárias
- 8 horas diárias
- 4 horas diárias
- Nunca mais do que 2 horas diárias
- Outra (Por favor, especifique)

**17. Em que ocasiões usa sapato de salto alto?**

- Diariamente (7 dias da semana)
- Diariamente (No trabalho)
- Em eventos sociais
- Outro (Por favor especifique)

**\*18. Sente-se socialmente pressionada à usar salto alto?**

- Sim
- Não



**\*19. Qual seu tipo de pé?**

- 1 - Pé Grego  
 2 - Pé Quadrado  
 3 - Pé Egípcio

**\*20. Possui algum tipo de problema nos pés?**

- Calo  
 Joanete  
 Deformação nos dedos  
 Unha encravada  
 Pé chato  
 Não tenho qualquer destes problemas  
 Outro (Por favor especifique)

**\*21. Já teve dores ao usar salto?**

- Sim  
 Não

**22. Se sim, em que tipo de calçado? (Assinale com a letra correspondente do quadro de calçado anterior)**

**\*23. Tolerar bem as dores provocadas pelo calçado?**

- Sim  
 Não

**24. Qual tipo de calçado lhe provoca mais desconforto?(Assinale com a letra correspondente do quadro de calçado anterior)**

**\*25. O que significa o salto alto para si?**

- Desconforto e sacrifício
- Determinação da moda, portanto precisamos seguir
- Poder e sedução
- Beleza e feminilidade
- Outro (Por favor especifique)

**\*26. Como se sente ao usar salto alto?**

- Especial, poderosa
- Mais feminina
- Normal, não percebe nem pretende nada diferente
- Limitada, não tem a mesma agilidade e liberdade
- Não uso
- Outro (Por favor especifique)

**\*27. Assinale com um X a forma como se sente em relação às seguintes frases:**

|  | Concordo<br>Plenamente   | Concordo<br>Bastante     | Concordo                 | Concordo<br>Pouco        | Discordo<br>Plenamente   | Sem Opinião              |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| “ Não sei quem inventou o salto alto, mas todas as mulheres devem muito a esta pessoa”. Marilyn Monroe   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| “ Os sapatos transformam a tua linguagem corporal e a tua atitude. Levanta-te física e emocionalmente”. Christian Louboutin  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| “Se o seu acompanhante é mais baixo que seu sapato mais alto, dispense o sujeito hoje mesmo. Um par de Manolos dura a vida toda, e não vale a pena abrir mão do estilo em nome do amor”. Camila Morton | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| “ Um bom salto alto é como um carro esporte ou uma obra de arte divina: Você não precisa dele, mas cobiça com todas as suas forças, idolatra e simplesmente tem que ter”. Veronica Webb                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| “Uma mulher com bons sapatos nunca é feia”. Coco Chanel  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**28. Sinta-se livre para usar o espaço abaixo e escrever qualquer comentário que ache interessante sobre o tema.**



Muito obrigada pela colaboração

Fim->

**ESCOLA DE ENGENHARIA  
MESTRADO DE DESIGN E MARKETING****Nome do Estudante: Mariana Righetto****1.- OPINIÃO DOS HOMENS SOBRE O CALÇADO FEMININO**

O presente inquérito destina-se a um estudo sobre calçado feminino sob o ponto de vista masculino. Trata-se de uma dissertação de Mestrado do curso de Design e Marketing da Universidade do Minho. Este inquérito tem fins académicos e estritamente confidencial e anónimo. Agradece-se que responda com sinceridade às perguntas, que não lhe tomarão mais do que 7 minutos. Muito obrigada pela sua colaboração.

