

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Hannah Casais Machado Guimarães

Para fora do *Boudoir*

*A lingerie como *outwear* e sua relação com o feminino*

Rio de Janeiro

2021

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI/CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Hannah Casais Machado Guimarães

Para fora do *Boudoir*

A lingerie como outwear e sua relação com o feminino

Projeto de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Profª Orientadora: Ana Paula Lima de Carvalho

Rio de Janeiro

2021

Ficha catalográfica

Guimarães, Hannah Casais Machado

Para fora do *Boudoir*: *A lingerie* como *outwear* e sua relação com o feminino / Hannah Casais Machado Guimarães. – Rio de Janeiro, 2021. 112 p.

Projeto de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI-CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

1. Design de Moda. 2. *Lingerie*. I. Título.

Hannah Casais Machado Guimarães

Para fora do Boudoir

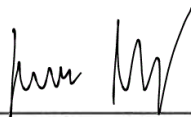
*A lingerie como **outwear** e sua relação com o feminino*

Projeto de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Data de Aprovação: 30/11/2021.

Banca Examinadora:


Ana Paula Lima de Carvalho
Mestre em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro,
Docente, SENAI CETIQT


Luisa Helena Silva Meirelles
Mestre em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro,
Docente, SENAI CETIQT


Paulo de Tarso Fulco
Especialista em Design de Interiores, Faculdade SENAI CETIQT,
Docente, SENAI CETIQT


Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes
Coordenador do Bacharelado em Design

SENAI CETIQT



Iniciativa da CNI - Confederação
Nacional da Indústria

Agradecimento

Agradeço ao meu pai, por ter sido a primeira pessoa a acreditar nesse sonho junto a mim, por todo apoio e incentivo incondicionais para que eu mudasse de cidade e fosse atrás dos meus sonhos. À minha mãe, por ser uma parceira de vida, por ter estado ao meu lado durante todos esses anos. Aos dois, todo meu amor e gratidão.

À minha irmã, Bianca, não tenho palavras para agradecer tudo que fez por mim, desde o dia que cheguei ao Rio de Janeiro. Você foi essencial, meu porto seguro. Obrigada por todo esforço e ajuda, por sempre ter olhado com tanto orgulho para todos os trabalhos que realizei durante minha formação acadêmica. Estaremos sempre juntas, amo você.

À minha namorada e amor da minha vida, Carol, obrigada por toda leveza, amor, apoio e ajuda em todas as etapas deste estudo. Sua presença é radiante e me ensina a ser alguém melhor. Eu agradeço ao universo por ter cruzado de forma tão extraordinária meu caminho ao seu. Te amo demais.

Aos amigos que fiz durante esses anos, Vitoria, Malu, Carol, Caio e Isa, cada um de vocês preencheram minhas manhãs com muita risada, troca e apoio, mesmo com tantas diferenças e particularidades formamos o melhor grupo possível. Um agradecimento especial à Vitoria, minha dupla de sempre, a faculdade não teria sido a mesma sem você, sem nossas noites viradas fazendo trabalho e todas as histórias por trás. Obrigada por ser tanto e por ter topado encerrar esse trabalho comigo, eu espero que você se veja nessas fotos com a certeza da mulher forte e incrível que eu sempre soube que tinha ao meu lado, te amo!

Agradeço também, à duas pessoinhas fantásticas que tenho ao meu lado, Tullio e Aline, obrigada por me transmitir um amor e amizade sem igual. Vocês fizeram Recife parecer perto com cada ligação, mensagem e carinho que eu recebi ao longo desses anos de saudade.

SENAI CETIQT



Iniciativa da CNI - Confederação
Nacional da Indústria

Resumo

De peça íntima a roupa fetichista, a *lingerie* é um item que, através do tempo, carrega questões importantes relacionadas a sexo, atitude, feminilidade, beleza e liberdade. O presente trabalho baseia-se em um mapeamento das referências bibliográficas, acerca da evolução da *lingerie* na moda e sociedade, visando o desenvolvimento de uma coleção cápsula, para a marca *Janiero Body Of Colours*, com o conceito do *outwear*, tendência que surgiu no final dos anos 1970 de usar a *lingerie* exposta e que voltou com força atualmente. A coleção foi desenvolvida, de forma autoral, por meio de um levantamento de imagens, inspirada nos editoriais da *Janiero* e em tendências do mercado de *lingerie*, ao levar em conta características da marca, com o propósito de adornar mulheres modernas, com base no empoderamento feminino. Utilizando-se da técnica da produção de *moodboard* e de *drapping* para a confecção do protótipo que é apresentado no editorial, na qual a coleção cápsula *Boudoir* busca valorizar o corpo feminino e sua emancipação no mundo contemporâneo.

Palavras-chave: Design de Moda. *Lingerie*. *Outwear*. *Janiero Body of Colours*. Empoderamento feminino.

Abstract

From underwear to fetishist clothing, lingerie's an item that has carried important issues related to sex, attitude, femininity, beauty and freedom over time. The present work is based on a mapping of bibliographic references, focusing on the evolution of lingerie in fashion and society, aiming on the development of a capsule collection for the Janiero Body of Colors' brand, with the concept of outwear, trend that emerged in the late 1970s and consists in wearing exposed lingerie and that has made a strong come back today. The collection was developed in an authorial way, through image survey, inspired by Janiero's editorials and trends in the lingerie market, bearing in mind the brand's peculiarities with the purpose of adorning modern women based on female empowerment. Using the technique of moodboard and drapping production to create the prototype presented in the editorial in which the Boudoir capsule collection seeks to value the female body and its emancipation in the contemporary world.

Key-words: *Fashion Design. Lingerie. Outwear. Janiero Body of Colors. Female empowerment.*

Sumário

Introdução.....	16
1. A lingerie.....	18
1.1 Um panorama histórico	18
1.2 A lingerie e a emancipação feminina.....	32
2. Pesquisa do mercado de moda íntima nacional.....	35
2.1 Dados do setor	35
2.2 Comportamento de compra	38
3. Marcas de referência e inspiração	41
3.1 <i>Loungerie</i>	41
3.2 <i>Janiero Body of Colours</i>	56
4. Processo criativo	66
4.1 Tendências	66
4.2 <i>Moodboard</i>	68
4.3 Cartela de cores e de materiais	69
4.4 Croquis.....	73
5. Coleção <i>Boudoir</i>	81
5.1 <i>Release</i>	81
5.2 Mix de produtos	81
5.3 Fichas de desenvolvimento	84
5.4 Protótipo	95
5.5 Editorial	97
Considerações finais	107
Referências	109

Introdução

O tema deste estudo parte do entusiasmo da autora pelo universo da *lingerie*, que durante a graduação demonstrou interesse no mercado de moda íntima e de apresentar uma visão crítica acerca dessa categoria de vestuário.

Caracterizada por sentidos simbólicos e valores morais de uma época, a *lingerie* é um item que, através dos séculos, carrega questões importantes relacionadas a sexo, atitude, feminilidade, beleza e liberdade. Ao analisar a evolução da moda íntima, tão marcada por machismo e opressão, percebe-se uma mudança de comportamento político-social que surgiu junto à revolução sexual de 1960 e incendiou debates sobre o empoderamento feminino. Atualmente, em razão da emancipação social da mulher, não faz mais sentido deformar o corpo em estruturas inconvenientes que tanto cercearam os movimentos e tempo da mulher no passado. A mulher do século XXI busca conforto, liberdade e independência.

O objetivo deste projeto parte do estudo de uma pesquisa quantitativa, através de dados coletados por meio de análise nos *e-commerces* das marcas de moda íntima, *Janiero Body of Colours* e *Loungerie* e em suas respectivas redes sociais. Além disto, um estudo com base no livro *Princípios de Marketing* de Kotler.

O presente trabalho tem como propósito fazer uma análise, acerca da história da moda íntima e sua relação com o feminino. E por fim, apresentar uma coleção cápsula de *lingerie* com peças desenvolvidas no conceito de *outwear* para o público feminino.

Para melhor atender ao tema deste estudo, este trabalho está dividido em 5 partes; O primeiro capítulo apresenta uma breve retrospectiva da história da *lingerie* e sua evolução junto com a mulher, por meio da revisão bibliográfica. Já no segundo capítulo, são expostos dados sobre o promissor mercado de moda íntima no Brasil e o comportamento de compra

das consumidoras, que se mostram cada vez mais interessadas em lingerie versáteis e modernas. O estudo de duas marcas: *Loungerie* e *Janiero Body of Colours*, presentes no terceiro capítulo, é um importante parâmetro real do mercado e foi feita por meio de pesquisas em seus *e-commerces*. A outra parte do trabalho, é destinada ao desenvolvimento criativo e apresentação de uma coleção cápsula para a *Janiero Body of Colours*.

1. A *lingerie*

A *lingerie* revela, através de sua história, como evoluíram na sociedade ocidental questões como igualdade de gênero, sexualidade, moralidade e estilo, passando de um objeto de suporte, a objeto sexual. Este capítulo busca apresentar um breve panorama histórico sobre as vestimentas íntimas e relacionar os movimentos ligados ao empoderamento feminino com essas peças de roupa, que vai muito além de um item em contato com a pele.

1.1 Um panorama histórico

No decorrer da história, as camadas de roupas de baixo refletiram – e continuam a refletir – os comportamentos político-sociais e costumes da sociedade. Cabe destacar que, as roupas íntimas, há algumas décadas tem servido como molde para que os corpos femininos se adequassem à silhueta “da moda”: ora alargando quadris, ora achatando, ou evidenciando bustos, ou, ainda, afinando cinturas de forma artificial.

Na idade média a função das roupas de baixo era a de proteger a pele de camadas grosseiras de tecidos e preservar a roupa externa da transpiração. Os primeiros itens dessa categoria foram os *chemises*, que tinham a forma simples e larga, confeccionados com linho, e serviam para cobrir o corpo nu como forma de respeitabilidade.

Embora hoje entendamos que a *lingerie* seja sensual, foi uma categoria historicamente distinta de roupas íntimas que derivou seu nome da palavra francesa '*linge*', significando linho - o material preferido para *chemises*. Historicamente a *lingerie* era a única roupa regularmente lavada (LYNN, 2010, p.9).

No início do século XIX, surgiram os calções, as primeiras formas de calcinhas femininas, que iam até a altura dos joelhos com uma fenda no meio, pois assim facilitava a ida ao banheiro. As roupas íntimas no período Vitoriano

eram extremamente austeras e praticamente um tabu dentro da sociedade que valorizava tudo que remetia ao recatado, limpo e puro, dado ao puritanismo marcante à época. Conforme Medeiros (2010) ressalta, a peça ficou mais popular entre os anos de 1840 e 1860, a partir de quando surgiu em novas cores, tais como o vermelho, roxo e até em estampas, como o xadrez, momento em que passou a protagonizar o imaginário masculino e a ser considerada sedutora.

A nova silhueta em S estava na moda e passou a ser sinônimo de sedução entre os anos de 1870 até meados de 1910. Demandava volumes na parte de trás e cinturas finíssimas, e, por isso a crinolina passou a ter pouquíssimo volume nas laterais e ênfase maior na parte traseira, contava com o auxílio de uma anquinha e do *corset*, o que garantia o formato de ampulheta às mulheres (imagem 1).

Com a morte da rainha Vitória, em 1901, e a ascensão do hedonista Eduardo VII (1901 – 1910), o espartilho da silhueta em S ganha novas amarrações e armações durante o período eduardino. Na versão mais torturante entre todos os seus séculos de reinado, entra em voga o chamado *corset* abdominal ou *droit devant*, criado pela célebre corsetière francesa Inès Gaches-Sarraute. Formada em medicina, ela buscava respeitar os princípios da anatomia ao criar uma peça que não comprimisse os órgãos internos ao estrangular a cintura. Seu espartilho foi projetado para começar sobre os quadris e terminar abaixo do busto, criando um abdômen sem dobras (ao resgatar o *bustc*, agora mais largo e rígido com fechos na frente), e deslocando as curvas para as costas (ao implantar um sistema de costuras e laços, que projetava as nádegas ao máximo para trás) (MEDEIROS, 2010, p. 39).

Imagem 1 - Evolução da silhueta no período Vitoriano



Fonte: *Fashion in Infographics*, 2015.

Por toda *Belle Époque* o *corset* abdominal foi adotado pelas damas como uma peça altiva e elegante. Essa impressão durou até os seus efeitos colaterais se tornaram públicos, a partir de constatações das graves deformações ao corpo feminino, chegando-se a casos de perfurações a órgãos que resultaram em mortes.

Como observa a jornalista Beatrice Fontanel, em seu livro *Sutiãs e Espartilhos – uma História de Sedução*, a mulher finalmente gozou da independência em relação ao espartilho quase uma década após a virada do século XX, e foi graças ao surgimento do sutiã, peça icônica do vestuário íntimo feminino (imagem 2). A nova silhueta proposta pelos estilistas franceses Paul Poiret e Madeleine Vionnet, era mais natural, o que dispensava o uso do espartilho, com vestidos acima da cintura e que marcavam o corpo de forma mais autêntica. Isso proporcionava mais conforto e funcionalidade às peças femininas durante a Primeira Grande Guerra.

Imagem 2 - Peça piloto do primeiro sutiã – *backless bra*, inventado por Mary Phelps Jacob em 1913



Fonte: *Daily Mail*, 2010.

O sutiã virou peça indispensável, geralmente usado para apoiar e realçar os seios. À exceção dos anos de 1920, que, segundo Lynn (2010), os seios foram achatados para seguir a moda de silhueta andrógina da época, e, por

isso, a roupa íntima tinha forma mais ajustada, com camisolas e *caleçons* em tecidos bem finos e sem adornos (imagem 3).

Imagem 3 - Modelos de *lingerie* da década de 1920



Fonte: *Bloshka*, 2018.

A moda dos anos de 1920 foi marcada pela revolução das *lingeries* e do comportamento feminino. Além disso, houve, também, grande avanço da tecnologia, e, com isso, os materiais se tornaram cada vez melhores e mais diversos, o que se permitiu a democratização maior da *lingerie* e de seus modelos. Foi a época em que surgiram as diferentes categorias para a roupa de baixo: para o dia, para a noite, as *lingeries* confortáveis e as sensuais.

Em círculos fechados, mulheres dominadoras e vanguardistas deram origem a uma moda retrô do espartilho, conferindo a ele uma aura sadomasoquista na virada do século XX. A nostalgia pelas cinturas ajustadíssimas de décadas anteriores agregou um caráter de fetiche à peça, não mais item obrigatório no guarda-roupa íntimo feminino (MEDEIROS, 2010, p.49).

A partir disso, o espartilho foi ressignificado por Yva Richard e Diana Slip, responsáveis por agregar o tom fetichista e sadomasoquista à peça, que até pouco tempo antes era símbolo de opressão. Yva foi pioneira no sistema de vendas via correio, mediante a criação de catálogos recheados de fotos sensuais onde a própria servia de modelo. Isso a tornou precursora entre as *dominatrix* e importante *sex symbol* da época. As *lingeries* cheias de renda, transparências, babados, apliques e cortes inusitados, foram inspiradas nas primeiras *vamps* do cinema – Theda Bara e Marlene Dietrich – e fizeram sucesso entre as parisienses que queriam apimentar suas gavetas de *lingerie*.

Os anos de 1930 foram marcados tanto pela influência de celebridades de Hollywood na moda e como pela consolidação da mulher nos esportes.

O esporte teve papel fundamental, pois, essa prática típica e rotineira da mulher europeia e americana, passou a dispensar o uso de espartilhos. Segundo Medeiros (2010), foi a primeira vez que a mulher precisou fazer dietas, exercícios físicos e a suar a camisa para se encaixar no padrão de beleza esguio e delicado que estava na moda. Tecidos elásticos começaram a entrar em cena, aparecendo em catálogos, e o corpo foi revelado com roupas mais justas e por shorts curtos para banhos de sol (imagem 4). Enquanto isso, os irmãos Warner criaram o bojo com diferentes profundidades e alças elásticas. (FONTANEL, 1998). Foi então que a peça de cima ganhou diferentes formas e funções, e os sutiãs que empinavam os peitos entraram em voga.

Nos anos de 1930, apareceu o bustiê, sutiã com barbatanas e sem alças. Em 1935, a revalorização das formas femininas veio em bojos com enchimento para aumentar seios pequenos, sendo seguidos em 1938 pelos avantajados sutiãs de armação. E, em 1939, um dos maiores sucessos da história do sutiã é inventado: o modelo com pespontos circulares e bojos pontudos – que será um grande *hit* nos anos 1950 e inspirará o estilista Jean Paul Gaultier a criar o célebre espartilho-cone da cantora Madonna na turnê *Blonde Ambition* nos anos 1990 (MEDEIROS, 2010, p.56).

Imagem 4 - *Lingerie* dos anos 1930



Fonte: *Bloshka*, 2018.

A eclosão da Segunda Guerra Mundial direcionou todos seus recursos para o conflito. De acordo com Medeiros (2010), a escassez de matéria-prima exigiu criatividade e imaginação das mulheres para remodelar suas próprias roupas, incluindo as de baixo. Verdadeiros símbolos sexuais da década, as *Pin-ups*, com suas cinturas finas e seios em evidência, influenciaram a moda com muita sensualidade, ao mesmo tempo em que a chegada do náilon garantiu que as peças esbanjassem leveza e maior durabilidade.

