

PERCEPÇÃO DE CONFORTO EM LINGERIE: UM ESTUDO COM GRUPOS FOCAIS

Perception of comfort in lingerie: a study with focus groups

GIONGO, Marina Anderle; (Mestranda; Universidade Federal do Rio Grande do Sul) marina.giongo@ufrgs.br

SOUZA, Carolina de Cássia de; (Graduada; Universidade Feevale) carolinadecassia@feevale.br

VAN DER LINDEN, Júlio Carlos de Souza; (Doutor; Universidade Federal do Rio Grande do Sul) julio.linden@ufrgs.br

Resumo

O objetivo deste artigo é verificar como se dá a percepção de conforto em *lingerie*, a partir da opinião do público feminino (usuárias) e masculino. A metodologia utilizada foi a entrevista em grupos focais. Foram formados três grupos: feminino, masculino e misto. Os resultados entre os grupos foram distintos mas a percepção de conforto em calcinhas se deu de forma semelhante e, em algumas questões surpreende a visão masculina sobre o assunto.

Palavras-chave: conforto; moda íntima; imagem corporal.

Abstract

The study involved three groups: women, men and heterogeneous. The results were different between groups but the perception of comfort in panties occurred in a similar way, and some questions the male gaze is surprising about this.

Keywords: comfort; intimate apparel; image corporal.

Introdução

Além de peças de proteção e higiene, as roupas íntimas são um produto de moda, com características desejáveis pelos usuários. Dentre seus usos, as peças de lingerie podem ser objeto de uso fetichista e parte de fantasias que povoam o imaginário, o que faz da lingerie um produto de forte aceitação e apreciação entre o público feminino e masculino. Para ampliar as possibilidades na indústria da moda íntima, é importante compreender o comportamento da usuária em relação ao uso da *lingerie* e a visão masculina deste produto também é influência deste comportamento.

A partir desta premissa, buscou-se verificar através de entrevistas com grupos focados, como ocorre a percepção de conforto de calcinhas para homens e mulheres. Para isto, foram entrevistados grupos de estudantes do curso de graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Este trabalho faz parte da pesquisa em andamento no programa de pós-graduação em design da UFRGS – nível mestrado, a respeito de conforto em lingerie.

Lingerie

A *lingerie*, em sua origem, era toda peça do vestuário feita em *linge*, que pode ser qualquer tecido natural ou sintético, normalmente de cor branca, que era utilizado para confeccionar roupas de baixo (BRAGA, 2007; ROSSETI, 1995). Segundo o dicionário Houaiss (2001), é a roupa íntima feminina, de fina qualidade e que pode ser ornamentada.

Ao longo do século XX é que a *lingerie* foi ganhando espaço. As transformações que ocorreram durante a Primeira Guerra Mundial marcaram o nascimento da mulher moderna, que ganhou espaço no mercado de trabalho com a mobilização masculina para o esforço de guerra.

No início do século, surgiram inovações para ampliar possibilidades na confecção de roupas íntimas. Elásticos para aplicação nas peças de baixo possibilitaram peças menores e mais leves, que também foram ganhando cores, graças as melhorias dos processos de tingimento.

Na década de 1930 o corte em viés revelava uma silhueta elegante e sexy, ao que

a preocupação com a forma física tomou conta das mulheres de maneira inédita; as dietas e exercícios de 'saúde e beleza' se popularizaram. E à medida que os trajes externos foram ficando mais ajustados ao corpo, a roupa íntima acompanhou a tendência – só que de maneira bem mais exagerada” (HAWTHORNE, 2009, p.88).

O fim do conflito da Segunda Guerra incitou a utilização de calcinhas sedutoras, por esposas que desejavam receber bem seus maridos (HAWTHORNE, 2009). O surgimento do tecido sintético possibilitou *lingeries* mais justas e curtas ao corpo, as chamadas sunguetes. O sucesso das Pin-ups da década de 1950 revelava o que Cicerone (2011) coloca como *lingerie*

tradicional. O sutiã passou a ser mais anatômico e confortável, semelhante aos modelos atuais.