**\*1. Idade:****2. Nacionalidade:****\*3. Escolaridade:**

- Básico (até o 9º ano)
- Secundário (até 12º ano)
- Ensino Superior
- Pós-graduação
- Outra (Por favor especifique)

**\*4. Situação profissional:**

- Empregado
- Estudante
- Desempregado
- Reformado
- Outra (Por favor especifique)

**\*5. Trabalha na área da moda**

- Sim
- Não

**6. Se respondeu sim, por favor, indique em que atividade:**



**\*7. Como avalia seu grau de envolvimento com a moda:**

- Sou pioneiro na moda
- Sigo a moda
- Sigo pouco a moda
- A moda não é importante na minha vida
- Sou anti-moda

**\*8. Planeia a sua compra de calçado?**

- Sim, sempre
- Quase sempre planeio a compra, mas por vezes compro por impulso
- Compro por impulso
- Outra (Por favor, especifique)

**\*9. Qual os dois critérios que utiliza para comprar um sapato?**

- Conforto
- Design
- Preço
- Outra (Por favor, especifique)

**\*10. Quantos pares de sapatos possui?**

- 2 pares
- Até 5 pares
- Mais de 5 pares
- Outra (Por favor, especifique)



Considere os modelos de calçado feminino.

**\*11. Gostas de mulheres de salto alto?**

- Sim  
 Não

**\*12. Qual o tipo de calçado que mais gosta de ver num pé feminino? (Assinale com a letra correspondente)**

**\*13. O que o atrai mais na perna/pé feminino? (No máximo 3 opções)**

- Tornozelo  
 Barriga da Perna (Pantorrilha)  
 Dedos  
 Peito do pé  
 O tamanho do pé (pequeno)  
 Unhas coloridas  
 Perna/coxa longa e esguia  
 Perna/coxa curta e torneada  
 Pé largo

- Pé estreito
- Outra (Por favor especifique)

**\*14. Como acha que as mulheres se sentem ao usarem salto alto? (No máximo 2 opções)**

- Sedutoras
- Poderosas
- Mais Femininas
- Superiores
- Outra (Por favor, especifique)

**\*15. O que o atrai ao ver uma mulher de salto? (No máximo 2 opções)**

- Alteração da postura corporal
- Delicadeza no movimento
- Sedução e o poder
- Elegância na postura
- Outra (Por favor, especifique)

**\*16. Nas alterações posturais da mulher com o salto, o que mais aprecia? (No máximo 2 opções)**

- Barriga da perna (Pantorrilha) mais torneada
- Projeção dos seios
- A ilusão de um pé menor (Cinderela)
- Ilusão de uma perna mais longa e esguia
- Elevação dos glúteos
- A locomoção mais controlada
- Outra (Por favor, especifique)

**\*17. Já esteve na situação de dar a sua opinião a mulheres acerca da compra de calçado?**

- Sim
- Não

**18. Se respondeu sim, quais os critérios com que avalia quando dá a sua opinião sobre o calçado?**

- Design do calçado (beleza, originalidade)
- Qualidade do material
- Altura do salto

- Elegância no pé
- Conforto (que não magoe, nem custe a andar)
- Discrição (simplicidade) do calçado
- Outra (Por favor, especifique)

**\*19. Acha que deveria haver uma versão de salto alto para o calçado masculino?**

- Sim
- Não

**20. Comente a questão anterior**

**21. Sinta-se livre para usar o espaço abaixo, por favor, escreva qualquer comentário que ache interessante sobre o tema.**