A *lingerie* deixou de ser apenas funcional e virou item de desejo à medida em que as *Pin-ups* viraram febre. Estrelas de cinema e modelos protagonizaram ilustrações e ensaios fotográficos provocantes, posando com peças transparentes e *lingeries* que delineavam seus corpos (imagem 5). As imagens estamparam cartazes de propagandas, calendários, embalagens de comida e até produtos de combustíveis, sempre marcados por muita sensualidade.

Imagem 5 - Icônica foto da atriz *Betty Grable*, usando apenas um maiô, em 1943



Fonte: *Fine Art America*, 2021.

Bustos delineados e cinturas ajustadas ficaram ainda mais fortes com a criação do *New Look* de Cristian Dior. Foi quando a moda voltou a adotar a silhueta marcada, em 1940, trazendo de volta os espartilhos, em versões mais curtas e suaves, com forma de cintas modeladoras (imagem 6), e exemplo do *Waspie* – criação de Marcel Rochas em 1945 (imagem 7).

Com a revolução de Dior, o *Waspie* de Rochas ganhou força total e também foi extremamente copiado em todo o Ocidente até o final dos anos de 1950. Surgiu uma geração de cinturitas especialmente desenhadas para valorizar as formas proposta pelo new look. Mesclavam o náilon – como herança dos paraquedas da guerra – e o cetim – como herança das roupas íntimas das avós – para enfatizar a cintura de vespa das donas de casa exemplares e das debutantes impecáveis dos chamados “anos dourados” (MEDEIROS, 2010, p.66).

Imagem 6 - Lingerie dos anos 1940



Fonte: *Bloshka*, 2019.

Imagem 7 - Modelo usando o Waspie, em 1947



Fonte: *Waist Training Brasil*, 2018.

Em 1950, a cintura delineada e os seios estavam em destaque através de mini anáguas e sutiãs com formato cônico e almofadas infláveis nos bojos (imagem 8). A roupa de baixo volta a ter detalhes como rendas e sem amarrotar, e devido à introdução do náilon na produção das peças, passaram a ser confeccionadas em uma variedade de tecidos elásticos.

Imagem 8 - Modelos de lingerie da década de 1950



Fonte: *Bloshka*, 2019.

Cintas e *corsets* ainda estavam em alta e movimentando a indústria têxtil antes da revolução sexual. Neste sentido, Medeiros (2010) compreende que os anos de 1950 ainda foram caracterizados por muito moralismo e tabu em relação às roupas íntimas. Episódio marcante da época, em 1954, a atriz *Marilyn Monroe* provocou grande polêmica durante as gravações externas de *O pecado mora ao lado*: na cena em que para sobre um respiradouro de metrô na cidade de Nova York, o seu vestido branco plissado esvoaçou e deixou sua calcinha a mostra (imagem 9).

Imagem 9 - Marilyn Monroe protagonizando cena que chocou o mundo, em 1954



Fonte: Claudia, 2017.

O Pós-Guerra trilhou o caminho para um corpo mais natural, alcançado através de exercícios e dietas, não mais por roupas íntimas que deformavam os corpos femininos. À medida em que as mulheres começaram a usar calças jeans mais justas e a substituírem os homens no trabalho, a moda passou a ser vista como expressão cultural em meio à revolução sexual e ao aparecimento do movimento feminista. As calcinhas de *Lycra* e as meias-calças foram introduzidas à vista da minissaia – grande novidade da década –, e garantiram espaço no guarda-roupa feminino que pedia por uma *lingerie* simplificada e sem volume, dispensando-se o uso de ligas e cintas. (BOUCHER, 2010)

A década de 1960 apresentou um novo público para os fabricantes de *lingerie*: as adolescentes, que agora passaram a ganhar mesada. Segundo Lynn (2010), modelos mais naturais, coloridos e divertidos estavam em alta, graças ao aprimoramento das técnicas de tingimento que facilitou o uso comercial de cores fortes e duradouras (imagem 10).

Imagem 10 - Lingerie da década de 1960



Fonte: *Bloshka*, 2020.

Com o objetivo de questionar a forma como o concurso Miss América estava tratando os corpos e os padrões de beleza, um grupo de feministas, do lado de fora do evento, resolveram se livrar da peça de cima em tom de protesto. Esse momento marcou o início da politização do sutiã, apresentando-o como símbolo de opressão e chauvinismo. “Para a maioria das mulheres, no entanto, o visual sem sutiã era, ironicamente, muitas vezes alcançado com a ajuda de um sutiã, que continuava sendo uma parte importante da maioria dos guarda-roupas femininos.” (LYNN 2010, p.143). O mundo da moda assumiu, então, uma nova consciência associada à valorização da natureza da mulher, com a produção de *lingeries* de tamanho menor para *looks* mais naturais (imagem 11).

Seios pequenos, sem sustentações, e pernas expostas foram os símbolos de beleza da década. Segundo Medeiros (2010), a modelagem mais simplificada era associada à liberdade e ao frescor com os quais as mulheres dos anos de 1970 se identificavam.

Imagem 11 - *Lingerie* da década de 1970



Fonte: *Bloshka*, 2021.

Para a historiadora especializada em moda, Valerie Steele (1997), em seu livro *Fetiche: moda, sexo & poder*, a revolução sexual foi caracterizada como um fenômeno em massa, através do qual se proporcionou o flerte entre a indústria da moda e de *underwear*, que, após as primeiras manifestações do movimento feminista, havia sofrido um baque. Foi a partir desse momento que a *lingerie* mostrou as caras no movimento *punk*, dando-se origem ao mercado e à estética da mulher poderosa que não sentia mais a necessidade de esconder sua roupa íntima.

De olho nesta lucrativa polêmica, a estilista inglesa Vivienne Westwood, considerada a mãe do movimento *punk*, fez renome a partir de 1974 criando roupas que levavam a intimidade fetichista às ruas, consagrando peças íntimas vinculadas à opressão feminina – meias arrastão, espartilhos, sutiãs e *négligées* – como *outwear* transgressoras. O badalado fotógrafo Helmut Newton foi outro nome da moda que ajudou a tornar *fashion* o fetichismo, com ensaios ousados e pioneiros que se valiam deste imaginário, como o publicado em 1977 na *Vogue* francesa, intitulado *Mulher ou supermulher* (MEDEIROS, 2010, p. 75). (imagem 12).

Imagem 12 - Fotografia de Elsa Peretti por Helmut Newton, em 1975



Fonte: *Fine Art America*, 2019.

Corpetes, *bodysuits*, cintas-ligas e meias rendadas renasceram na década de 1980, e tomaram o lugar das roupas de baixo simplificadas e meramente confortáveis das duas décadas anteriores, quando *outwear* vira o último grito da moda. Como observado por Medeiros (2010), a tendência de usar *lingerie* como peça principal inspirou nomes como Vivienne Westwood, Dolce & Gabbana, Karl Lagerfeld para Chanel, Gianni Versace, entre outros por toda década de 1990. Além da histórica parceria Madonna-Gaultier, que foi um marco para o *inside-out* nas ruas e passarelas (imagem 13).

Imagem 13 - Madonna na turnê *Blonde Ambicion*, com figurino assinado por Jean Paul Gaultier, em 1990



Fonte: Vogue Brasil, 2018.

No momento em que as mulheres começaram a ter direitos civis, trabalhistas e a debater sobre a sua sexualidade, a moda do *outwear* passou a marcar presença desde então. *Lingeries* começaram a ser usadas não mais como roupas de baixo e sim como peças principais do guarda-roupa feminino.

Nesse contexto, pode-se dizer que a peça de baixo foi se desmistificando e, com isso, o conforto foi se tornando cada vez mais essencial na virada do século XXI. Juntamente com a transformação de materiais e tecidos, os modelos foram aprimorados para atender à maior quantidade de estruturas corporais e necessidades possíveis. Também houve reviravolta no modo de usar a peça, trazendo-se estilos mais ousados e diferentes do que o habitual. Ao surgir novos modelos de sutiãs, para situações diversas, dos mais básicos até os mais sensuais, o uso e forma da peça foi expandido e democratizado.

1.2 A *lingerie* e a emancipação feminina

De peças que escondiam e moldavam partes do corpo da mulher, a símbolo de sensualidade, o paradoxo em volta da *lingerie* é evidente. As mulheres tiveram um longo caminho até a reconciliação com a peça que foi tão repressiva ao longo de séculos.

O mundo da mulher é enganoso porque é um mundo secreto. A separação social entre o grupo dos homens e o das mulheres, seu modo de vida distinto, a demarcação cuidadosa entre atividades femininas e masculinas, tudo isso fez, provavelmente, com que fosse muito demarcada na experiência do homem helênico essa apreensão da mulher como objeto misterioso e enganoso. Engano possível sobre o corpo que os enfeites escondem e que se arrisca a decepcionar quando é descoberto; ele é rapidamente suspeito de imperfeições habilmente mascaradas; teme-se algum defeito repelente; o segredo e as particularidades do corpo feminino são carregados de poderes ambíguos. Quereis, dizia Ovídio, vos livrai de uma paixão? Olhai um pouco mais de perto o corpo de vossa amante (FOUCAULT, 1984, p.220).

Somente após a segunda onda do movimento feminista, entre os anos de 1960 e 1970, é que o sutiã passou a ser problematizado e ganhou novo significado, mas como símbolo de opressão. A pauta da luta das mulheres era contra as pressões sociais, padrões irreais de beleza e disparidades entre os gêneros.

Vale lembrar que, em 1968, durante o concurso Miss América, cerca de 400 mulheres protestaram contra diversas restrições reproduzidas no contexto de sociedade patriarcal; esse evento ficou marcado na história como a “queima de sutiãs”. No entanto, conforme afirma Medeiros (2010), não houve fogo naquele dia por impedimento da polícia. O ato simbólico de jogar sutiãs, cintas-ligas, esfregões, panelas e revistas *playboy* em latas de lixo (imagem 14), serviu para incendiar o debate sobre o tema, e partir do qual suscitaram manifestações em outras partes do mundo, como em Berlim, onde, de fato, houve fogueiras. Desde então, a peça carrega inúmeras polêmicas em torno de si, cuja simbologia vem sofrendo alterações durante a história da moda.

Imagem 14 - Protesto feminista, em frente ao *Atlantic City* durante o *Miss America*, em 1968



Fonte: O Globo, 2015.

O enfoque dessas manifestações tinha como fim denunciar e cessar a pressão comercial e social depositada na aparência feminina ao longo dos anos, mas, distorcidamente, foi interpretada como a negação aos atributos femininos – visão esta que perdura até os dias atuais, em especial do ponto de vista masculino. Nesse interim, o feminismo ganhou visibilidade no contexto político, sendo responsável pela conquista de inúmeros direitos das mulheres e pela abertura da atual discussão sobre igualdade de gênero que tanto mobiliza o debate social.

Dentro desse contexto, da evolução do movimento feminista, não se pode deixar de mencionar o importante evento originado no Canadá: a Marcha das Vadias, conhecida também como “*slutwalk*”, que surgiu como reação à tentativa de transferência de culpa às próprias vítimas de abusos sexuais. Na época, em 2011, em razão dos crimes sexuais que vinham ocorrendo dentro da Universidade de York, Toronto, o policial Michael Sanguinetti, que havia sido

convidado para falar em palestra sobre propostas para segurança e prevenção aos crimes no campus universitário, defendeu que as mulheres deveriam parar de se vestir como “vadias”, de modo a não se tornarem vítimas de assédios, na tentativa de justificar que a forma como a vítima se vestia contribuía para o delito.

Em resposta à ultrajante fala, as estudantes da universidade organizaram protestos pelas redes sociais, nos quais passaram a se apropriar da palavra “vadia” – utilizada em conotação negativa pelo policial, e pela maioria da sociedade patriarcal – e vestiram trajes curtos e roupas íntimas, propositadamente, como forma de simbolizar a emancipação sexual e libertação do corpo feminino, e como meio para luta à repressão e culpabilização das vítimas de abusos sexuais. O movimento foi essencial (ao início) à quebra do estereótipo da mulher enquanto objeto provocativo de desejo, unicamente.

Atualmente, percebe-se a tendência ao discurso feminista onde há o destaque do corpo da mulher, sem a necessidade de renunciar a atributos socialmente ligados à feminilidade, que outrora remetiam à passividade, controle e opressão. Assim, a *lingerie* se torna um item feminino que simboliza a relação de protagonismo da mulher com o seu corpo: agora ela é dona de si, e detém a liberdade para fazer o que desejar com ele. Não mais há espaço para ser vista como objeto estritamente desejante. Ao ressignificar o corpo feminino, mostrando que ele não foi feito para ser admirado pelo outro, o movimento feminista revolucionou o campo da sexualidade e da moda.

2. Pesquisa do mercado de moda íntima nacional

A *lingerie* explodiu junto com a revolução sexual da década de 1960, e essa tendência se manteve crescente. Pois, de acordo com dados coletados pelo SEBRAE, no período entre 2007 e 2014, esse específico segmento da indústria têxtil atingiu, no mundo, um faturamento superior a US\$ 30 bilhões por ano.

Neste capítulo serão expostos os dados do mercado de consumo de *lingerie* no Brasil. À vista disto, foi realizada pesquisa sobre a dinâmica do mercado, mediante a obtenção de números em fontes de consulta, para, assim, alcançar o melhor entendimento acerca do cenário da moda íntima no Brasil – que, segundo dados divulgados em agosto de 2021 pela ABIT, continua crescendo. Será apresentado, também, um estudo do perfil comportamental de compra do consumidor de *lingerie*, que é baseado na apuração de dados relacionados aos aspectos decisivos para a concretização da compra.

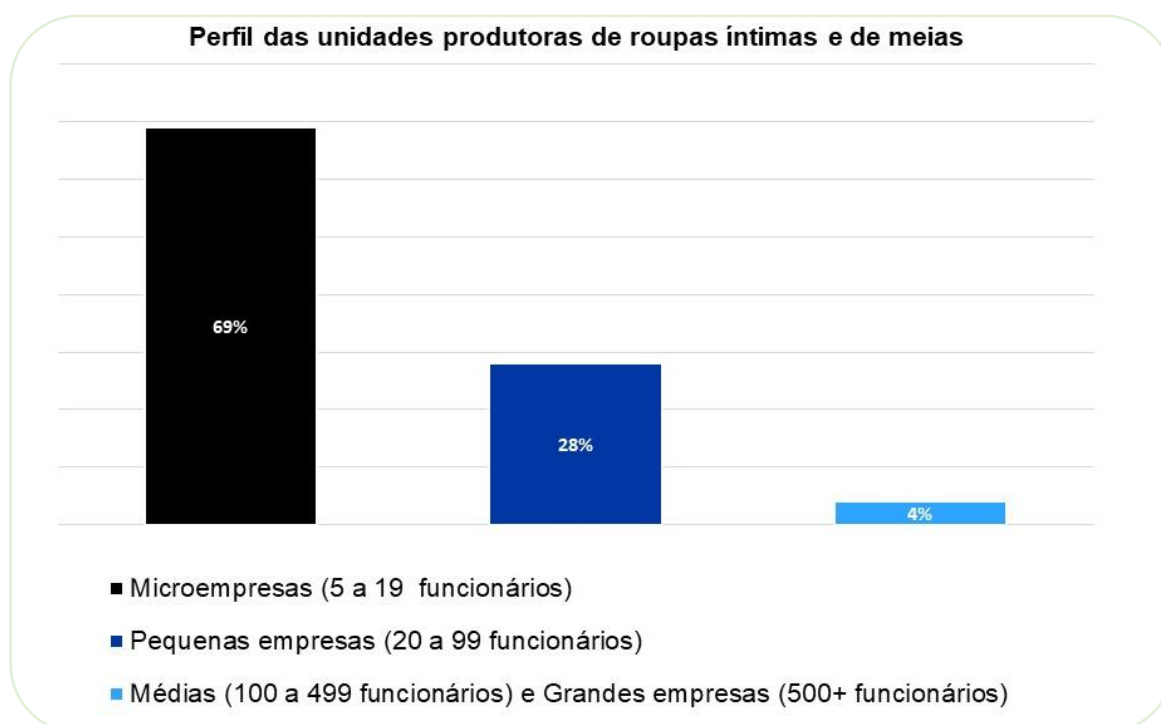
2.1 Dados do setor

A Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção no Brasil (ABIT) aponta que o mercado de moda íntima cresceu à medida que a mulher se tornou mais independente, e que movimentou US\$ 3,6 bilhões em valores de produção em 2012. E, conforme é apontado pelo IEMI – Inteligência de Mercado, a moda íntima, praia e fitness, apesar de ter sofrido com a crise mundial de 2016, foram os nichos de melhor recuperação. O que confirma que este segmento esteja se tornado cada vez mais atrativo.

Segundo dados divulgados em 2019 pelo SEBRAE, em 2017 o Brasil produziu cerca de 4,5% a mais em relação ao ano anterior, e atingiu a marca de 813,8 mil peças no segmento de moda íntima. Números mais atrativos do que os da produção de vestuário em geral, que cresceu

somente 3,2% no mesmo ano. Só no ano de 2020, foram produzidos 1,3 bilhão de artigos de moda íntima e meias (IEMI, 2021). As microempresas, que possuem de 5 a 19 empregados, representam mais da metade do perfil empresarial de moda íntima, e são responsáveis por quase 17% da produção, o que equivale a quase um terço dos empregos gerados no setor (gráfico 1). Os dados mostram o fortalecimento do mercado de moda íntima no mercado nacional e o aumento das expectativas de expansão do setor de forma contínua.