Ao fim do século, as possibilidades de modelos passaram a ser livremente exploradas. A tanga surgiu acompanhando o movimento hippie. O fio-dental, que até então era próprio do figurino de streaptese, foi incorporado às araras de grandes lojas e às coleções de venda por catálogo. O modelo de cueca slip ou sunga ressurgiu em 1984, quando o estilista Calvin Klein ressaltou que, em uma sociedade contemporânea, homens e mulheres poderiam compartilhar as mesmas roupas íntimas, de sua coleção de cuecas masculinas criada “tendo a mulher em mente”. (Hawthorne, 2009, p.115].

O que temos hoje é uma variedade infinda de modelos, tantas possibilidades quantas forem a vontade da mulher que as utiliza. Desde calcinhas com visual que referencia modelos passados, acompanhando a moda *vintage*, à modelos com materiais de tecnologia de ponta que proporcionam maior funcionalidade e conforto.

Imagem Corporal e Atratividade Corporal

Segundo Fan *et Al* (2004), a aparência do corpo vestido é uma percepção do observador, que envolve interações entre o corpo, a roupa, o observador e o ambiente e que inclui normas sociais e culturais. A satisfação com a aparência corporal e as partes do corpo segmentadas, por sua vez é chamada catexia. A catexia corporal é a avaliação da imagem corporal e do autoconceito. A catexia tem relação direta com a satisfação de ajuste da roupa, visto que as usuárias avaliaram melhor seus corpos vestidos do que quando nus e grupos com peso normal têm maior satisfação com suas roupas e seu corpo (FAN, 2004).

Roupas que não vestem bem, mas possuem algum status, tem prestígio com o usuário e podem fazer com que este pense que há algo de errado com seu corpo. Heinrich (2009) legitima esta questão ao afirmar que

a grande maioria dos produtos de vestuário que são disponibilizados no mercado se enquadram a determinados padrões corporais, daí a sensação de desconforto que os demais consumidores enfrentam; diga-se, os “demais” são aqueles aos quais a moda exclui pois possuem padrões diferenciados de medidas, silhueta, estatura corporais (HEINRICH, 2009, p.2).

Outro conceito importante para este estudo é a imagem corporal, que significa a percepção do próprio corpo, a imagem que um indivíduo tem do seu

corpo, ou ainda a auto-imagem. A imagem corporal está fortemente ligada à auto-estima e ao desenvolvimento da personalidade, bem como à confiança (FAN, 2004).

Parâmetros existentes que podem definir a atratividade física do corpo feminino são o índice de massa corporal (IMC), que é resultante do cálculo massa corporal/altura²; e a relação cintura-quadril (RCQ), que determina a razão entre as circunferências da cintura e do quadril. No entanto, Tovee et al. (2002, apud Fan, 2004), em testes com imagens em 3D, definiram como mais importante e melhor determinante visual da atratividade do corpo feminino o índice volume altura, do inglês volume height index (VHI), resultante do cálculo volume corporal/altura² (FAN, 2004). Outro estudo, de Armstrong (199? apud Fan, 2004), define a figura feminina ideal como a que possui medidas semelhantes na largura de ombros e quadris e circunferência da cintura cerca de de 25,5 a 30,5 cm menor que a circunferência do busto e quadril.

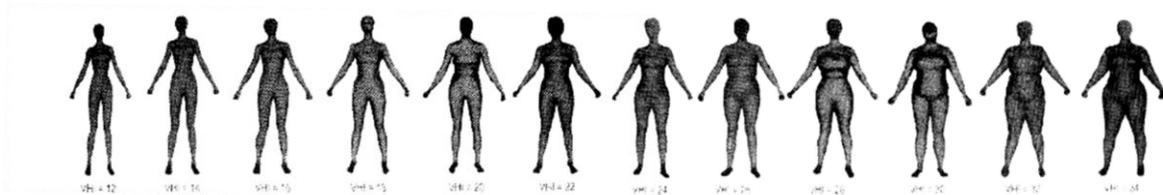


Figura 1 - Corpos femininos com diferentes VHI
Fonte: Adaptado de Fan *et al* (2007)

Em se tratando de atratividade corporal, pensa-se imediatamente em beleza corporal. Fan (2004) afirma que não há princípios de beleza, mas existem bases racionais para uma avaliação válida de beleza. Segundo este pensamento, é possível algo ser considerado belo, mas não evocar uma resposta prazerosa, assim como algo que é experimentado como belo, mas que não é identificado dessa forma visualmente. Portanto, a beleza depende de quem faz a avaliação, de sua experiência e do contexto.