Fim->

**ANEXO III – Resposta em Aberto**

| <b>Tabela AIII1 - Respostas para questão aberta ( Inquérito Feminino): Sinta-se livre para usar o espaço abaixo e escrever qualquer comentário que ache interessante sobre o tema.</b>  |
|---|
| Considero que os sapatos deveriam ser delineados numa base de conforto e de segurança, relacionadas com eventuais problemas de saúde que possa causar.  |
| Sou alta, quando uso calçado alto "sinto-me no andar de cima", para, além disso, acho extremamente desconfortável, com um sapato alto "eu não sou eu", por fim, limita-me muito a minha mobilidade. Tirando isso concordo que os saltos são sexy, femininos e elegantes, não obstante, não preciso deles para obter o mesmo efeito. O importante é serem confortáveis, que sejam feitos de um bom material e que sejam muito giros.   |
| O calçado tem de ser confortável, macio e elegante.   |
| Gostaria muito de utilizar mais saltos altos, sinto-me mais magra, esguia, poderosa, mas não faço tanto sacrifício por beleza, ainda priorizo o meu conforto diário.  |
| Boa Sorte, Mari!  |
| Muito bom esse teste!!  |
| Sapatos devem ser pensados de forma a proporcionar elegância, mas principalmente conforto. Devem ser elaborados para pés de largos e altos também.  |
| O que mais incomoda, no meu caso, é o sapato não se preocupar em pôr forro. Então fica roçando e nada se pode fazer.  |
| Amo sapatos! Deixa a mulher mais feminina e sedutora, e dá um toque especial a qualquer roupa!  |
| Gostei da pesquisa  |
| Simplesmente amo sapatos de salto não saberia viver sem eles, quando coloco sapatos baixos meus pés reclamam...   |
| Em certa altura da vida conforto é mais importante que elegância, porém não é porque os sapatos são confortáveis que deverão ser feios e sem graça. Por que não fazem sapatos belos (mas não espalhafatosos) e confortáveis também? Por exemplo, a marca Usaflex e Dayflex são confortáveis, mas são muito feios para o meu gosto e deixam a desejar com o quesito qualidade, pois descolam rapidamente. Fui vítima de uma queda em que me machuquei muito, por a sandália Usaflex que estava usando ter descolado enquanto subia uma escada. Fazer o que não é mesmo? Faltou qualidade do produto. |
| Gosto bastante de usar sapato de salto alto, creio que deixa a mulher mais mulher.  |
| Embora o salto alto seja, no mais das vezes, desconfortável e limite a liberdade de caminhar da mulher, sua beleza e feminilidade são indiscutíveis. Entretanto, já existem saltos altos confortáveis e ainda existem sapatos rasteiros que machucam muito. Acho q precisa haver uma mudança nos materiais utilizados e no design buscando tanto a beleza e o requinte como o conforto também. Cabe a nós, mulheres, sermos seletivas e escolhermos calçados confortáveis, sejam eles com salto alto ou não.  |
| O problema de muito calçado é que é muito duro, eu vejo sempre assim os sapatos de salto alto que compro, porque noto que quando a base do calçado é relativamente mais mole, o conforto está mais facilmente garantido, por vezes nem com palmilhas ou mini-palmilhas se resolve a dureza do calçado. Eu prefiro sempre salto de cunha, principalmente no verão, assim   |