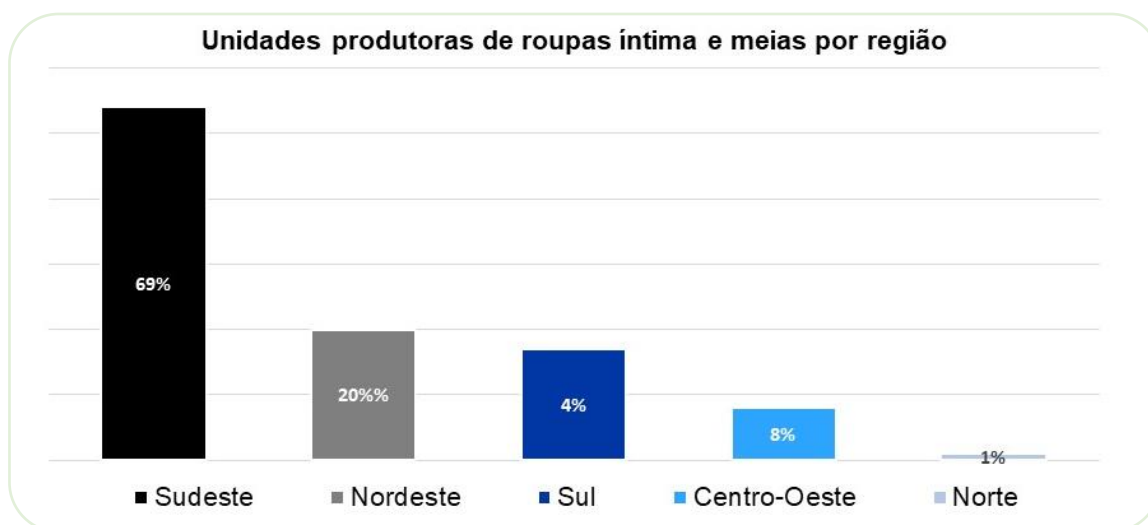
Gráfico 1: Perfil das empresas de moda íntima em 2019



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

A região líder em produção de moda íntima é a Sudeste, que detém grande diferença entre as demais regiões (gráfico 2). Os maiores produtores são os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, aos quais junta-se o Ceará e, que somados, concentram aproximadamente 77% da produção nacional, segundo dados de setembro de 2021, levantados pelo IEMI (2021).

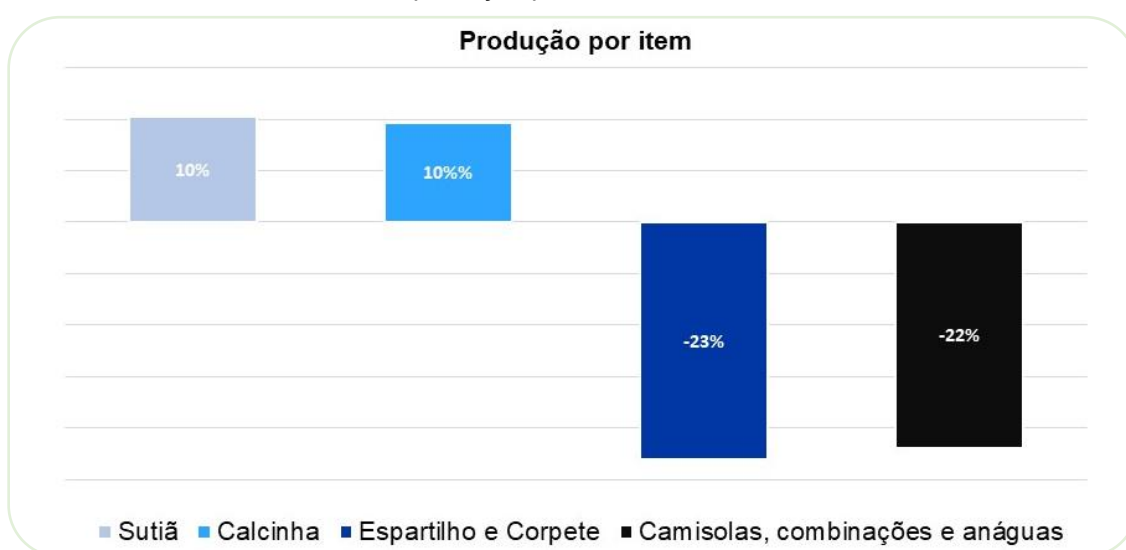
Gráfico 2: Produtoras de moda íntima em 2021 por região



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Entre os anos de 2014 e 2018, itens como calcinha e sutiã eram os artigos com maior peso no segmento de moda íntima feminina, representando cerca de 80% do consumo e com média de crescimento de 10% no ano de 2019. Segundo o Estudo do Mercado Potencial de Moda Íntima e Meias, realizado pelo IEMI itens como espartilho, corpete e anáguas sofreram uma queda de mais de 20% na produção (gráfico 3).

Gráfico 3: Crescimento na produção por itens de moda íntima entre 2014 e 2018



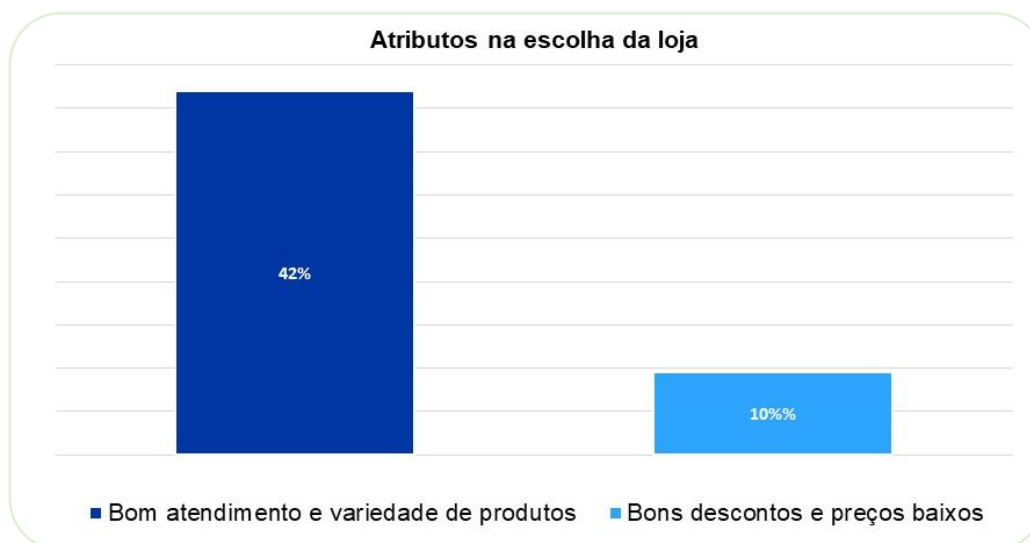
Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

O SEBRAE aponta para o crescimento economicamente estável do mercado de *lingerie*. O aumento da emancipação feminina e o avanço tecnológico, somados à visão estratégica bem definida, com foco na inovação e qualidade no atendimento, são fatores que impulsionam favoravelmente o setor de moda íntima no mercado da moda. Já a falta de informações, investimentos e baixo nível de conhecimento de mercado, por outro lado, atuam como fatores negativos internos, além da entrada de novos concorrentes, políticas tributárias e mercado informal, que podem prejudicar o sucesso do empreendimento.

2.2 Comportamento de compra

Dados da pesquisa "Comportamento de Compra das Consumidoras de Moda Íntima", feita pelo Instituto de Estudos e Marketing Industrial em março de 2018, em que ouviu 1.253 consumidoras brasileiras (com mais de 18 anos) de produtos de moda íntima feminina, revelaram que hoje há uma consumidora mais livre, onde o preço e descontos promocionais não são itens primordiais na decisão de compra de das roupas íntimas, em especial de sutiãs. Sobre esta peça, a gerente comercial do IEMI, Bárbara Castro, aponta uma mudança de comportamento na nova geração de mulheres, que enxerga o sutiã como peça de moda, para compor o *look*, indicando o comportamento mais livre e sensual das consumidoras. De acordo com o estudo, bom atendimento e variedade de produtos aparece como atributo principal na hora da compra (gráfico 4).

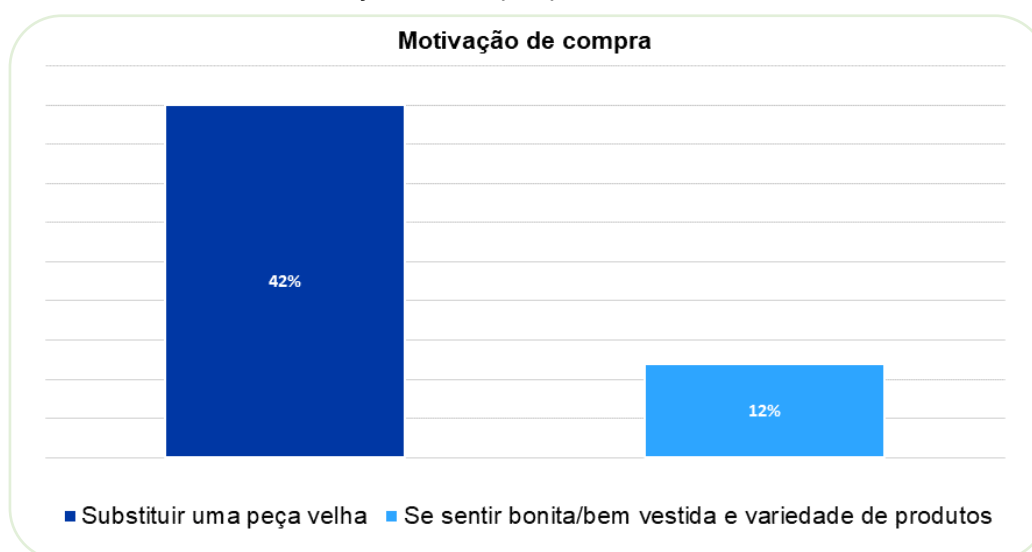
Gráfico 4: Atributos na escolha da loja pelas consumidoras em 2018



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Sobre o que atrai as consumidoras brasileiras às lojas de *lingerie*, a pesquisa realizada em fevereiro de 2019 pelo IEMI, sobre o “Comportamento de Compra das Consumidoras de Moda Íntima Feminina”, aponta que a principal razão da compra é a de renovar a gaveta e substituir uma peça antiga (42%) (gráfico 5).

Gráfico 5: Motivação de compra pelas consumidoras em 2019



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Ainda sobre a mesma pesquisa, apontou-se que as brasileiras aumentaram o gasto com lingerie nos últimos anos. Fato ligado ao crescimento contínuo da participação feminina no mercado de trabalho. Deste modo, o gasto em compras de lingerie obteve o aumento significativo de 20%, saindo do patamar de R\$ 106,00 para R\$ 127,00 por mês. Donas de si, as mulheres estão gastando mais com produtos para elas mesmas e se mostram cada vez mais exigente e em busca de qualidade, variedade, inovação e bom atendimento ao consumir um produto.

Sendo assim, com base nos dados apurados nas pesquisas e gráficos, é possível perceber que, para que o negócio seja suscetível ao sucesso, o empreendedor deve priorizar a variedade de peças comercializadas como estratégia de atratividade da marca, considerando-se a diversidade de público e gostos.

3. Marcas de referência e inspiração

Depois da apresentação da história da *lingerie* através das décadas, e, ainda, do contexto do mercado de consumo de moda íntima no Brasil, o capítulo a seguir pretende apresentar uma pesquisa aprofundada de duas marcas – *Loungerie* e *Janiero Body of Colours* –, sendo a primeira de referência, e a outra, de inspiração; essa pesquisa foi feita por meio da análise detalhada dos *e-commerces* e das redes sociais de ambas as marcas.

A *Loungerie*, marca do mercado de moda íntima nacional e que está consolidada há mais de 10 anos, foi a escolha para marca de referência, tendo em vista a vasta lista de produtos e combinações que compõem o seu portfólio. Peças desenvolvidas para que suas clientes se sintam bem em seus próprios corpos, seja com uma *lingerie* básica ou com traços *sexys*, a marca propõe criações cheias de referências de design e estilo, somadas ainda à boa recepção no mercado, pois seus preços são considerados justos pelas próprias consumidoras, ao que aponta os comentários em plataformas como “Reclame Aqui”, e no próprio *instagram* da marca.

Na segunda parte do capítulo, será apresentada a marca de inspiração, escolhida para o desenvolvimento da coleção-cápsula apresentada ao final do presente trabalho: a *Janiero Body of Colours*. Uma empresa moderna e ousada, que aposta no *handmade* e na *lingerie* versátil como forma de transformar a autoestima feminina; para que, com sua peça, a mulher possa se sentir mais bonita, mais *sexy* e confiante.

3.1 Marca de referência: *Loungerie*

Conhecida como a marca do “Sutiã Perfeito”, em 2009 a *Loungerie* chegou ao mercado de moda íntima com um novo conceito ao permitir

diferentes combinações de tamanho de tórax e busto com a promessa de chegar ao ajuste perfeito. A variedade de produtos e de tamanhos é, sem dúvidas, o diferencial da marca, e foi o que a estabeleceu como nome de referência no mercado de varejo de moda íntima no Brasil.

Imagem 15 – Editorial Marion



Fonte: *Loungerie*, 2021.

Determinar a localização adequada é de extrema importância para o sucesso de uma empresa (Kotler, 2000), e, em função disto, a *Loungerie* busca fixar seu ponto de venda em locais com grande fluxo de pessoas, como *shoppings* ou ruas com boa circulação de pessoas. Segundo dados apurados no site oficial, atualmente a marca possui mais de 64 lojas, e está presente em 21 estados, continuando seu plano de expansão. Na cidade do Rio de Janeiro, encontra-se na zona sul, zona oeste e zona norte, fixando-se em shoppings de grande movimento (no Shopping Tijuca, Rio Sul, Leblon, Barra Shopping e Rio Design Barra), em acordo com a preferência das consumidoras deste segmento por lojas físicas.

Com o objetivo de proporcionar uma experiência de venda única, cada ponto de venda tem cerca de 160 metros quadrados, e conta com clima

sensual, iluminação baixa e decoração escura, para que suas clientes transitem livremente entre os *displays* e gavetas espalhadas pela loja, o que permite o contato maior com os produtos (imagem 16).

Depois de alguns anos de funcionamento, a marca se reposicionou para transmitir mais sensualidade e diversão. A virada na identidade visual, que foge um pouco do projeto inicial – mais sério e sofisticado –, foi um sucesso. Suas embalagens e sacolas de papel estampadas pelos poás brancos em fundo preto, com papéis de seda rosa pink, são facilmente reconhecidas e ligadas ao nome da marca. A logomarca da *Loungerie*, que remete a um corselete, está nas etiquetas de cetim e nas sacolas, também reforça ainda mais a identidade visual da marca: confere ar de sensualidade e ousadia, além de garantir o vínculo ao nome da marca.

Imagem 16 – Interior de loja da *Loungerie*

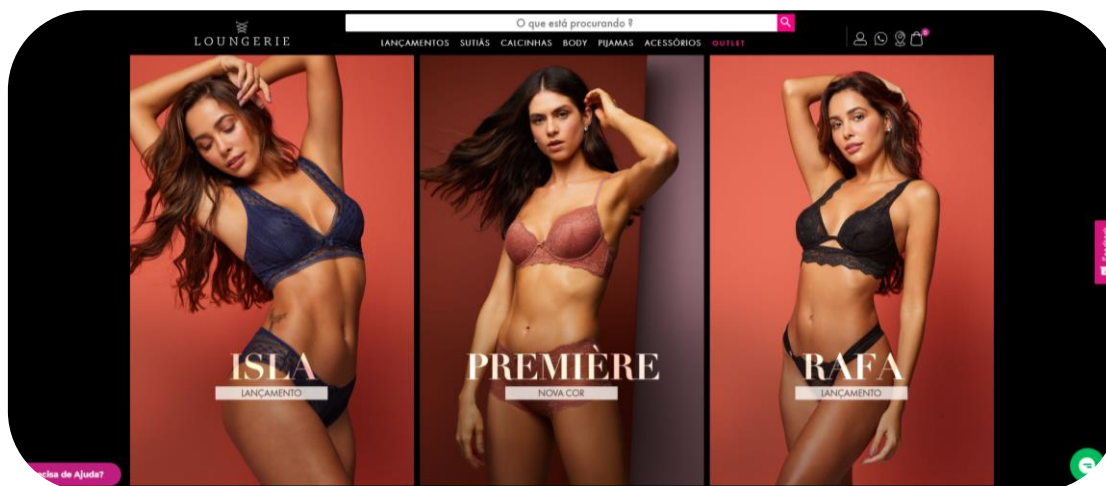


Fonte: *Loungerie*, 2021.

Em 2012, a companhia lançou seu *e-commerce*, que conta com a mesma variedade de produtos e a tabela de medidas presente nas lojas físicas, o que promete o atendimento personalizado e a comunicação ágil a todas as consumidoras (imagem 17). A *Loungerie* procura se fazer presente, ainda que de forma virtual, para que suas clientes tenham a experiência completa que a marca valoriza. Com cuidados que vão desde a embalagem, que são

perfumadas com uma essência desenvolvida exclusivamente para a marca, até a interação por chat, e-mail e redes sociais.

Imagem 17 - Página do e-commerce



Fonte: Loungerie, 2021.