Percepção de Conforto

lida (2005) considera o conforto como um parâmetro de qualidade ergonômica para o design de produtos, ao que Heinrich (2009) e Senthilkumar & Dasaradan (2007) corroboram ao ressaltar que é um elemento-chave para o sucesso de produtos de vestuário. Para Heinrich (2009), o conforto percebido depende da interação ente o usuário e a roupa.

“Assim, se os produtos não apresentarem as características técnicas mínimas capazes de propiciar o conforto físico, isto pode causar, para além da incômoda sensação de desconforto, implicações sobre a saúde e o bem-estar do indivíduo” (HEINRICH, 2009, p.3).

Um exemplo é o que coloca Grave (2004), quando afirma que uma calcinha mal modelada, apertada ou com tecido inadequado, pode causar problemas ginecológicos e marcar o corpo ao cortar o tecido adiposo, como se fosse uma cicatriz.

Para Senthilkumar & Dasaradan (2007), conforto não é uma propriedade têxtil, mas sim um sentimento humano, uma condição de tranquilidade e bem-estar, que é influenciado por muitos fatores, incluindo propriedades têxteis. Para os autores, designers de vestuário podem cuidar dos aspectos físicos e psicológicos de conforto por meio da seleção adequada de cores, texturas, estilo, modelagem, entre outros parâmetros.

Uma definição primária e amplamente aceita de conforto o considera como ausência de desconforto e dor, como um estado neutro. Isto porque é difícil descrever o conforto, mas o desconforto pode ser facilmente descrito, em termos como: arde, coça, está quente e está frio. (SENTHILKUMAR & DASARADAN, 2007).

Muitos autores consideram o eixo conforto-desconforto, enquanto outros defendem a existência de um estado de indiferença, um ponto neutro, o que resulta nas variáveis: conforto, desconforto e não-desconforto. Pela definição de Linden (2007), 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 evoquem sentimentos e emoções prazerosas (valência hedônica¹ positiva).

Por outro lado, o desconforto é um estado afetivo definido pela ocorrência de mal-estar físico e/ou psicológico, resultante da ativação de estímulos sensoriais (físicos e/ou psicológicos) com valência hedônica negativa. Entre esses dois estados, existe uma infinita gradação de estados de quase-conforto a quase-desconforto, passando por uma zona de indiferença.

A natureza multidimensional do conforto pode ser reconhecida como resultante das dimensões física, psicológica e fisiológica e o atendimento das

¹ Hedonismo é a doutrina que faz do prazer o bem supremo do homem.

três dimensões é indicação de harmonia. A dimensão *psicológica* do conforto está relacionada a questões como auto-imagem, relacionamento com outras pessoas e privacidade. Os aspectos *fisiológicos* têm relação com o funcionamento do corpo humano e envolve ações de regulação involuntárias. Já o conforto *físico* corresponde à interação com a natureza e aos efeitos nas dimensões psicológica e fisiológica. (LINDEN, 2007; SENTHILKUMAR & DASARADAN, 2007).

Senthilkumar & Dasaradan (2007) ainda destacam algumas definições para o *conforto sensorial*, que é percebido através de várias sensações quando um tecido entra em contato com a pele; para o *conforto de movimento*, que é a capacidade de um tecido de permitir liberdade de movimento e moldar o corpo conforme a exigência; e para o *apelo estético*, que inclui os cinco sentidos ativados pela roupa e contribui para o bem-estar do usuário.

Ao considerar que o conforto é uma experiência mental, Linden (2007) defende que a aparência pode afetar positiva ou negativamente o desconforto, de forma inversa aos seus efeitos no conforto. Ou seja, algo confortável pode não ser assim percebido quando sua aparência é mal avaliada. Assim como algo desconfortável pode ser melhor avaliado quando considerado belo.

As sensações provocadas pelos tecidos dos quais são feitas as lingerie, como o frio do cetim, a maciez aconchegante do algodão, o conforto adaptável provocado pela elasticidade do náilon, a sutileza das rendas e os relevos dos bordados nos permitem pensar que a distribuição de formas e cores certamente atrai o olhar do sujeito (VICENTINI; CUNHA, 2008, p. 391)

O público masculino é também, portanto, um perceptor ativo do conforto sensorial, além do psicológico, pois de forma circunstancial também é usuário deste produto.