|  |
|--|
| como o calçado com salto mais grosso (não colocou na sua pesquisa), pois dão maior estabilidade ao pé e é mais fácil andar pela rua :)   |
| Na análise deste inquérito de ter-se em consideração que a pessoa que o preencheu calça o número 42, o qual não existe para mulher em Portugal. Portanto, tem de comprar online ou então usar exclusivamente sapatilhas...   |
| Deveriam fabricar mais sapatos que deixassem além da mulher elegante, confortável também, a vida não é feita de sacrifícios, para se achar bonita ter que sofrer com sapatos bonitos e desconfortáveis. digo, porque sofro muito com sapatos, principalmente os fechados ou os altos sem a compensação na frente, pois, tenho um calo no meio dos pés, de todos os dois lados.   |
| Não há números grandes para mulher (42)  |
| Penso que os saltos altos se devem usar mais a partir de uma certa idade.  |
| Pessoalmente o calçado raso é tão incómodo e doloroso como o salto alto. O mercado devia ter mais oferta de tacão médio, preferência em cunha, que é o mais confortável (neste momento apenas se encontra este tipo de sapatos nas farmácias e são nada bonitos...)  |
| Acho que os sapatos de salto alto são muito importantes para uma mulher pelo menos para mim são. No entanto eu tenho problemas ósseos nos dois pés o que me causa mesmo muitas dores ao andar com saltos altos. No meu caso os sapatos deveriam ter um curva mais acentuada e um apoio para o calcanhar maior porque eu quase não tenho apoio nos dedos. Acho que deveriam fazer sapatos de salto alto mais específicos para quem tem problemas de ossos. Eu muitas vezes vou a casamentos e cerimónias de sobrinhas e quando olho para as pessoas da minha idade estão todas de saltos e eu chego a sentir-me inferior. |
| As frases na questão 27 são muito perturbantes.  |
| Considero que existe pressão social para as mulheres usarem saltos altos, e uma espécie de repressão para as que não gostam de usar. Na minha opinião em contextos mais formais deveria ser "permitido" à mulher não usar saltos.  |
| Penso que as pessoas deviam preocupar-se mais com o conforto do que com a moda!!   |
| Há que adequar o calçado ao momento!   |
| Os sapatos de salto alto para mim são como uma relação de amor-ódio. Se, por um lado, são muito desconfortáveis e nos limitam, por outro lado dão-nos um ar mais elegante e feminino.  |
| Acho saltos altos maravilhosos, me sinto linda quando uso, porém são muitos desconfortáveis, e para o ritmo de vida que tenho hoje é sempre minha última opção, toda vez q posso dispenso!!  |
| Amo salto alto!!! Pena que cansa muito e machuca os pés.   |
| Não encontrei nas opções o sapato Peep toe, que é o maior dos males para mim. Super desconfortáveis para quem possui pé fino   |
| A criação de sapatos de salto alto sem provocar qualquer tipo de dor no pé, é urgente no mercado do calçado.   |
| Não gosto de usar saltos altos, são extremamente desconfortáveis.  |
| As mulheres não deviam estar gratas a quem inventou o salto alto, porque se não tivesse sido inventado, não havia pressão, em algumas situações, no uso de saltos altos.   |
| Tenho pena das pessoas que usam os saltos para se sentirem mais importantes na vida. Devem ser usados para situações especiais e não como regra, pois não dão conforto algum. Mas é sempre bom sentirmo-nos mais femininas :)  |
| Convenhamos que nem todas as mulheres usam, querem usar ou simplesmente gostam de salto alto. a associação desde com qualquer quantificação do feminino não faz, simplesmente,   |

|   |
|---|
| qualquer sentido. Logo este questionário peca por excluir opções.   |
| Como uma amiga minha diz, um bom sapato sempre faz toda a diferença na teu aparência. Podes estar muito bem vestida, mas com um mau sapato, estragas logo todo o teu look. De facto, faz toda a diferença!  |
| me parece que a cada dia os saltos estão ficando mais altos, o q gera grande desconforto, mas vejo muitas garotas e mulheres em trens e metrô e ônibus os usando cotidianamente, também conheço pessoas que saem de sapato baixo, mas no caminho ou antes de algum evento colocam salto alto. participei de uma banca de mestrado que a garota antes de defender sua pesquisa colocou sapatos de salto alto e logo depois os tirou... |
| Calçar bem não é calçar alto. O estilo não vem da altura do salto, vem do estilo que dá a quem usa o sapato. O sapato transmite algo sobre quem o usa, na medida em que a escolha do sapato deveria ser um exercício de liberdade individual. Quando não é vê-se logo: não dá a cara com a careta.  |
| Penso que se esqueceu das plataformas. No meu caso, a utilização de calçado é 95% do tempo com base em plataformas e não em saltos.   |
| As mulheres tem um impressionante fetiche com os sapatos. Acredito que os sapatos por si só transformam um look, como por exemplo, um tubinho preto usado com uma sandália rasa, com uma sabrina ou com um scarpin transmitem mensagens completamente diferentes, apenas pela substituição do calçado.  |
| Apesar de ser desconfortável as vezes pra dançar e fico cansada, mas não tiro o sapato em uma festa pra trocar por uma rasteirinha! Pode doer, mas eu não tiro! Rasteirinha e sapatilha apesar de amar, é só pra trabalhar e alguns passeios casuais.   |
| O que eu mais gosto são bons sapatos.   |
| Não sei se faz sentido, mas já ouvi diversas vezes a frase: "se quiser conhecer a pessoa, observe os sapatos que usa".  |
| Penso que mais importante que os saltos são a forma como os sapatos são feitos. Sapatos muito altos, mas "compensados" são confortáveis, ao contrario de stiletos convencionais.  |
| Respondi de forma totalmente sincera.   |
| Penso primeiro no conforto dos meus pés e depois na ocasião e assim procuro o sapato que faça jus aos dois  |
| Os sapatos brasileiros precisam de melhores formas e diversidade de modelos também.   |
| Cara pesquisadora, sou apaixonada por calçados e faço PhD sobre calçados para pessoas com deficiências físicas. SE quiser conversar, entre em contato pelo site: roncoletta.com. Abraços e boa sorte, Mariana Roncoletta  |
| O sapato deixa a roupa mais elegante ou não, mais esportiva, mais social. O sapato direciona muito a roupa.   |
| os sapatos assim com um peça do vestuário, tem pessoas q são fascinadas por sapatos porem o conforto é um ponto muito forte pois a dor de um sapato pode consumir o juízo, costume dizer que a dor de um sapato vai direto p o cerebro e você não consegue raciocinar.  |
| Muito bom seu questionário. Sempre usei salto alto, acima de 5 cm, uso salto e gosto muito, procuro sim comprar sapatos confortáveis sempre. Salto baixo mais para viagem e caminhadas longas. Bom trabalho. Abraço para Ana tua orientadora  |
| Acho interessante abordar esse tema, pois os sapatos são objetos de fetiche para muitas mulheres e homens.  |
| Bem procedente gostei da entrevista   |