O perfil da marca no Instagram é direcionado para o público feminino de diferentes idades, lugares e personalidades. É abastecido diariamente com conteúdo para a cliente interessada nas novidades da marca, ofertas *no e-commerce* e em serviços exclusivos – como *planners* digitais, *playlists* e curiosidades para as seguidoras. A marca se posiciona contra qualquer tipo de discriminação em *posts*, e seus editoriais, espalhados por todo o perfil, comprovam o discurso com a representatividade, pois contam com modelos de diferentes raças, corpos e idades.

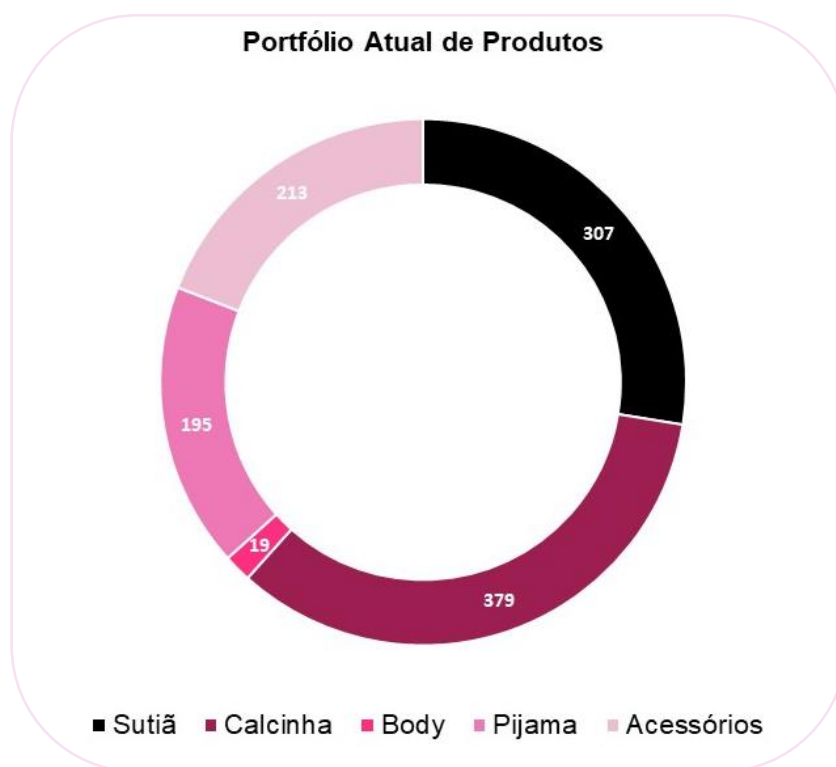
Durante a pandemia da Covid-19, a *Loungerie* se posicionou a favor do isolamento social, flexibilizou as políticas de troca e buscou marcar mais presença na plataforma *online*, a partir da concessão de medidas como o frete grátis, compras sem valor mínimo, trocas em até 60 dias e descontos em diferentes coleções, com variação diária. Investiu na comunicação direta com suas clientes, através de suas plataformas online, com a publicação de posts diários no Instagram da marca, com dicas de como passar a quarentena de forma mais leve e para divulgar avisos de promoções especiais.

A marca, que aposta na variedade, lança uma nova coleção a cada semana e oferece um portfólio completo em *lingerie*, *loungewear*, beleza e acessórios, além de revender produtos das renomadas marcas internacionais DKNY, Hanky Panky, Wacoal e Spanx. Possui modelos para cada momento do dia, e conta com grande diversidade, o que acaba por atender a todos os gostos, personalidades e estilos.

De *lingeries* sensuais às mais básicas, o primordial é que se preze pelo conforto e por possibilitar o uso de várias peças sem depender da sobreposição de outras, de modo que a mulher possa usá-las como preferir e para se sentir bem.

A plataforma *online* divide a coleção em categorias: Lançamentos; Sutiãs; Calcinhas; *Body*; Pijamas; Acessórios; *Outlet* (gráfico 6). Há, ainda, subdivisões em cada uma delas.

Gráfico 6 - Portfólio de produtos no *e-commerce* em outubro de 2021



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

A marca revela uma pluralidade de modelos de *tops*, e, com isso, supre as mais diferentes necessidades e preferências das consumidoras, somados à função do ajuste de tórax e taça, o que a faz atender a diferentes tipos de corpos. São 8 modelos de sutiã: Cobertura Total; Demi; Triângulo; Tomara que Caia; Top; *Balconet*; Maternidade (imagem 18); Cada um dos modelos são desenvolvidos em diferentes propostas visuais: em renda, com ou sem bojo, com detalhes em aviamento; há 307 possibilidades de *tops* para a cliente criar produções como desejar.

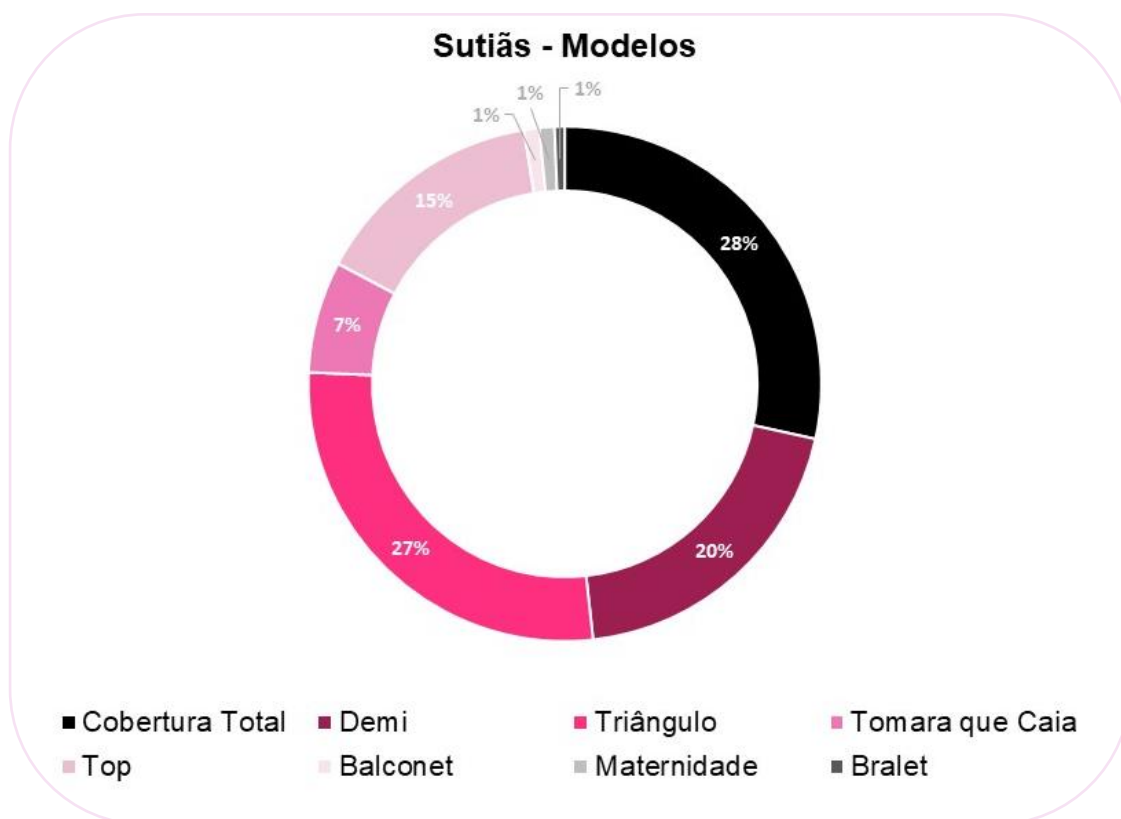
Imagem 18 – Quadro adaptado a partir dos modelos de sutiã da *Loungerie*



Fonte: *Loungerie*, 2021.

O slogan “O sutiã perfeito” é o forte da empresa, pois foi a pioneira ao propor o ajuste perfeito entre as medidas do tórax e da taça, e, com isso, passou a oferecer combinações de tamanhos perfeitos para suas clientes. Além da tabela de medidas, a *Loungerie* disponibiliza em seu e-commerce um provador virtual e vídeos explicativos para ajudar a descobrir o tamanho ideal.

Gráfico 7 - Modelos de *sutiã* no *e-commerce* em outubro de 2021



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Em seu site oficial (2021), a marca destaca os pontos importantes na hora de escolher o *sutiã* ideal, tais como o formato e tamanho dos seios, o tipo de decote do look, a ocasião e o estilo pessoal. Para isso, disponibiliza um guia para facilitar a escolha, conforme descrito no site:

Cobertura Total	Ideal para seios maiores, pois sua sustentação é mais reforçada. Sua taça é mais profunda e alta, que abraça o busto por inteiro e laterais mais largas.
Demi	Ideal para o dia a dia. De formato anatômico, cobre apenas uma parte dos seios, valorizando o decote. Modelo versátil, com alças finas ou largas, suporte com aro e com ou sem bojo.
Triângulo	Ideais para roupas cavadas. Acomoda os seios com conforto e sem aumentá-los, sua sustentação é mais baixa. Para mulheres com mais volume, devem escolher os modelos com alças e cós mais largos.
Tomara que Caia	Ideal para quem não quer que a alça apareça e para roupas mais abertas. Esse modelo não é muito indicado para mulheres de seios grandes e pesados.

Top	Bastante confortável e versátil. Ao invés de um fecho tradicional de sutiã, ele é vestido como um top.
Balconet	É um descendente moderno e mais confortável dos espartilhos. Indicado para seios pequenos e médios, que não precisam de muita sustentação e desejam mais evidência, pois levanta os seios. Seu decote é mais reto e cavado, suas laterais mais largas e as alças distantes.
Maternidade	Costumam ser do tipo triângulo, para facilitar a amamentação. Possui fecho especial que abre para o seio.
Bralet	Perfeito para mulheres de seios volumosos, pois garante ótima sustentação. Possui o cóis mais largo.

Fonte: *Loungerie*, 2021.

Na tabela de medidas, o tamanho do sutiã (imagem 19) varia de 40 a 58 no tórax, e são combinados a 5 tamanhos diferentes na taça (A, B, C, D e E). Os tecidos mais utilizados nas produções são: algodão, cetim, microfibra, modal, renda, tule, veludo e couro sintético. O valor da peça varia bastante, iniciando-se em R\$54,90 (*Sutiã Triângulo Renda Sweet Lace*) e podendo chegar até R\$319,90 (*Sutiã Underwire Cobertura Total Microfibra Renda Lace Affair – Wacoal*).

Imagem 19 - Tabela de medidas de *sutiã* da *Loungerie*

MEDIDAS LOUNGERIE	número loungerie		tórax CM		taça CM									
					A		B		C		D		E	
	de	a	de	a	de	a	de	a	de	a	de	a	de	a
	40	63	67	74	78	78	82	82	86	86	90	90	94	94
	42	68	72	78	82	82	86	86	90	90	94	94	98	98
	44	73	77	82	86	86	90	90	94	94	98	98	102	102
	46	78	82	86	90	90	94	94	98	98	102	102	106	106
	48	83	87	90	94	94	98	98	102	102	106	106	110	110
	50	88	92	94	98	98	102	102	106	106	110	110	114	114
	52	93	97	98	102	102	106	106	110	110	114	114	118	118
	54	98	102	102	106	110	110	110	114	114	118	118	122	122
	56	103	107	106	110	114	114	114	118	118	122	122	126	126
	58	108	112	110	114	114	118	118	122	122	126	126	130	130

Descobrir a medida do seu sutiã perfeito é simples! Com uma fita métrica, meça o tórax, passando-a pelas costas, logo abaixo dos seios. Depois, o tamanho do busto, passando a fita pelas costas e sobre ele.

Exemplo: se a medida do seu tórax está entre 63 e 67 cm, o tamanho do seu sutiã perfeito é 40. Se a medida do busto ficou entre 74 e 78 cm, você é uma 40A. Para tirar suas dúvidas confira a tabela de medidas Loungerie.

Fonte: *Loungerie*, 2021.

De modo geral, as calcinhas sofreram alterações no decorrer dos anos, especialmente com relação aos materiais e técnicas usadas para a confecção da peça de baixo, como forma de, cada vez mais, garantir o conforto para a rotina da mulher, ou até mesmo para valorizar a forma natural do corpo feminino.

Conforme o site da marca apresenta, a cliente pode escolher entre diferentes categorias de calcinhas: Fio Dental; Biquíni; Cintura Alta; *Caleçon*; *Boysshort*; *String*; Tanga (imagem 20). Cada um dos modelos apresenta uma proposta diferente, desde as mais simples às mais elegantes e sensuais. Os 379 modelos são confeccionados em tecidos de algodão, cetim, microfibra, modal, renda, tule, veludo e couro sintético.

Imagem 20 - Quadro adaptado a partir dos modelos de calcinha da *Loungerie*



Fonte: *Loungerie*, 2021.

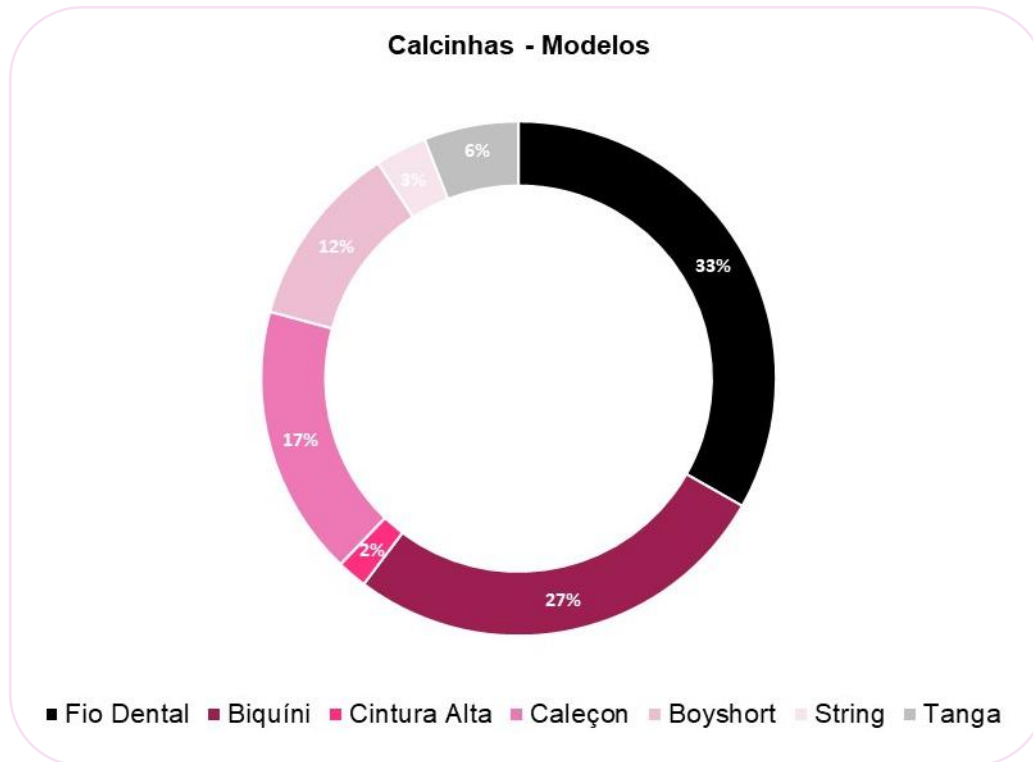
A *Loungerie* desenvolve modelos para cada momento da rotina da sua cliente, que pode escolher a melhor opção de acordo com a necessidade, e conta com a descrição para ajudar a entender para que serve cada um dos 7 modelos no site da marca (gráfico 8).

Fio Dental	Sexy e versátil, valoriza o corpo da mulher e não marca na roupa.
Biquíni	Tem as laterais mais largas, cóis baixo ou médio e tampam quase ou todo o bumbum. Ideal para o dia a dia.
Cintura Alta	Clássico da moda íntima, veste perfeitamente todos os biotipos. Possui o cóis mais alto e ajuda a modelar o corpo.
Caleção	Possuem as laterais mais largas e cobrem o bumbum. São modernas e superconfortáveis.
Boyshort	Tipo um shortinho, possuem laterais largas, cobrem todo o bumbum e ficam imperceptíveis em qualquer roupa.
String	Design moderno e sensual, com tiras mais finas de cada lado e geralmente fio dental. Proporciona um delineado marcante ao corpo.
Tanga	Confeccionadas com cóis baixo, tiras laterais e modelagem traseira que tampa quase ou todo o bumbum

Fonte: *Loungerie*, 2021.

A cartela de cores é ampla – cores neutras como branco, preto, tons de nude, marinho e verde formam as opções clássicas e tradicionais, e os diversos tons fortes estão entre as opções coloridas.

Gráfico 8 - Modelos de calcinha no e-commerce em outubro de 2021



Fonte: *Elaborado pela autora*, 2021.

No e-commerce da marca, as calcinhas são subdivididas em 4 linhas: Sexy, básico, renda e modeladora (imagem 21); e são produzidas seguindo a tabela de medidas das calcinhas da marca, que varia em P, M, G e GG.

Sexy é a linha que agrega sensualidade à peça, composta por calcinhas de renda e com transparências, em cores clássicas (preto, branco, cinza, azul, vermelho e rosa), e o preço começa em R\$29,90 (*calcinha alta fio dental renda tule tulum cinza escuro*) e vai até R\$179,90 (*calcinha caleçon renda signature lace hanky panky*).