Fan (2004) afirma que o conforto físico, o conforto psicológico e a aparência têm influência direta sobre a satisfação do usuário. Sob a perspectiva deste, as influências externas – estética corporal vigente e figura de moda; e influências pessoais – catexia corporal e o tamanho da roupa, impactam na satisfação do usuário com a roupa.

Sob esse estudo, pode-se deduzir que a *lingerie*, que possui um status de feminilidade, sensualidade e fetiche, pode ter prestígio suficiente a ponto de

que o desconforto conseqüente de peças ergonomicamente mal-projetadas sejam bem aceitas pelas usuárias.

Procedimento metodológico

Este trabalho tem natureza exploratória e foi realizado em uma disciplina de ergonomia de um curso de graduação em Design. A técnica utilizada neste trabalho foi a de grupos focados, em que se promove uma discussão semi-estruturada entre pessoas que possuam algum conhecimento ou interesse no estudo em questão, com base na metodologia apresentada por Rea & Parker (2000). O objetivo da aplicação desta técnica foi obter informações de fundo a respeito da percepção de conforto, bem como identificar idéias criativas e inovadoras relacionadas ao assunto, no intuito de formular melhores questionamentos e hipóteses para a pesquisa de mestrado.

O processo iniciou com uma aula expositiva sobre o conforto e, após, foi proposta uma atividade em grupos, em que eles deveriam discutir sobre o conforto em calcinhas. Para considerar diferenças na percepção dos dois gêneros, a turma foi dividida em três grupos: um feminino, um masculino e um misto. Cada grupo deveria eleger um moderador, responsável por estruturar e coordenar a discussão e um redator, responsável por registrar a discussão.

Resultados e discussão

Os três grupos trabalharam coletivamente e fizeram o relato por meio de texto e de apresentação oral. Os resultados aqui apresentados se baseiam nos textos entregues.

O grupo feminino estruturou sua discussão através da análise de funcionalidade das calcinhas. Discutiram qual a calcinha ideal para dormir, ir à academia, para encontrar o namorado, para o período menstrual, para o ano-novo. Levantaram questões como o conforto social, que se referiria ao constrangimento que uma calcinha pode causar com a exposição da intimidade quando está pendurada no varal por exemplo.

Para encontro íntimos, o grupo admitiu que a calcinha tem de ser bonita, pequena e o desconforto acostuma. A calcinha aparecer por baixo da roupa também não é desejável, portanto para roupas que marcam deve ser bege e o tamanho de acordo com a roupa. Também fizeram apontamentos quanto a alguns materiais, como a renda, que lhes parece sensível e desconfortável.

No período menstrual, julgam que seja ideal uma calcinha escura, firme, que sustente o absorvente. Para dormir, a calcinha pode ser mais larga, de modelagem grande e tecido de algodão. Quanto às calcinhas redutoras, afirmaram que fornecem conforto social devido a modelação da silhueta, mas ao mesmo tempo promovem desconforto físico. Outro apontamento foi quanto à tradição de utilizar uma calcinha nova na virada de ano, em que a cor da calcinha é escolhida de acordo com seu significado.

O grupo masculino iniciou discutindo o que seria referente ao conforto psicológico e ao conforto físico. Eles têm a percepção de que calcinhas grandes são mais confortáveis fisicamente, mas que o conforto psicológico depende da mulher sentir que 'está agradando', o que descrevem como 'conforto visual para terceiros'.

Colocam que a usabilidade depende das diferenças físicas de cada mulher e dos padrões existentes em cada país, ou seja, depende de um contexto histórico e cultural. Além disto, apontam que as emoções influenciam na escolha da calcinha e que através dela a mulher pode expressar a sua personalidade

O grupo misto pareceu ampliar mais a discussão do que os outros dois. Em uma percepção geral, apontaram que a beleza do produto coloca em questão o conforto físico e psicológico, que muitas vezes a estética pode entrar em conflito com a higiene.