|   |
|---|
| Adorei as questões, parabéns pela pesquisa!! Boa Sorte!!  |
| Adoro usar salto alto, mas uso apenas ao fim de semana. Gosto e sinto-me bem.   |
| A classificação dos pés nesta pesquisa ficou muito limitada, existem mais tipos de pés e faltou a opção "seu pé não se enquadra em nenhuma das classificações"... |

| <b>Tabela AIII2 - Respostas abertas para a questão: Acha que deveria haver uma versão de salto alto para o calçado masculino?</b>  |
|--|
| A postura masculina não necessita de salto alto, além disso a altura média masculina é superior a feminina, só aumentaria essa diferença.  |
| A elegância do salto alto não "fica" bem nos homens  |
| Seria original   |
| O salto alto masculino já é existente.   |
| Penso que devia haver calçado mais alto para os homens, mas não salto alto.  |
| Não tem lógica   |
| Na verdade é-me indiferente se existisse ou não, não me insurgiria contra isso. Simplesmente, e por uma questão de conforto/opinião estética pessoal, eu nunca usaria (o mesmo já me acontece com sapatos masculinos)  |
| A roupa não devia ser dedicada a um único gênero a priori  |
| Acho ridículo  |
| Se alguém quiser, porque não. Acabe-se com o preconceito de estilo baseado em gênero!  |
| Eu não usaria salto alto, porque não acho que seja confortável, mas acredito que se as mulheres reclamaram o uso das calças no século passado, os homens também devem ter a possibilidade de usar outros gêneros de roupa e calçado que, na sociedade atual não são considerados masculinos.   |
| Porque os homens são muito pesados para o efeito, e não tem muito lógica acho eu...  |
| Fica mal.  |
| Nem deveria ser uma questão...   |
| Existem coisas que devem ser só para mulher e outras só para homens  |
| Para além dos cânones sociais ainda não estarem modificados os suficiente para tal, a nível estético, parece-me que o salto alto iria favorecer poucos, ou até nenhum homem.   |
| Sem comentários  |
| Talvez não exatamente para o público masculino, já que é um nicho de mercado bem específico, mas acredito que poderiam ser criados sapatos de salto alto pra numerações maiores (acima do 40) para as mulheres que, "automaticamente" (descartando outras diferenças entre os pés masculinos e femininos, que sabemos que existem), já agregaria boa parte do público masculino. |
| Não acho que favoreça um homem.  |
| Não!   |
| Na minha opinião é uma marca do público feminino, mas se eventualmente existir homens que queiram usar poderá existir uma linha para eles.   |
| Do meu ponto de vista, não encaixa num homem usar salto alto.  |
| Como homem nunca me senti essa necessidade.  |
| O salto alto foi feito para a mulher realçar os seus atributos femininos, dificilmente um homem quer realçar o peito e o rabo da mesma maneira que uma mulher.   |
| Não percebo a necessidade  |
| Acho que não nos devemos cingir ao "normal". Há-que arriscar novos estilos.  |
| Não deveria haver nem feminino...  |
| Concordo com calçado para Homem com alguma elevação, mas não um salto.   |
| Claro que não, as senhoras só usam o salto alto, essencialmente, para parecerem maiores. Os senhores já são, por norma, maiores que as senhoras.   |
| O salto deve ser uma coisa mais feminina mesmo, deixando assim um diferencial sadio entre os sexos.  |