A linha Básica é formada por calcinhas com modelagem mais larguinha, ideais para o dia a dia, são confeccionadas em algodão e microfibra, com cores neutras (branco, preto, nude e variações de vermelho), e a maioria possui detalhes em renda, cujo preço varia entre R\$36,90 (*calcinha fio dental algodão renda pop colors*) e R\$59,90 (*calcinha fio dental microfibra Foxy*).

Todas as calcinhas produzidas em renda compõem a linha de mesmo nome, que possui uma variedade extensa de cores, das mais básicas às mais coloridas, e são encontradas a partir de R\$29,90 (*calcinha fio dental renda Sweet tones*), podendo chegar até a R\$189,90 (*calcinha caleçon renda embrace lace preto – wacoal*).

Enquanto linha Modeladora, é marcada por peças feitas com material resistente para garantir a postura da mulher. Por ter a cintura mais alta, ela modela o corpo sem deixar marcas no corpo ou na roupa, e possui apenas dois modelos, cujos preços variam entre R\$249,90 (*calcinha shapewear alta blue package nude*) e R\$319,90 (*calcinha shapewear alta power series nude*).

Imagem 21 - Quadro adaptado referente as linhas de calcinha da *Loungerie*

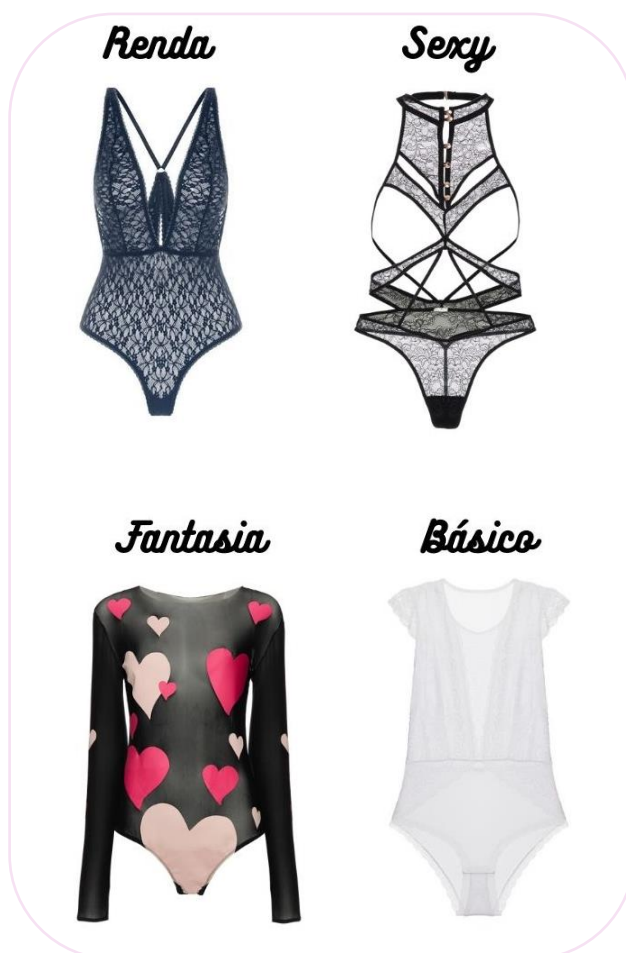


Fonte: *Loungerie*, 2021.

Além dos produtos tradicionais da moda íntima, a *Loungerie* aposta em 21 modelos diferentes de *bodies*, e oferece desde *body* de renda até modelador. Peça versátil e moderna, veste a mulher em qualquer ocasião, e podem ser muito mais que uma *lingerie*. Além de combinar com todas as peças de um guarda-roupa feminino, faz a vez como peça principal da mulher moderna.

A marca exhibe diferentes propostas de *bodies* em seu *e-commerce*. A cliente pode escolher entre modelos de renda, estilo sexy, cavado, transparente, fantasia e básico, encontrados em cores neutras como preto, branco, nude, vermelho e azul (imagem 22). Em tamanhos que vão do P ao GG, os preços iniciam em R\$79,90 (*body zebra microfibra walerio araujo II preto/branco*) e podem chegar até R\$299,90 (*body manga longa tule coração alexia preto/rosa*).

Imagem 22 - Quadro adaptado referente aos modelos de body da Loungerie



Fonte: Loungerie, 2021.

Inspirada em uma peça clássica do guarda-roupa íntimo feminino, a *Loungerie* possui, em sua categoria “Acessórios”, uma coleção com 10 modelos de *corselets*. São desenvolvidos em uma modelagem mais justinha, com muita renda, tule e até vinyl, possuem propostas visuais bem delicadas e, ao mesmo tempo, super *sexys* (imagem 23). A paleta de cores segue uma linha mais clássica, predominando o preto, além de brancos, vermelhos e azul.

A cliente pode optar por modelos mais acessíveis, que custam R\$49,90 (*corselet veludo amapa G27 rosé*), até as opções mais elaboradas e cheias de detalhes em aviamentos e recortes, que podem custar até R\$299,99 (*corselet*

renda at night). Todas as peças são fabricadas em 4 tamanhos diferentes: P, M, G e GG.

Imagem 23 - Quadro adaptado com modelos de *corselet* da *Loungerie*



Fonte: *Loungerie*, 2021.

Atualmente, a *lingerie* ganhou um espaço maior, ao se tornar o verdadeiro símbolo de sensualidade e empoderamento feminino. Os diversos tipos de peças que compõem o portfólio da *Loungerie* podem transformar qualquer visual, ao passo em que garantem conforto e confiança por baixo, ao mesmo tempo que possibilitam o uso como *outwear*, com muita sensualidade e sofisticação. Essas combinações estão ganhando cada vez mais destaque no mundo da moda, propondo-se formas diferentes de unir a *lingerie* ao *look*, e, assim, sair do óbvio com um toque de ousadia (imagem 24).

Imagem 24 - Quadro adaptado com propostas de peças da *Loungerie* em look



Fonte: *Loungerie*, 2021.

Os comentários em páginas como o *Google* e *Reclame Aqui*, até outubro de 2021, mostram clientes satisfeitas com a proposta da marca em relação à diversidade e ao valor dos produtos. Em contrapartida, “má qualidade” corresponde à maior parte das 123 reclamações no site do *reclame aqui*. Ainda assim, a *Loungerie* tem uma nota de 4.6/5, o que evidencia, ao fim desta breve análise da marca, a sua relevância e importância no mercado de moda íntima nacional. Não só com produtos diversificados e que proporcionam conforto, a marca do sutiã perfeito aposta na variedade e no novo conceito de *lingerie*, e conta com peças cada vez mais *fashionistas* e elegantes, que podem ser usadas para diferentes necessidades e formas por suas clientes.

3.2 Marca de inspiração: *Janiero Body Of Colours*

Com o propósito de criar lingerie que fossem verdadeiros acessórios para o corpo, em 2013 nasceu a *Janiero Body of Colours*, marca de inspiração do presente trabalho (imagem 25). A empresa paulista investe em um portfólio composto por produtos produzidos com o objetivo de adornar mulheres autênticas e de espírito livre.

Imagem 25 – Colagem *Janiero Body of Colours*



Fonte: *Janiero Body of Colours*, 2021.

Apesar de ser uma pequena empresa do setor de moda íntima, até novembro de 2021 o *instagram* da *Janiero* atingia o surpreendente número de 145 mil seguidores. Formada por 9 mulheres, e contando com mais 15 colaboradoras externas, a equipe responsável por todo processo criativo e pela cadeia produtiva tem como principal objetivo o desenvolvimento de peças para elevar a autoestima das mulheres, e, ao mesmo tempo, que dialogue com o mundo exterior, sempre com muita responsabilidade socioambiental.

Desde 2019 a *Janiero* passou a explorar as possibilidades da *lingerie* de forma mais ousada, empática e inclusiva, ao passo em que começou a considerar a diversidade e feminilidade do corpo da mulher. Essa mudança levou à desmistificação dos padrões que marcaram o corpo feminino por séculos, e funciona como meio de fazer com que suas clientes possam se sentir representadas e confortáveis em seus próprios corpos (imagem 26).

Imagem 26 – Foto de editorial



Fonte: *Janiero Body of Colours*, 2021.

Em meio à pandemia da Covid-19, período de vibrações de medo, baixa auto estima e pouco otimismo, a *Janiero* buscou propagar energia positiva por meio das cores, utilizando-as para transmitir boas sensações, como poderosa ferramenta para contar histórias, idéias, atmosferas e emoções. A empresa falou ainda sobre a importância entre esse fio condutor da realidade interior da marca e suas clientes. Para isso, diminuiu-se o preço dos produtos mais procurados, por um período, como forma de continuar levando suas cores e energias para as consumidoras nesse momento mais desafiador. Além disso,

contribuiu com o combate à pandemia, ao reservar espaço e tempo em seu ateliê para a produção de máscaras de proteção que foram doadas para a prefeitura de Mogi das Cruzes, cidade onde está localizada a sede.

Em sua página oficial do *Instagram*, a marca costuma compartilhar com suas clientes conteúdo bem diversificado e íntimo. Quem acompanha a rede social tem acesso aos bastidores do desenvolvimento das coleções, de todo o processo de criação, das fotos dos ensaios, além de conseguir entender mais intimamente de onde vem o resultado final que são os produtos comercializados.

A marca utiliza a experimentação manual na confecção de 100% das peças, que nascem do reaproveitamento de tecidos e retalhos que seriam descartados, além de serem desenvolvidas através de um processo criativo inovador, tendo por base em técnicas e composições de cores e tecidos, mixagem de estampas e formas (imagem 27). Esse trabalho é transformado em *lingeries* que transitam entre o universo das roupas e transcendem à própria utilidade e simbologia, pois se tornam autênticos acessórios para o corpo, justamente com o intuito de adorná-lo e permitir a sua exibição.

Imagem 27 – Processo criativo

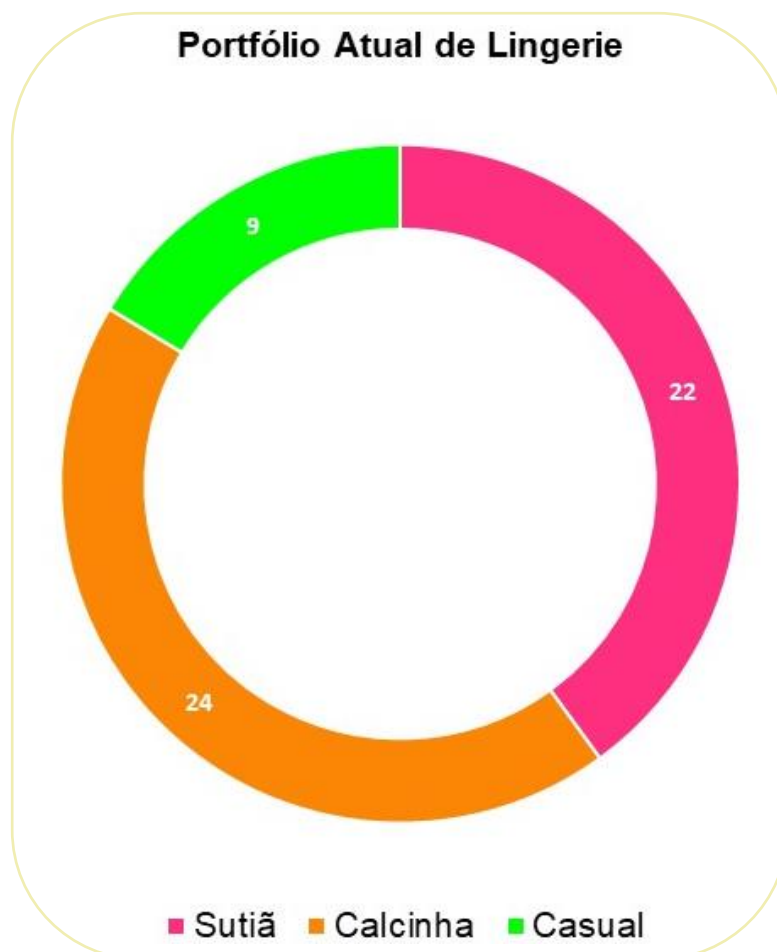


Fonte: Janiero Body of Colours, 2021.

Feitas à mão, as peças da marca são muito delicadas e demandam cuidado especial. Em função disso, a equipe disponibiliza em suas mídias sociais e *e-commerce* manuais de como cuidar apropriadamente de cada peça, para que possam durar o maior tempo possível.

Todas as peças da *Janiero* são vendidas através do seu *e-commerce*. A marca possui uma coleção de beachwear com 40 peças, além de uma pequena coleção de roupas, que conta com 8 modelos. As lingerie, categoria de maior representatividade da marca, é subdividida em outras 3 categorias: Sutiãs, calcinhas e casual (gráfico 9).

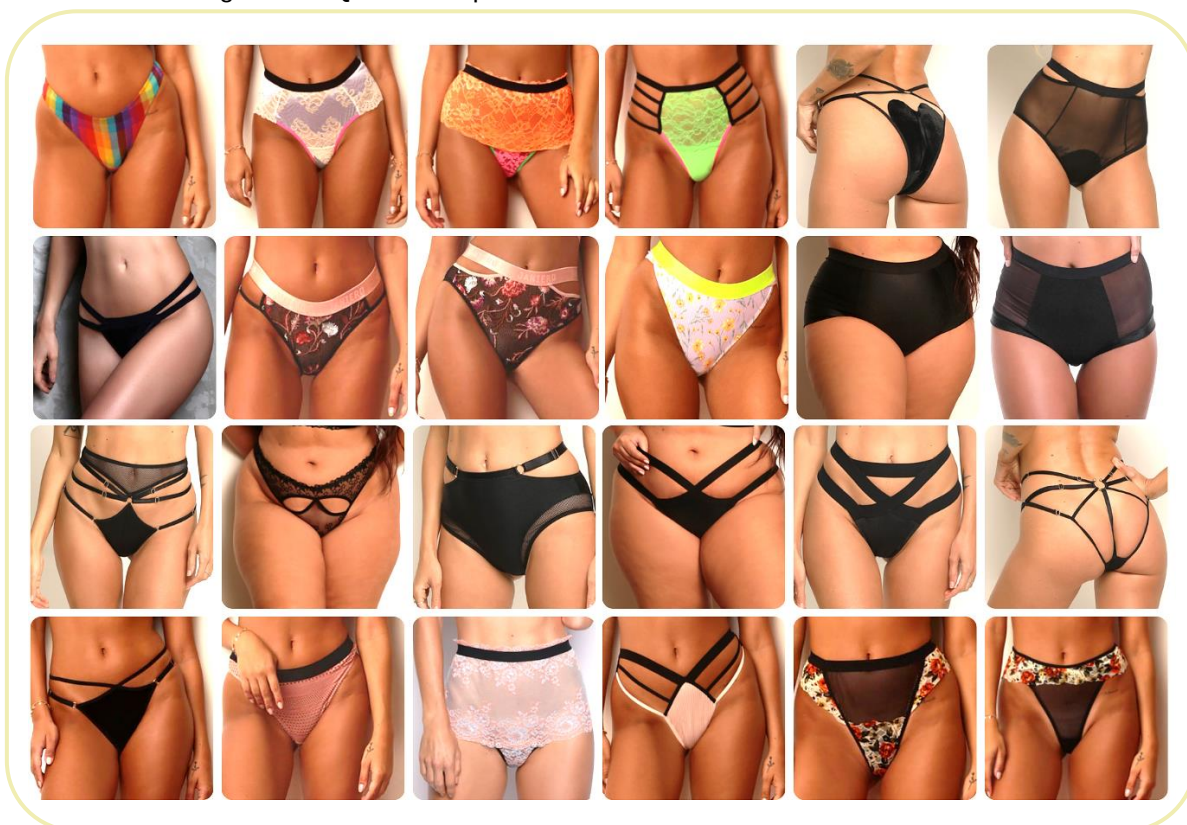
Gráfico 9 - Portfólio de *lingeries* no *e-commerce* em outubro de 2021



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

A coleção de calcinhas, composta por 24 modelos, é desenvolvida com design moderno e ousado. São confeccionadas, em sua maioria, com tule, renda e elásticos, e criam diferentes formas e desenhos pelo corpo (imagem 28). Alguns modelos são tão versáteis que podem ser usados como *beachwear*. É interessante observar que, o portfólio da marca possibilita que haja uma adequação à vontade da consumidora com relação à liberdade para criar combinações entre os modelos disponíveis, haja vista as referências que dialogam perfeitamente.

Imagem 28 - Quadro adaptado com os modelos de calcinha da Janiero



Fonte: Janiero *Body of Colours*, 2021.

A empresa busca oferecer, com qualidade, produto exclusivo e artesanal, e isso reflete no preço. De acordo com a pesquisa realizada no site oficial da marca em outubro de 2021, a calcinha de menor valor custava R\$95,20 (*calcinha listrada colours Venice*), e a de maior alcançava R\$239,90 (*calcinha preta piercing Irina*). Já entre os sutiãs, os preços variavam entre

R\$151,20 (*sutiã meia taça listrado colours Califórnia*) e R\$349,00 (*sutiã preto piercing Rosie*) (imagem 29).

Imagem 29 – *Top Preto Tiras Juliette*; conjunto *Piercing* e conjunto *Listrado Colours*



Fonte: Janiero Body of Colours, 2021.

