

**DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE ROUPAS FEMININAS PARA  
MOMENTOS ÍNTIMOS**  
*DEVELOPMENT OF WOMEN'S CLOTHING COLLECTION FOR INTIMATE  
MOMENTS*

Camilla Gracino Viana.  
*Curso de Tecnologia em Design de Moda.*  
*Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, Brasil.*  
*camillagracino@hotmail.com.*

Janeti Marques D'Andréa, professora.  
*Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, Brasil.*  
*janetidandrea@gmail.com.*

**Resumo:** O presente trabalho trata-se de uma pesquisa aplicada, com objetivo principal de assegurar mulheres maduras a partir do desenvolvimento de uma marca e coleção de roupas para momentos íntimos, com conceito voltado para a valorização da forma corporal e da sensualidade da mulher.

**Palavras chave:** Roupa íntima; corpo; design.

## **1. INTRODUÇÃO**

Através de pesquisa e com base em conhecimentos cotidianos, o trabalho busca atender a dificuldade em encontrar roupas para momentos íntimos, direcionadas para mulheres maduras, que tragam elementos com valor de moda e design promovendo segurança, conforto físico e conseqüentemente psicológico em um momento a dois.

A roupa íntima tem passado por muitas mudanças ao longo do tempo até que, atualmente seu uso tem como maior objetivo atrair a atenção para os valores ressaltados no corpo. Segundo Castilho (2005), o corpo nu não possui nenhum grande poder de sedução e impossibilita a individualização, não promove erotismo, sedução ou tentação. Desta forma, tornou-se necessário modificar as nuances do corpo à fim de completa-lo e traduzi-lo conforme a ideia que se faz dele.

É evidente hoje que a busca por um corpo perfeito tem sido uma grande exigência das mulheres, pois são poucas as que não sentem

complexos com relação ao próprio corpo. Mais de 1.700 pacientes fazem cirurgia plástica no Brasil a cada dia em busca de um corpo “perfeito”. Com a evolução dos anos e situações cotidianas, a forma corporal e a pele da mulher por muitas vezes sofrem alterações importantes.

A mulher tem uma relação íntima com seu próprio corpo. Autenticidade de estilo e desejos em disfarçar ou evidenciar curvas e que possam corresponder à segurança física e psicológica (JONES, 2005). Isto é, as roupas para esses momentos devem estar adequadas ao corpo e às necessidades de cada usuária para sustentar, modelar e significar o corpo.

A ergonomia aliada a antropometria auxiliam no cumprimento desse objetivo. O estudo dos princípios e elementos do design, das medidas corporais e a modelagem efetuada de forma correta, resultam em peças do vestuário esteticamente e fisiologicamente favoráveis às usuárias, conforme ressaltado: “O dimensionamento adequado do vestuário é tão importante para o usuário quanto os aspectos conforto, segurança, proteção e estética.” (BOUERI, 2008 p. 347).

## **1.1. OBJETIVOS**

Desenvolver roupas com design para momentos íntimos, a fim de atender as mulheres maduras, as quais podem proporcionar maior segurança e melhor desempenho através da dissimulação e valorização das formas do corpo.

- Estudar a evolução da roupa íntima feminina;
- Compreender o corpo feminino e sua linguagem;
- Descrever o ideal de beleza feminina na atualidade;
- Reconhecer os anseios das mulheres com relação a sua silhueta;
- Identificar as partes do corpo feminino que possam ser evidenciadas;
- Inserir o design em roupas íntimas para mulheres maduras;
- Aplicar tendências de moda.

## **2. METODOLOGIA**

Primeiramente, a metodologia baseou-se em pesquisa aplicada e levantamento bibliográfico e documental, que foi desenvolvido com a análise das fontes documentais, material já disponível em livros, artigos e sites de pesquisa. A principal vantagem estabelecida por Gil, “[...] reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais amplo do que aquela que poderia pesquisar diretamente.” (2009, p. 45).

Abordada de forma qualitativa-quantitativa, a pesquisa avalia o ambiente natural para coleta de dados, para interpretar fenômenos e atribuir significados, e uma pesquisa exploratória através da elaboração e aplicação de questionário a 50 mulheres de faixa etária entre 35 a 45 anos, a fim de compreender a melhor forma de atender ao público através de perguntas relacionadas a características relevantes no momento da compra, partes do corpo que gostariam de evidenciar ou disfarçar. Ainda o interesse por dança, a interpretação e aceitação do tango como referência de coleção e as cores propostas.

A partir dos dados coletados a marca e coleção foram desenvolvidas. A coleção constituiu-se por quatorze peças visando fatores estéticos, ergonômicos e mercadológicos, dissimulando e valorizando a forma e linguagem corporal.

## **3. CONCLUSÃO**

Com o desenvolvimento do trabalho soube-se das dificuldades encontradas, em descobrir ou achar roupas para momentos íntimos que proporcionasse conforto e bem-estar para mulheres maduras.

A partir da premissa, aprofundou-se em assuntos pertinentes ao tema a fim de entender e atender o público-alvo. Feito isso, embrenhou-se em elementos e princípios do design e nas ciências da ergonomia e antropometria para atender as necessidades estéticas, práticas e sociais das usuárias e aplicar tais conhecimentos na criação e conceito das peças.

Os seis *looks* compostos por quatorze peças foram exibidos em desfile acadêmico, comprovando a adequação ao corpo e a satisfação das usuárias

ao utilizar-se de peças com design e conforto, o que resultou em uma valorização da forma corporal e acentuou a sensualidade já existente em mulheres maduras.



Figura 1. Look vanguarda frente  
Fonte: A autora.



Figura 2. Look vanguarda costas  
Fonte: A autora.



Figura 3. Ilustração *look* vanguarda  
Fonte: A autora.

## REFERÊNCIAS

BOUERI, José Jorge. **Sob medida: antropometria, projeto e modelagem.** In Design de moda: olhares diversos / Dorotéia Babuy Pires. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

CASTILHO, Kathia e MARTINS, Marcelo M. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo.** 2. ed. Anhembi Morumbi, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4. ed. São Paulo: ATLAS S.A, 2009

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design: manual do estilista.** Cosac & Naify, 2005.