|   |
|---|
| não acho interessante   |
| É o tipo de sapato que nunca compraria  |
| Dado que está provado, que o salto pode provocar problemas ao nível da estrutura esquelética (ex.: costas e pés) a sua única vantagem é o aspecto estético que confere. Uma vez que regra geral os homens são menos preocupados com as questões estéticas. Não faz sentido a existência desse tipo de calçado   |
| Parece-me inapropriado utilizar um símbolo do quão feminino as mulheres são para a indumentária masculina tradicional   |
| Gay   |
| Desnecessário   |
| Era muito gay   |
| Não há necessidade nem procura  |
| Por mais que na história o salto tenha sido usado pelos homens. Hoje me dia o salto alto é marca registada das mulheres. Acredito não ser de bom grado fazer esse tipo de calçado para o público masculino.   |
| Parece-me desconfortável e forçado.   |
| Não gosto de ver nas mulheres muito menos nos homens  |
| Acho que nem é preciso comentar   |
| Sou baixinho, dava jeito.   |
| Acho que há segmentos para todos os públicos sendo possível também que alguns homens possam vir a aderir os saltos como já foram utilizados em outros séculos.  |
| Já existem modelos de calçado masculino com saltos interiores disfarçados e também assumidos.   |
| Porque não tem nada haver com o homem calçado feminino. Um homem precisa de um calçado Clássico.  |
| Não é cómodo e pode causar problemas  |
| Desnecessário   |
| A não ser para gays   |
| É muito à frente para a minha moda  |
| Homem: masculino; Mulher: feminino.   |
| Não acho necessidade para saltos em sapatos masculinos.   |
| Por favor, não!!! Se o salto alto é tipicamente feminino e sensual, haver salto alto para o mundo masculino, "matará" tudo isso!!!  |
| Homens, diferentes das mulheres, não precisam impressionar as mulheres e não precisam se "aparecer" para outros homens.   |
| Como um produto conceitual. O salto deixa o corpo mais esguio, com melhor postura.  |
| Esteticamente o salto alto é mais adequado ao género feminino.  |
| Se já têm homem metrossexual, porque não um com saltos  |
| Salto alto => Menor área de contato com o solo => Aumenta pressão sobre o pé => Desconforto   |
| Cada coisa no seu lugar.  |
| Sem comentários!!! Salto alto em sapato masculino, nunca!!!! Já basta meia sola   |
| Para quem gostar ou para transexuais.   |
| O salto alto não iria exaltar nenhum atributo físico do homem.  |
| Eu tenho sapato social com salto de 3 cm e dói muito a perna e projeta a gente para frente. Eu acho desconfortável esse sapato, apesar de já estar me acostumando com ele. Sem contar se o salto for alto vai ficar estranho um homem ter de andar rebolando. Porque toda mulher que anda de salto alto e não sabe rebolar tem um andar estranho e deveria usar sapato mais baixo, pois, também anda com a perna dura. Pensa num homem mais cheiinho e ainda rebolando. Vai ser a visão do "inferno". |
| Não porque o homem não tem corpo para usar esses sapatos  |
| Não penso que fosse necessário  |
| O salto evidencia delicadeza e suavidade de movimento, algo que considero essencialmente feminino.  |
| E porque não!?  |
| Não me imagino de salto alto  |
| Fisiologicamente não se aplica  |
| Caso estudos comprovem que existe mercado   |
| Nunca pensei nisso, mas à partida acho ridículo.  |
| Porque não? Cada vez mais a moda é uma fusão masculino/feminino.  |
| E desconfortável e anti natura  |