A coleção de *sutiãs* é produzida como conjuntos para as partes de baixo, mas sem limitar a cliente, que poderá optar por misturar as peças como bem entender (imagem 30). Os modelos pretos, por exemplo, podem ser combinados com todas as calcinhas, e possuem detalhes de acabamento em elástico preto, o que se tornou a marca registrada da Janiero – como é o caso do *Top Preto Tiras Juliette* (imagem 29), que promete ser o mais versátil da estação e custa R\$199,90.

Imagem 30 - Quadro ilustrativo referente aos modelos de *sutiãs* da Janiero

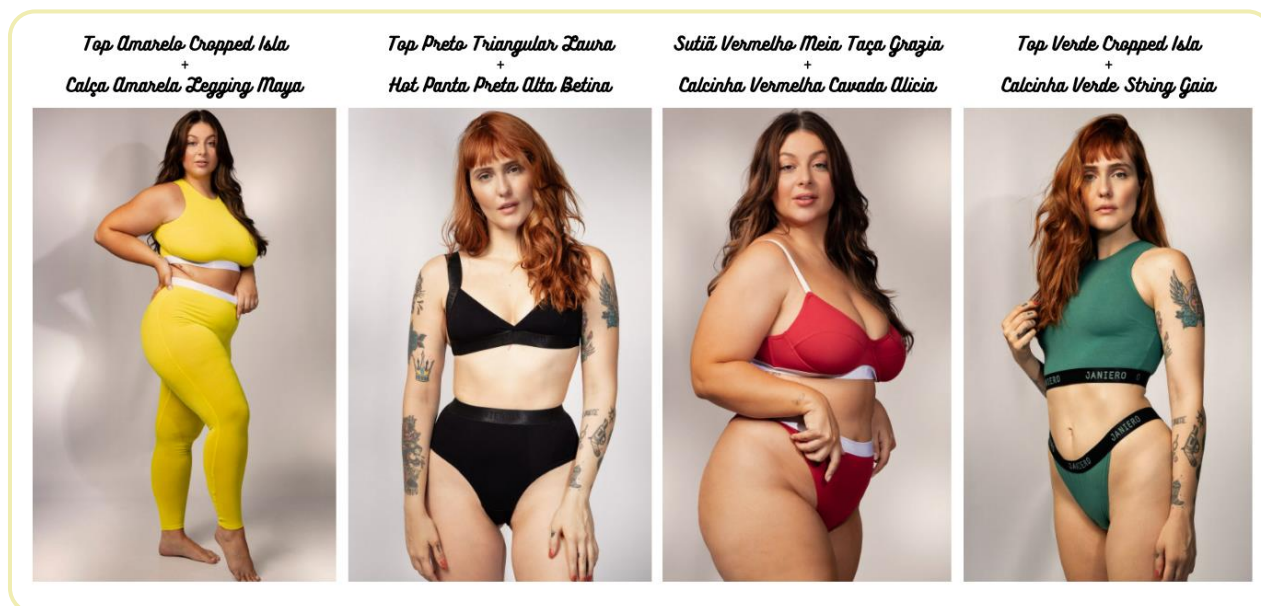


Fonte: Janiero Body of Colours, 2021.

Casual é a linha de *lingeries* básicas e cheias de conforto da Janiero, é composta por 9 peças – 5 tops, 3 calcinhas e 1 legging –, e conta com variações de 6 cores lisas (preto, amarelo, verde, vermelho, laranja e rosa). A proposta da linha é vestir mulheres em suas rotinas e que as cores possam transmitir sensações únicas, a cada uma delas, todos os dias. Todas as peças possuem modelagens ergonômicas e são feitas de malha de algodão com elastano, o que traz muito conforto, além de elásticos levemente brilhosos, com a logomarca da Janiero nos acabamentos, que garantem o toque de modernidade, já que é marca registrada da empresa (imagem 31).

De acordo com os dados levantados em outubro de 2021 no *e-commerce*, os preços das peças da linha casual são mais baixos. Os modelos de calcinhas custam desde R\$49,90 (cavada e *string*) a R\$59,90 (*hot pants*); as partes de cima são encontradas a partir de R\$74,00 (triangular), e podem chegar até R\$119,00 (esportivo); a única calça da coleção custa R\$74,00.

Imagem 31 - Quadro ilustrativo com peças da linha Casual



Fonte: Janiero Body of Colours, 2021.

Todos os produtos da marca são desenvolvidos com base na tabela de medidas-padrão que vai do PP ao XGG (imagem 32), e fica disponível no site oficial da marca, como guia para auxiliar a cliente a descobrir seu tamanho certo.

Imagem 32 - Tabela de medidas da Janiero

	PP	P	M	G	GG	XGG
TAÇA	40	42	44	46	48	50
BUSTO	72-80	80-88	88-96	96-104	104-112	112-120
TÓRAX	64-70	72-78	80-86	88-94	96-102	104-110
CINTURA	56-64	66-74	76-84	86-94	96-104	106-114
QUADRIL	80-88	90-98	100-108	110-118	120-128	130-138

Fonte: Janiero Body of Colours, 2021.

A *Janiero* desenvolve seus produtos com a preocupação de atender e representar a diversidade de corpos. As modelagens buscam assegurar o conforto necessário para que cada uma de suas clientes se sintam bem em seus próprios corpos.

Apesar de ser uma marca que promove o uso de lingerie à mostra, atualmente há apenas um modelo de *body* no *e-commerce* (imagem 33). Ousado e atual, o *body* Olga tem mangas longas com recortes, é feito de tecido texturizado, possui cordão frontal transpassado, e está disponível nas cores preto e *off white*. Versátil como deve ser, o modelo possui forro na parte frontal e dispensa o uso de fecho, podendo ser usado como maiô. A peça é o último lançamento da marca e custa R\$319,00.

Imagem 33: *Body* Olga

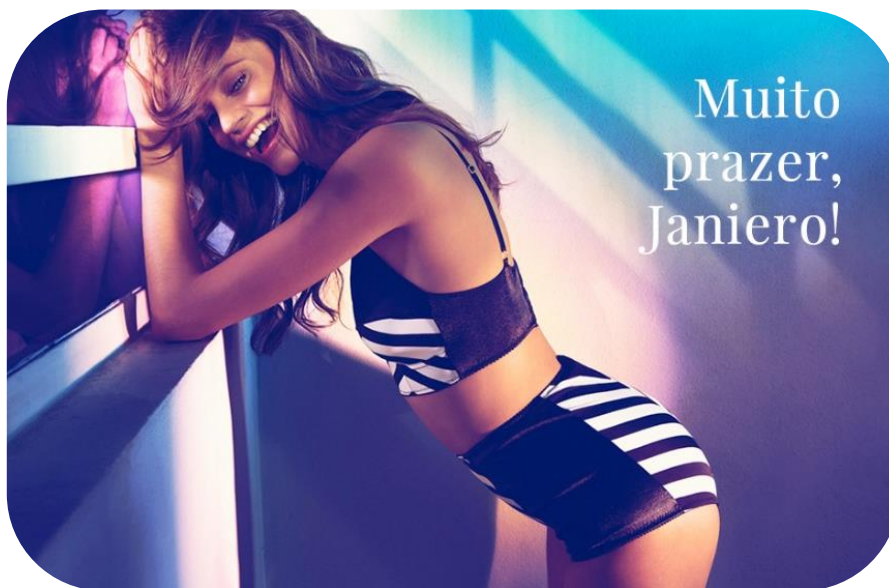


Fonte: *Janiero Body of Colours*, 2021.

Apresentando a arte experimental para criar *lingeries* e biquínis misturando cores e materiais, a *Janiero Body of Colours* tem ganhado destaque

não só entre blogueiras e atrizes, mas principalmente na moda feminina nacional, e tem modificado o modo como a *lingerie* é vista e usada atualmente (imagem 34).

Imagem 34: Banner de campanha da *Janiero Body Of Colors*



Fonte: *Janiero Body of Colours*, 2021.

4. Processo criativo

A coleção desenvolvida para a marca *Janiero Body of Colours* foi uma coleção-cápsula com dez peças de *lingerie*, e inclui *bodies*, *tops* e calcinhas.

O processo criativo partiu do levantamento de imagens, inspirado tanto nos editoriais da marca, como em tendências do mercado de *lingerie*. Utilizou-se a da técnica de produção de *moodboard*, cujo objetivo foi o de conceituar, de forma visual, a essência da coleção-cápsula, além de *drapping*, a partir de experimentações manuais para a confecção do protótipo final.

4.1 Tendências

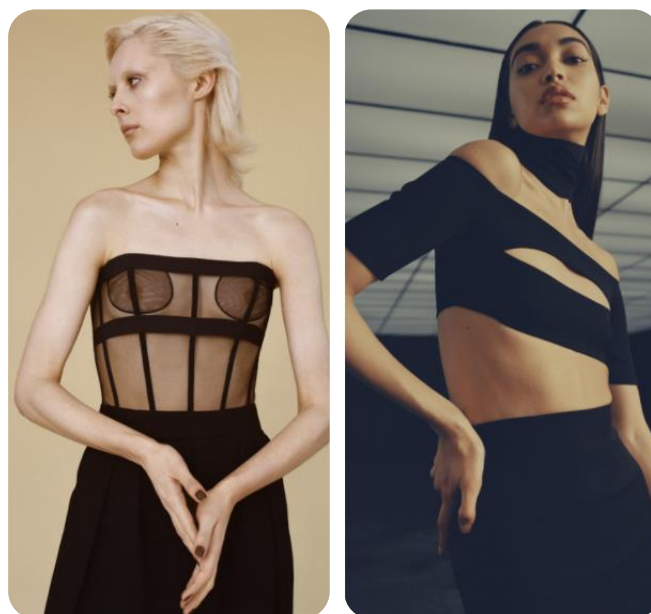
Tendo em vista que o mercado de moda está ligado às tendências, se fez necessário realizar pesquisa para guiar o desenvolvimento da coleção deste projeto, o que foi feito mediante o uso da plataforma da WGSN (*Worth Global Style Network*) – empresa de previsão de tendências da organização matriz *Ascential*, o que permitiu identificar o que está sendo priorizado no segmento de moda íntima.

Ao falar em tendência, não se pode deixar de lado as estratégias essenciais para se manter no mercado, ainda mais num contexto de pandemia. A respeito do tema, a diretora executiva da WGSN, Carla Buzani (2021), comentou sobre a atenção que as marcas precisam ter em épocas de crise: “Em um mundo incerto, as marcas precisam de um novo plano. A história nos mostrou que em épocas de crise, a criatividade floresce. Não tenho dúvidas de que a pandemia do coronavírus desencadeará uma nova era de inovações.”.

À vista disso, a orientação do mercado é no sentido de que as empresas e pessoas invistam em repensar não só nos discursos de *marketing* ou na maneira de vender, mas também nos planos de negócios, as linhas de produtos e até mesmo na sua razão para existir.

Com relação às principais tendências que tenderão à alta no mercado da moda, foi elaborada uma pesquisa mais focada no segmento de *lingeries*, tendo por base a análise das coleções outono/inverno 21/22 do WGSN. O editor da plataforma, Jo Lynch (2021), destacou o uso de recortes como atrativos comerciais em peças íntimas, que devem ser o apelo da alta moda quando usadas com impacto (imagem 35). Além disso, citou ainda o conforto e a modernidade como postos-chave para esse mercado.

Imagem 35: Tendências do mercado de moda íntima: recortes, transparências e cintas



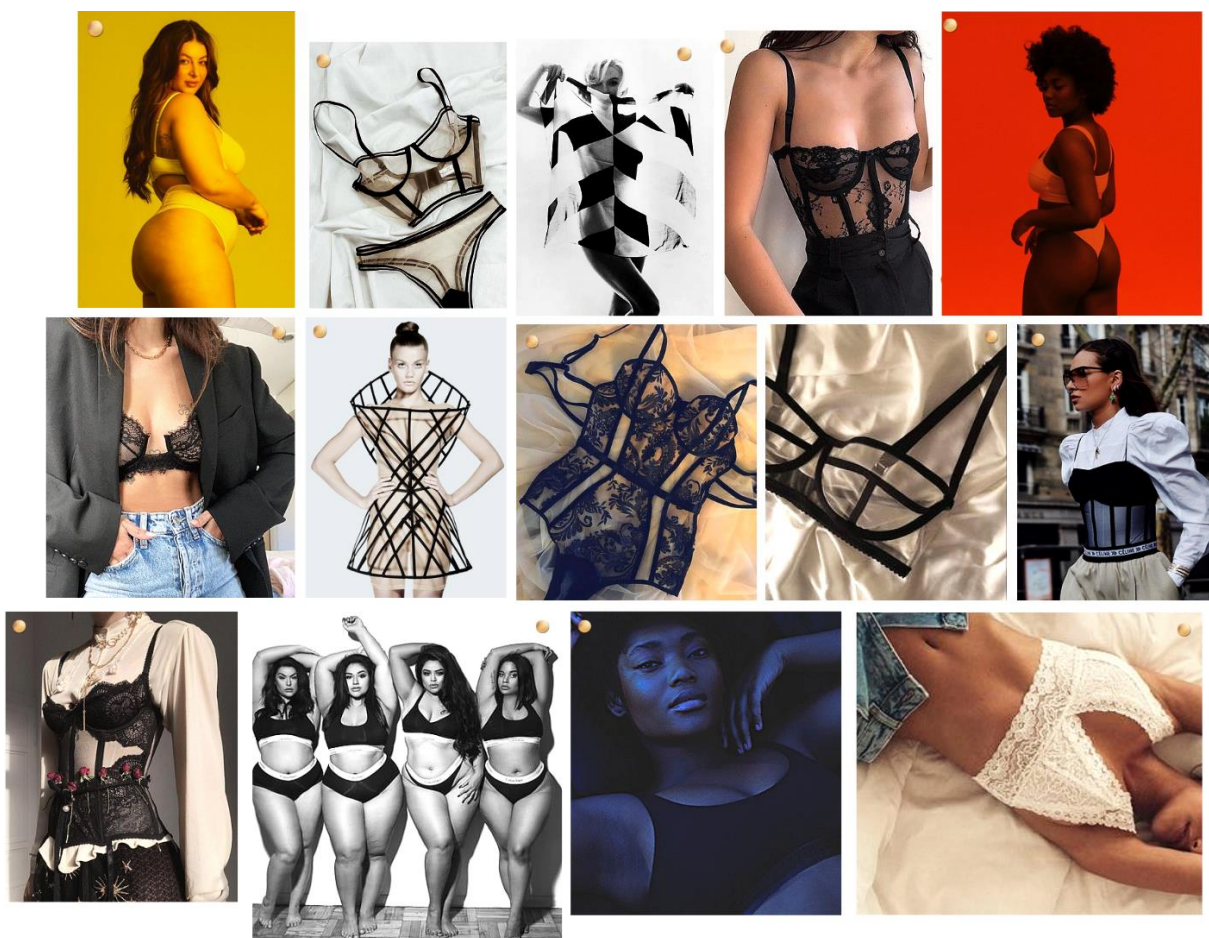
Fonte: WGSN, 2021.

A análise do WGSN destacou ainda a importância de se misturar recortes dramáticos e descentrados com tecidos transparentes, como forma de trazer leveza e toque sedutor a estilos sólidos, a exemplo de peças de *jersey* e de malha, que, por outro lado, garantem o conforto necessário. Foi essa a grande tendência observada nas feiras *Lingerie x Curve Connect* Outono/Inverno 21/22.

4.2 Moodboard

Ao levar em conta a construção de imagem da marca, o painel de inspiração foi elaborado com ponto focal no conceito existente na *Janiero Body of Colours*: a *lingerie* versátil e o empoderamento feminino. Com o objetivo de retratar a essência da peça, relacionada ao conceito de sensualidade; e sua função, ligada ao conforto, tão importante quando se refere a moda íntima. O *moodboard* desenvolvido, apresenta elementos visuais que remetem a geometria das formas, linhas marcadas, sensualidade, conforto e uma *lingerie* multifuncional (imagem 36).