Para este grupo, uma calcinha bonita é importante para o bem-estar e para a auto-estima da mulher. Apontamentos masculinos foram 'adoro calcinhas' e 'calcinha bonita é muito legal e excitante'. Porém, fizeram a ressalva de que uma calcinha fio-dental pode ser vulgar.

O conforto, concluíram, varia de acordo com a situação e com o usuário. Levantaram a questão de que para o uso diário o que importa é a proteção e que para manter a higiene, principalmente no período menstrual, é importante o uso de tecidos não aderentes e proteção contra bactérias.

De um modo geral então, os grupos colocaram que o conforto percebido pode variar de acordo com a situação, já que o desconforto pode ser 'acostumável' em situações onde o conforto psicológico de se sentir bonita e atraente se sobressai. A situação de uso requer características específicas no

caso do período menstrual, por exemplo, e o conforto físico é tido como importante.

Um conflito que se configura é conforto psicológico x conforto social, em que principalmente o tamanho da calcinha pequena pode ser ao mesmo tempo fonte de prazer psicológico e constrangimento social. Acerca da percepção masculina, ambos apontaram que a calcinha pode ser utilizada pela mulher para expressar-se e quando a mulher veste uma calcinha bonita, proporciona conforto para eles também.

Considerações finais

A percepção de conforto no uso de um produto é de suma importância para o projeto de produtos e, na busca de evoluir a produção de moda íntima é que este estudo foi baseado. Para os grupos estudados, a percepção de conforto em calcinhas se deu de forma semelhante e, em algumas questões surpreende a visão masculina sobre o assunto. Discutir que aspectos no projeto e no uso do produto de *lingerie* estão relacionados ao conforto é uma forma eficaz de projetar buscando a qualidade do produto. Tais informações são, se não tão relevantes, certamente muito importantes como ponto de partida para uma pesquisa mais abrangente, que visa trazer contribuições reais para o setor.

Agradecimentos

Este trabalho contou com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Referências

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

BROEGA, Ana Cristina. **O Conforto Total do Vestuário: Design para os Cinco Sentidos**. In Anais do Encuentro Latinoamericano de Diseño 2007. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A6012.pdf> Acesso em 13 nov 2009.

- CICERONE, Paola Emília. Seduções íntimas. In: **Mente e cérebro**, São Paulo, SP, Ano XVIII, n.º 219, p. 42 – 49, abril 2011
- Fan, J., Dai, W., Quan, X., Chau, K., & Liu, Q. **Effects of shape parameters on the attractiveness of a female body**. Perceptual and Motor Skills, 2007.
- FAN, Jintu. Perception of body appearance and its relation to clothing. In FAN et al. **Clothing appearance and fit: science and technology**. Cambridge: Woodhead Publishing, 2004.
- GRAVE, Maria de Fátima. **A modelagem sob a ótica da ergonomia**. São Paulo: Zennex Publishing, 2004.
- HAWTHORNE, Rosemary. **Por Baixo do Pano: a História da Calcinha** [DIAS, Daniela P.B. – trad]. São Paulo: Matrix, 2009.
- HEINRICH, D. P. **A Ergonomia e os princípios do conforto no design de produtos para vestuário: Acerca dos dados antropométricos aplicados a públicos específicos**. In: IV 78 workshop de análise ergonômica do trabalho – UFV. I encontro mineiro de estudos em ergonomia, 2009, Viçosa. Anais do I encontro mineiro de estudos em ergonomia 2009.
- HOUAISS, Antônio *ET AL*. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. São Paulo: Objetiva, 2001.
- ROSSETTI, Ana. **Roupas íntimas: o tecido da sedução**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- SENTHILKUMAR, P; DASARADAN, B S. Comfort Properties of Textiles in **IE(I) Journal–TX**. Disponível em: < <http://www.ieindia.org/pdf/88/88TX101.pdf>> Acesso em 09 abr 2010.
- VAN DER LINDEN, Júlio Carlos de Souza. Ergonomia e design: Prazer, conforto e risco no uso de produtos. **Coleção Experiência acadêmica**. v.6. Porto Alegre: Editora UniRitter, 2007.
- VICENTINI, C.R.G. ; CUNHA, K. C. . Design do corpo, design da roupa. In: Dorotéia Baduy Pires. (Org.). **Design de moda: olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008, v. I, p. 389-411.