|                                       |
|---------------------------------------|
| Desconforto e problemas ergonômicos   |
| Na verdade não sou a favor nem contra |
| Absurdo                               |
| Porra                                 |
| Sem comentários                       |

|   |
|---|
| <b>Tabela AIII3 - Respostas para questão aberta (Inquérito Masculino): Sinta-se livre para usar o espaço abaixo e escrever qualquer comentário que ache interessante sobre o tema.</b>  |
| Na questão 12; desgostei de todos, nenhum se sobrepôs   |
| O calçado é das peças mais importantes da moda.   |
| Qualquer pessoa que use saltos deve ter sentimentos de inferioridade  |
| Não gosto de saltos altos   |
| As mulheres ficam muito bonitas de salto alto, muda completamente a postura do corpo sem dúvida, ficam muito mais sexys. Já nos homens não tem qualquer sentido na minha opinião.   |
| É muito vago escolher um tipo de calçado feminino, pois em cada gênero de calçado existe inúmeros modelos, uns bem bonitos outros horrórosos.   |
| Não gosto de saltos altos que deixam a mulher desconfortável.   |
| Sapatos de vela de sola grossa, não há melhor.  |
| Embora, enquanto homens reconheça que de facto os saltos melhoram os atributos físicos femininos. As suas vantagens são substancialmente inferiores aos maléficos ( conforto, e problemas de coluna) . Pelo que penso que o fim deste tipo de "moda" seria uma mais valia |
| O calçado possui simbolicamente o signo de poder. Através dele podemos decifrar o tipo de personalidade da pessoa.  |
| Cores vivas designs elegantes? Com boa qualidade do material. Eu pessoalmente compro para minha mulher somente calçados Fly London.   |
| Os calçados são acessórios importantes principalmente para a mulher, trata-se de objeto de desejo.  |
| Nunca usaria sapatos de salto alto  |
| Ótimo tema, tanto pelo fetiche, quanto ao conforto.   |
| O salto alto é um grande acumulador de estresse... Sabia que o peso de uma mulher de 60 kg sobre o salto de um sapato alto equivaleria ao peso de um elefante? Aproximadamente 3 toneladas... Parem de usar salto alto!   |
| Uma referência de "salto alto masculino" veja grupo Kazaky no vídeo Touch me.   |
| A moda para homem é muito aborrecida, muito monótona.   |
| Nada a comentar e bom trabalho!   |
| Realmente sou um apreciador do tema calçado. Gosto de ver mulheres, com belos sapatos e caminhando com desenvoltura em um salto alto.   |
| Bom trabalho.   |
| No Brasil, atualmente, os sapatos masculinos são bonitos e confortáveis. Pena que ainda, os melhores sapatos, não são com preços acessíveis iguais aos sapatos femininos. As minhas marcas preferidas são: Democrata, Samello, Ferracini, Sapatoterapia.                  |
| Minha esposa tem sobrepeso, e gosto que ela use salto. Independente da mulher ser magra ou gorda, o salto cai bem.  |
| Considero atraente o salto alto em uma mulher do ponto de vista estético, porém sou contra seu uso do ponto de vista ergonômico.  |
| Sapato é para calçar  |
| Sapatos cómodos sempre.   |