Imagem 36: *Moodboard*

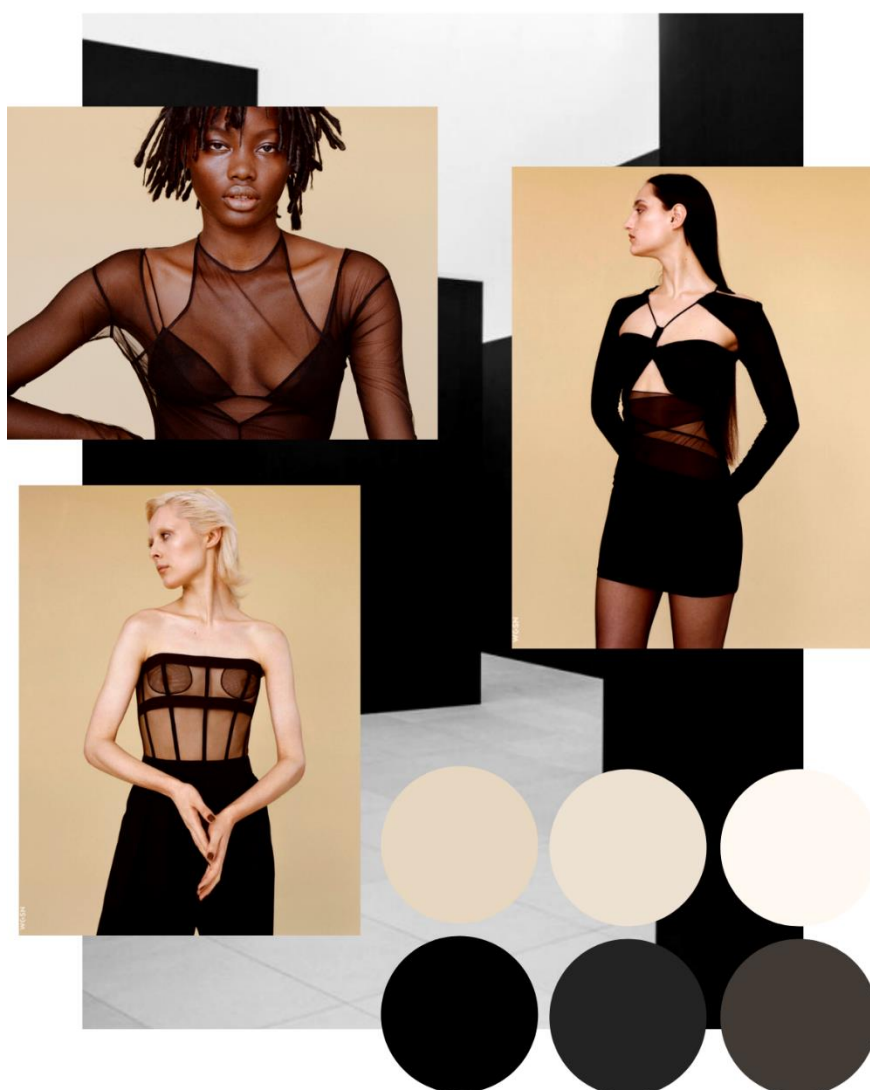


Fonte: Elaborado pela Autora, 2021.

4.3 Cartela de cores e de materiais

Como é observado na *Janiero*, em sua linha simplificada de roupas, a marca propõe que todas as peças sejam produzidas em duas cores opostas: o preto e *off white* (imagem 37). Essas cores transmitem a naturalidade e a fluidez para que se tornem ótimos complementos para quem já tem uma gavetinha cheia de Janiero e queira brincar com a infinidade de combinações possíveis, dentro da própria coleção cápsula, bem como das peças já existentes na marca.

Imagem 37: *Moodboard* cartela de cores



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

A cartela de cores de uma coleção é composta por todas as cores que serão utilizadas, incluindo o preto e o branco. Ela é oriunda da imagem de inspiração, ou seja, as cores da cartela são extraídas dessa imagem, e deve reportar ao tema da coleção. (TREPTOW, 2005, p. 112).

A cartela de cores foi escolhida, também, com base em uma análise nos portfólios da *Loungerie*, onde a cor predominante é o preto, com um número superior ao das outras cores e de grande procura entre consumidoras de moda íntima. Sóbrio e clássico, o preto vai preencher a coleção com mistério e sensualidade. Já o *off white*, cor bastante procurada no período do final do ano, agrega com simplicidade e elegância de forma complementar ao preto. Na escala Pantone, as cores são o Preto *Black 6 C* e o *Off White 11-0608 TCX coconut Milk* (imagem 38).

Imagem 38: Cores na escala Pantone



Fonte: Pantone, 2021.

Os tecidos escolhidos para as peças da coleção são os mesmos tecidos utilizados pela marca, porque a proposta não é interferir nos materiais e sim

nas formas. Deste modo a malha de algodão e tule com elastano foram os tecidos escolhidos para o desenvolvimento tanto da coleção cápsula como do protótipo (imagem 39). Os preços listados têm como base o que foi comprado para a confecção do protótipo.

Imagem 39: Cartela de tecidos

	TECIDO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	VALOR
	MALHA DE ALGODÃO	96% ALGODÃO 4% ELASTANO	COTTON WAY	R\$50,00/KG
	TULE ILUSION	97% POLIAMIDA 03% ELASTANO	MAXIMUS TECIDOS	R\$24,00/M

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Os aviamentos são importantes devido ao fato que grande parte dos detalhes de desenvolvimento que permite a peça um lugar de destaque na coleção vem por meio dos aviamentos, o elástico espelhado, que é a marca registrada da *Janiero*, foi utilizado em diferentes tamanhos e aparece em todas as peças da coleção. A lista abaixo tem como base os aviamentos usados no protótipo e outros que resultaram de uma pesquisa na internet, que se fizeram necessários entre os demais modelos da coleção (imagem 40).

Imagem 40: Cartela de aviamentos

	AVIAMENTO	TAMANHO	VALOR
	ELÁSTICO ESPELHADO	30MM	R\$44,99 (25M)
	ELÁSTICO ESPELHADO	10MM	R\$25,51 (10M)
	ARO DUPLO	PP-XGG	R\$120,00 (50U)
	REGULADOR DE ALÇA	11MM	R\$5,25 (12 U)
	BARBATANA	15CM	R\$9,00 (10U)

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

4.4 Croquis

O processo de desenho foi desenvolvido de forma autoral, com inspiração no *moodboard* e em peças da *Janiero* (imagem 41). No primeiro momento foi projetado os croquis levando em conta a geometria das formas e uma modelagem minimalista. Buscando impacto com recortes e contrastes com a variação de materiais (imagem 42).

Imagem 41: Processo criativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

74

Após os primeiros rascunhos por cima de uma base pronta, foi-se percebendo a necessidade de pequenas alterações, ao buscar uma modelagem confortável e simplificada ao máximo que se encaixam no imaginado para a coleção. Todos os modelos foram desenvolvidos em malha de algodão, elástico espelhado e com detalhes em tule com elastano, com variação nas duas cores da coleção – Preto e *off white*. Toda peça leva o nome de uma mulher, assim como já é feito na marca. Cada nome escolhido representa uma pessoa importante para a autora da coleção.

Imagem 43: Look 1: *Body Bianca*



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

O *Body Bianca* foi desenvolvido como peça inteira, utilizando-se da geometria das formas, com recortes estratégicos criados para deixar a peça interessante e sensual, ao esconder algumas partes do corpo e evidenciando

outras. Não possui fecho e pode ser vestido como se fosse um maiô, pode-se ser usado na criação de looks com jeans e outros tipos de partes de baixo, ou até mesmo como *beachwear*. *Sexy* e perfeito para qualquer ocasião.

Imagem 44: Look 2: *Body Vitoria*



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

O *Body Vitoria* foi elaborado de forma simétrica com recortes suavizados pelo uso de tule, criando transparências presentes em partes que podem e devem ser mostradas e contrastes entre os materiais utilizados. A modelagem parte de cima possui formato triângulo, que evidencia os seios. A peça proporciona conforto sem abrir mão do *design* moderno e atual.

Imagem 45: Look 3: Corpete Aline e Calcinha Malu



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

O corpete Aline é uma releitura de uma peça clássica. Dessa vez ele vem com o conforto em primeiro lugar. A sustentação é garantida pelo uso de barbatanas na parte da frente e de tiras simétricas que transpassam nas costas e trazem impacto e geometrismo para esta peça sexy e super versátil.

A calcinha Malu foi desenvolvida com tiras macias e confortáveis, com detalhe para os delicados e gráficos recortes vazados nas laterais da peça. Possui o acabamento em elástico e uma silhueta vintage com a cintura mais alta. Super confortável e possibilita o uso na praia ou qualquer lugar.

Imagem 46: Look 4: *Top Luiza* e *Calcinha Carolina*



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

O *top* Luiza foi criado com a intenção de ser um acessório para o corpo. Desenvolvido com arco duplo, que garante a sustentação necessária e dispensa o uso de bojo. É uma peça moderna e ousada, possui contornos de elásticos e acabamentos delicados.

A calcinha Carolina é simples por sua forma e impactante ao mesmo tempo. O modelo fio dental possui tiras elásticas com ajustes nas laterais que desenharam o corpo e por não possuir transparências comprometedoras, pode ser usada tanto como *lingerie* como em praias e piscinas.

Imagem 47: Look 5: *Top Beatriz* e *Calcinha Fernanda*



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

O *top Beatriz* foi elaborado de forma simples, dando destaque para as tiras de elástico geométricas que garantem a modernidade da peça e a modelagem que cobre todo seio, garante a sustentação necessária. Suas possibilidades são infinitas, confortável e ousado, pode ser usado como *lingerie*, parte de destaque em um *look* e até como *beachwear*.

A calcinha de cintura alta *Fernanda* foi desenvolvida com um recorte assimétrico na lateral. Possui elástico na cintura para melhor ajuste e costuras reforçadas que deixam a estrutura desta peça muito especial. É uma peça atemporal e coringa, que agrada as clientes que tem uma preferência por modelagens vintage.

Imagem 48: Look 6: *Top Ingrid* e *Calcinha Sophia*



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

O *top Ingrid* foi elaborado com modelagem reta, que cobre o seio por inteiro, as alças e o elástico do tronco são a personalidade da peça, desenhando a parte da frente e se repetindo nas costas.

A calcinha *Sophia* é ideal para quem busca uma modelagem mais larguinha e segura. Possui transparência com o uso do tule e recortes estratégicos. A parte de trás é toda coberta.

5. Coleção *Boudoir*

A coleção cápsula *Boudoir* foi desenvolvida para a marca *Janiero Body of Colours*, composta por 10 peças de *lingerie* que revelam um estilo minimalista e pouco tradicional, desprendido de regras e ocasiões para usar.

Sua personalidade é *sexy* e ousada, com o objetivo de que as peças fiquem à mostra, inspirada no conceito do *outwear*, que está em alta no mercado de moda íntima atual e atende a demanda das consumidoras que buscam novidade e modernidade nas *lingeries*. Entretanto, o que realmente importa é o empoderamento e os aspectos simbólicos que elas podem proporcionar e fazer sentir, seja como uma peça íntima ou como parte de destaque de um *look*, bem como garantir conforto e segurança para a consumidora.

5.1 Release

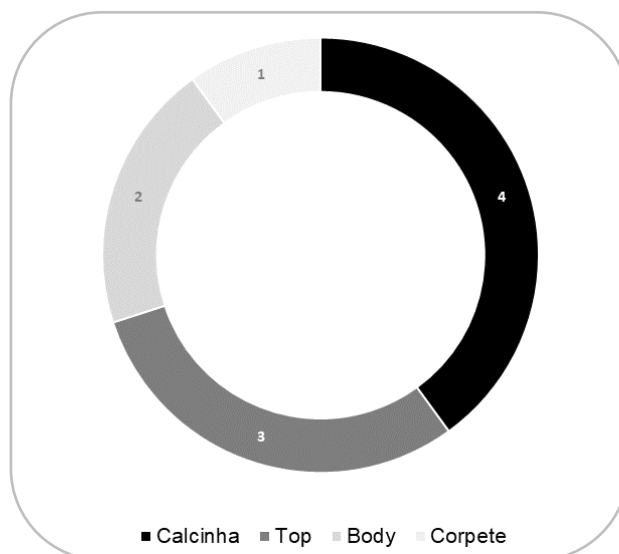
Boudoir: Palavra de origem francesa, usada no passado, para designar um tipo de quarto íntimo onde as mulheres se vestiam e relaxavam.

Boudoir é a mais nova coleção cápsula da *Janiero*. Impactante e sensual, criada para mulheres que desejam se sentir *sexy* sem abrir mão do conforto, com um design que combine com sua personalidade autêntica e singular. Feitas em malha de algodão e tiras de elástico, as peças transmitem a naturalidade e fluidez necessárias para a liberdade de movimentos em qualquer ocasião e hora do dia. São múltiplas combinações para chamar de sua.

5.2 Mix de Produtos

O mix de produtos da coleção cápsula apresenta 10 peças, sendo 2 *bodies* e 4 conjuntos de top e calcinha (gráfico 10).

Gráfico 10 – Mix de produtos



Fonte: Elaborado pela Autora, 2021.

Por se tratar de uma coleção cápsula, a coleção possui um menor número de peças, que tem o objetivo de conversar entre si, permitindo que a cliente faça suas próprias combinações, inclusive misturando as cores da coleção que são clássicos na moda (imagem 49).

Imagem 49: *Line Up* da coleção



Fonte: Elaborado pela Autora, 2021.

Cada peça foi desenvolvida com o objetivo de ser um acessório para dar destaque e evidenciar o corpo feminino, ao permitir que a cliente use da forma que desejar e se sentir confortável (imagem 50).

Imagem 50: *Mix de produtos da coleção*



Fonte: Elaborado pela Autora, 2021.

5.3 Fichas de desenvolvimento

Imagem 51: Ficha de desenvolvimento *Body Bianca*

FICHA TÉCNICA DE CRIAÇÃO				
data: 2021	marca: Janiero Body of Colours	Grade: PP-XGG	ref: HCMG-21.01	
coleção: Cápsula Boudoir	nome do modelo: Body Bianca			
designer: Hannah Casais	descrição: Body recortado com elásticos			
frente ☐ MALHA DE ALGODÃO ☒ ELÁSTICO DE 3CM ☐ TULE				
descrição frente: Top em malha com lateral em tule, faixas verticais e horizontais em elástico		descrição costas: Costas vazadas, faixas verticais e horizontais em elástico e calcinha com recorte lateral		
nome do tecido:	onde será utilizado:	cor:	Croqui	
Malha de algodão	Top			
Malha de algodão	Calcinha			
Tule ilusion	Lateral/costas			
forneecedor:	tecido:	valor:		
Cotton Way	Malha de algodão	R\$50,00/kg		
Maximus Tecidos	Tule ilusion	R\$24,00/m		
aviamento:	onde irá:	qtd:	tam:	cor:
Elástico Espelhado 30mm	Alças/tiras			

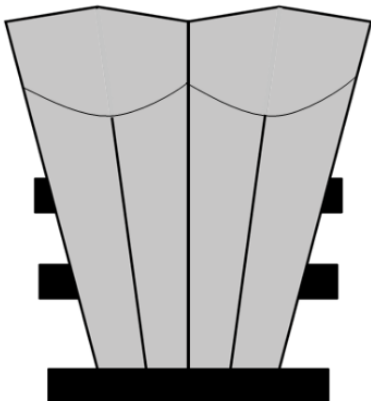
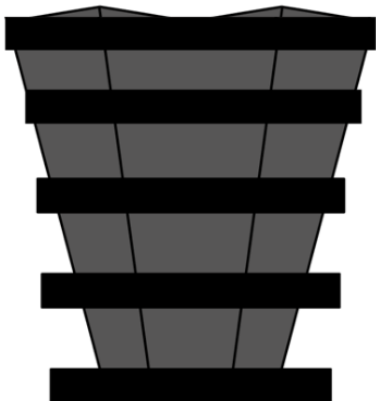
Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Imagem 52: Ficha de desenvolvimento *Body Vitoria*

[illegible]

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Imagem 53: Ficha de desenvolvimento Corpete Aline

FICHA TÉCNICA DE CRIAÇÃO					
data: 2021		marca: Janiero Body of Colours		Grade: PP-XGG	ref: HCMG-21.03
coleção: cápsula Boudoir			nome do modelo: Corpete Aline		
designer: Hannah Casais			descrição: Corpete com tiras de elástico		
frente  ELÁSTICO DE 3CM MALHA DE ALGODÃO			costas 		
descrição frente: Corpete com aro de sustentação			descrição costas: Tiras de elástico espelhado		
nome do tecido:		onde será utilizado:		cor:	
Malha de algodão		Busto			
Malha de algodão		Forro			
fornecedor:		tecido:		valor:	
Cotton Way		Malha de algodão		R\$50,00/kg	
aviamento:		onde irá:	qtd:	tam:	cor:
Elástico Espelhado 30mm		Alças			
Barbatana		Frente	3		

croqui



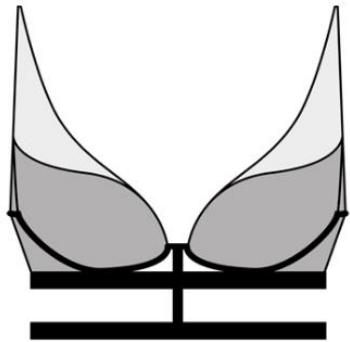
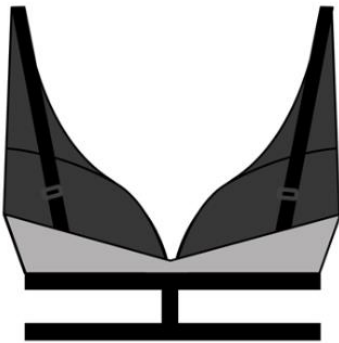
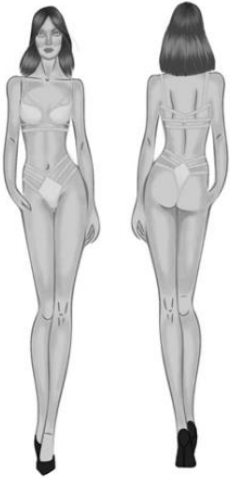
Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Imagem 54: Ficha de desenvolvimento Calcinha Malu

[illegible]

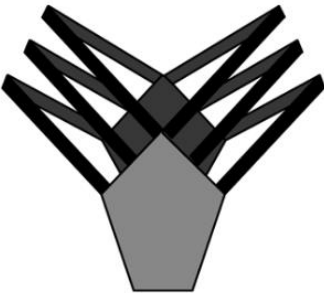
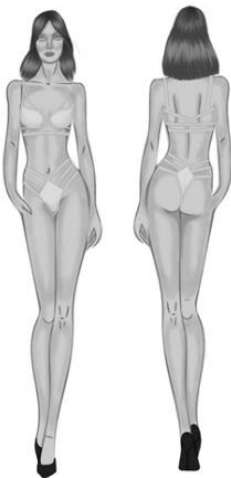
Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Imagem 55: Ficha de desenvolvimento Top Luiza

FICHA TÉCNICA DE CRIAÇÃO				
data: 2021	marca: Janiero Body of Colours	Grade: PP-XGG	ref: HCMG-21.05	
coleção: cápsula Boudoir	nome do modelo: Top Luiza			
designer: Hannah Casais	descrição: Top com aro duplo, tule e tiras de elástico			
frente		costas		
				
■ ELÁSTICO DE 3CM □ TULE ■ MALHA DE ALGODÃO				
descrição frente: Top com aro duplo, alça em tule e faixa dupla em elástico		descrição costas: alça em elástico com regulador e faixa dupla em elástico		
nome do tecido:	onde será utilizado:	cor:	Croqui 	
Malha de algodão	Busto			
Malha de algodão	Lateral			
Malha de algodão	Costas			
Tule	Alças Frente			
forneecedor:	tecido:	valor:		
Cotton Way	Malha de algodão	R\$50,00/kg		
Maximus Tecidos	Tule Ilusion	R\$24,00/m		
aviamento:	onde irá:	qtd:		
Elástico Espelhado 15mm	Alças e acabamentos			
Aro Duplo	Busto	1		
Regulador	Alças	2		

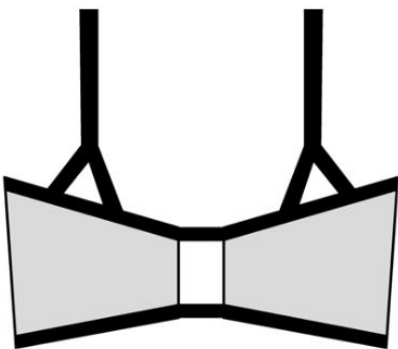
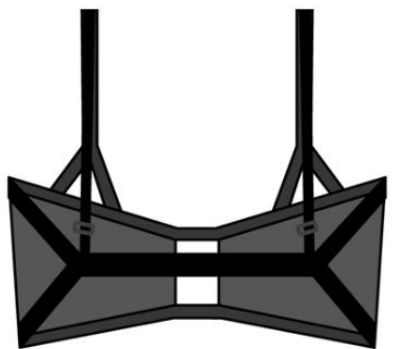
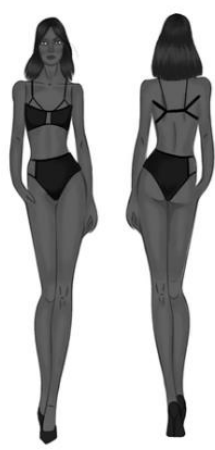
Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Imagem 56: Ficha de desenvolvimento Calcinha Carolina

FICHA TÉCNICA DE CRIAÇÃO					
data: 2021		marca: Janiero Body of Colours		Grade: PP-XGG	
ref: HCMG-21.06					
coleção: cápsula Boudoir		nome do modelo: Calcinha Carolina			
designer: Hannah Casais		descrição: Calcinha com tiras de elástico			
frente		costas			
					
 ELÁSTICO DE 3CM  MALHA DE ALGODÃO					
descrição frente: Calcinha de cintura alta com três tiras em elástico espelhado		descrição costas: Calcinha de cintura alta com três tiras em elástico espelhado			
nome do tecido:	onde será utilizado:	cor:		Croqui 	
Malha de algodão	Frente				
Malha de algodão	Costas				
Malha de algodão	Forro				
forneecedor:	tecido:	valor:			
Cotton Way	Malha de algodão	R\$50,00/kg			
aviamento:	onde irá:	qtd:	tam:		cor:
Elástico Espelhado 15mm	Tiras				
Regulador	Tiras	6			

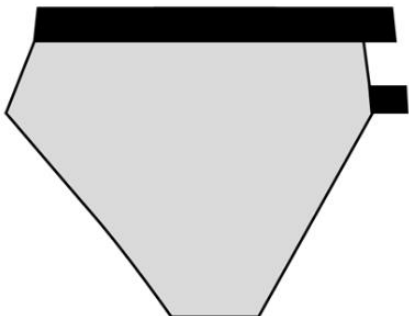
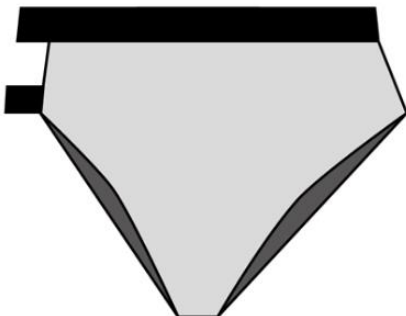
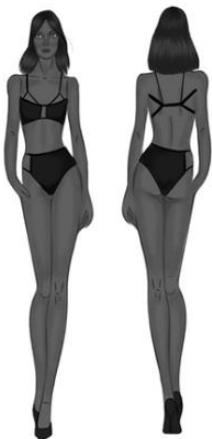
Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Imagem 57: Ficha de desenvolvimento Top Beatriz

FICHA TÉCNICA DE CRIAÇÃO					
data: 2021	marca: Janiero Body of Colours	Grade: PP-XGG	ref: HCMG-21.07		
coleção: cápsula Boudoir	nome do modelo: Top Beatriz				
designer: Hannah Casais	descrição: Top faixa com detalhe vazado				
frente		costas			
					
ELÁSTICO ESPELHADO MALHA DE ALGODÃO					
descrição frente: Top faixa com detalhe vazado na frente e alça de elástico		descrição costas: Faixa de elástico e alças com reguladores			
nome do tecido:	onde será utilizado:	cor:		Croqui 	
Malha de algodão	Busto				
Malha de algodão	Forro				
forneecedor:	tecido:	valor:			
Cotton Way	Malha de algodão	R\$50,00/kg			
aviamento:	onde irá:	qtd:	tam:		cor:
Elástico Espelhado 30mm	Costas				
Elástico Espelhado 30mm	Lateral				
Elástico Espelhado 15mm	Alças				
Elástico Espelhado 15mm	Acabamento				
Regulador	Alças	2			

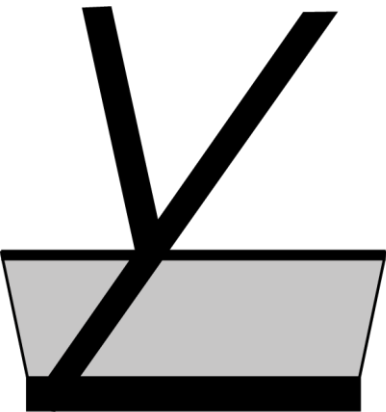
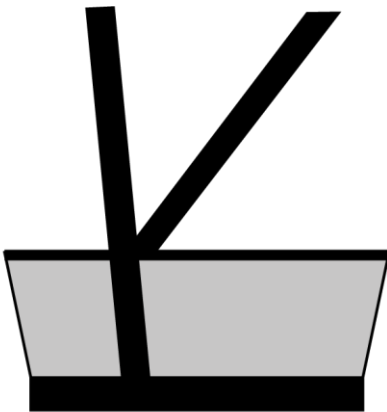
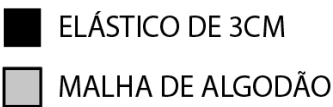
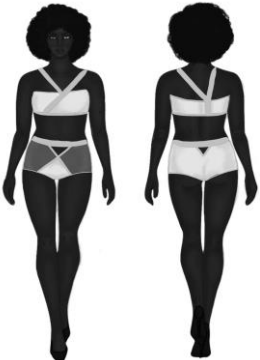
Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Imagem 58: Ficha de desenvolvimento Calcinha Fernanda

FICHA TÉCNICA DE CRIAÇÃO					
data: 2021		marca: Janiero Body of Colours		Grade: PP-XGG	
coleção: cápsula Boudoir		nome do modelo: Calcinha Fernanda			
designer: Hannah Casais		descrição: Calcinha alta com elástico			
frente		costas			
					
 ELÁSTICO DE 3CM  MALHA DE ALGODÃO					
descrição frente: Calcinha alta com detalhe vazado na lateral direita		descrição costas: Calcinha alta com detalhe vazado na lateral direita			
nome do tecido:	onde será utilizado:	cor:		Croqui 	
Malha de algodão	Frente				
Malha de algodão	Costas				
Malha de algodão	Forro				
forneecedor:	tecido:	valor:			
Cotton Way	Malha de algodão	R\$50,00/kg			
aviamento:	onde irá:	qtd:	tam:		cor:
Elástico Espelhado 30mm					

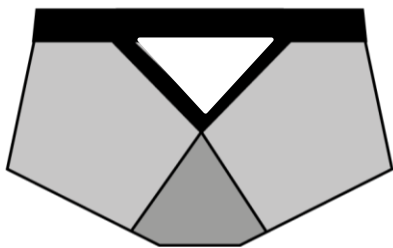
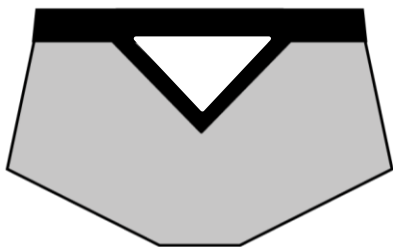
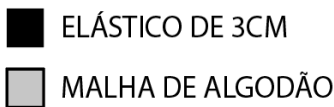
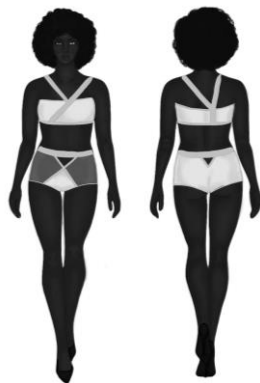
Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Imagem 59: Ficha de desenvolvimento *Top Ingrid*

FICHA TÉCNICA DE CRIAÇÃO					
data: 2021	marca: Janiero Body of Colours	Grade: PP-XGG	ref: HCMG-21.09		
coleção: cápsula Boudoir	nome do modelo: Top Ingrid				
designer: Hannah Casais	descrição: Top faixa com alça assimétrica				
frente		costas			
					
					
descrição frente: modelagem reta com alça diagonal passando pelo pescoço		descrição costas: modelagem reta com alça diagonal passando pelo pescoço			
nome do tecido:	onde será utilizado:		cor:	Croqui 	
Malha de algodão	Frente e Costas				
Malha de algodão	Forro				
forneecedor:	tecido:		valor:		
Cotton Way	Malha de algodão		R\$50,00/kg		
aviamento:	onde irá:	qtd:	tam:		cor:
Elástico Espelhado 30mm	Alças				

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Imagem 60: Ficha de desenvolvimento Calcinha Sophia

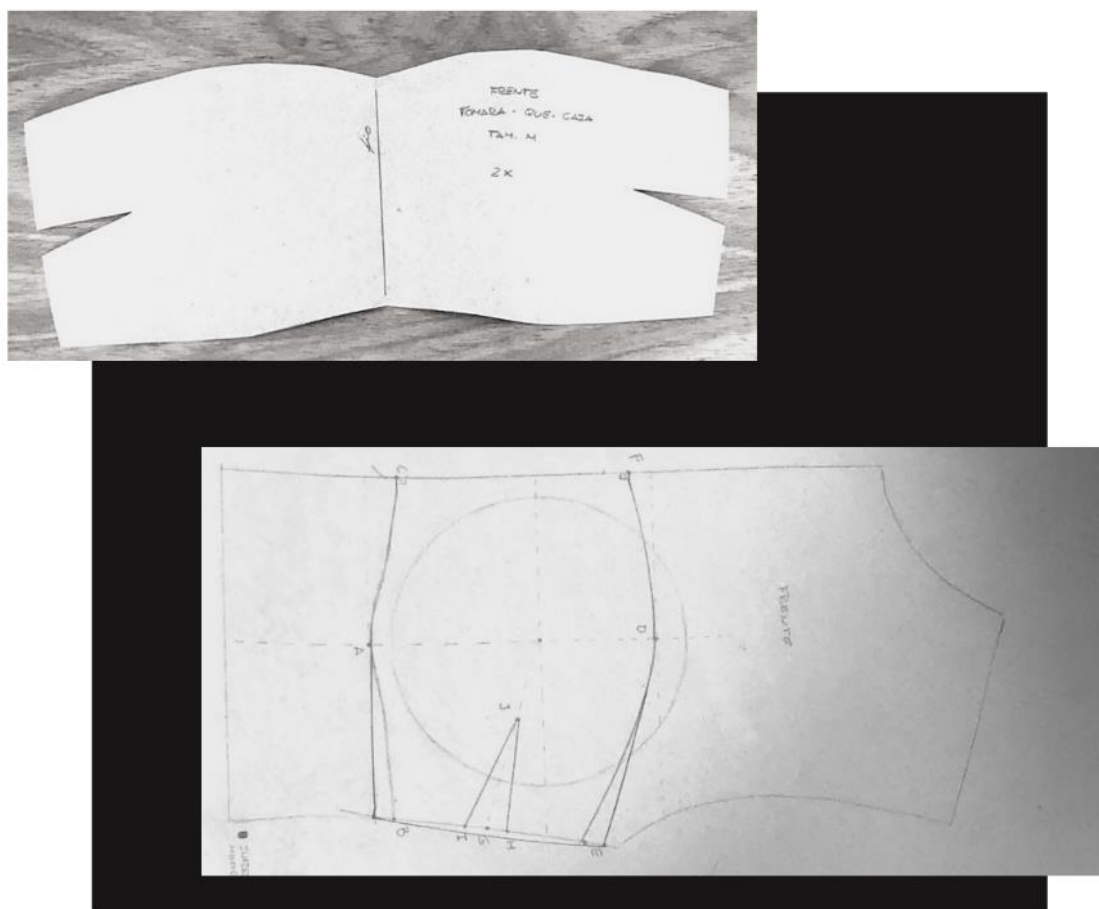
FICHA TÉCNICA DE CRIAÇÃO						
data: 2021	marca: Janiero Body of Colours	Grade: PP-XGG	ref: HCMG-21.10			
coleção: cápsula Boudoir	nome do modelo: Calcinha Sophia					
designer: Hannah Casais	descrição: Top faixa com alça assimétrica					
frente		costas				
						
						
descrição frente: modelagem reta com alça diagonal passando pelo pescoço		descrição costas: modelagem reta com alça diagonal passando pelo pescoço				
nome do tecido:	onde será utilizado:	cor:	Croqui 			
Malha de algodão	Frente e Costas					
Malha de algodão	Forro					
Tule Ilusion	Frente					
forneceador:	tecido:	valor:				
Cotton Way	Malha de algodão	R\$50,00/kg				
Maximus Tecidos	Tule Ilusion	R\$24,00/m				
aviamento:	onde irá:	qtd:			tam:	cor:
Elástico Espelhado 30mm	Acabamento					

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

5.4 Protótipo

O modelo escolhido para a prototipagem foi o *body* Bianca, por ser a peça que mais destacaria a personalidade da coleção. O desenvolvimento do protótipo teve início na compra dos materiais selecionados para a confecção: Malha de algodão preta, tule *ilusion* preto e elástico espelhado de 30mm. O molde do top foi desenhado com base de tamanho M (imagem 61).

Imagem 61: Molde Top



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

O restante do *body* foi desenvolvido de forma experimental e manual, utilizando-se da técnica de *drapping*, posicionando as partes de elástico diretamente no manequim, na forma da peça (imagem 62). Fez-se necessário a

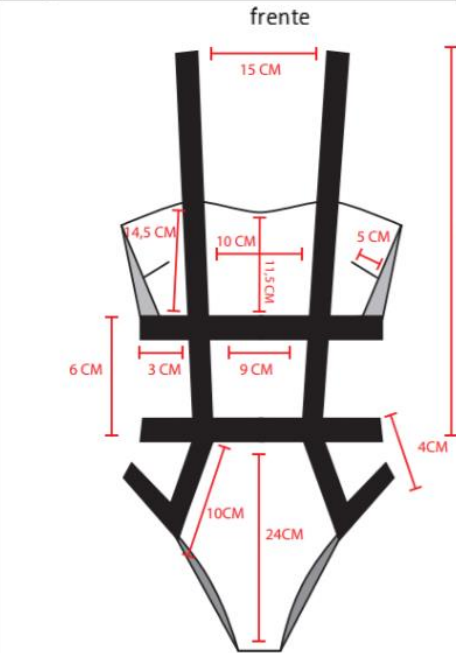
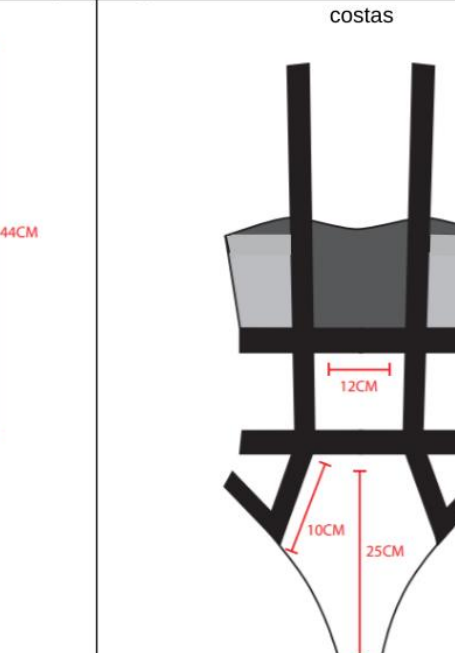
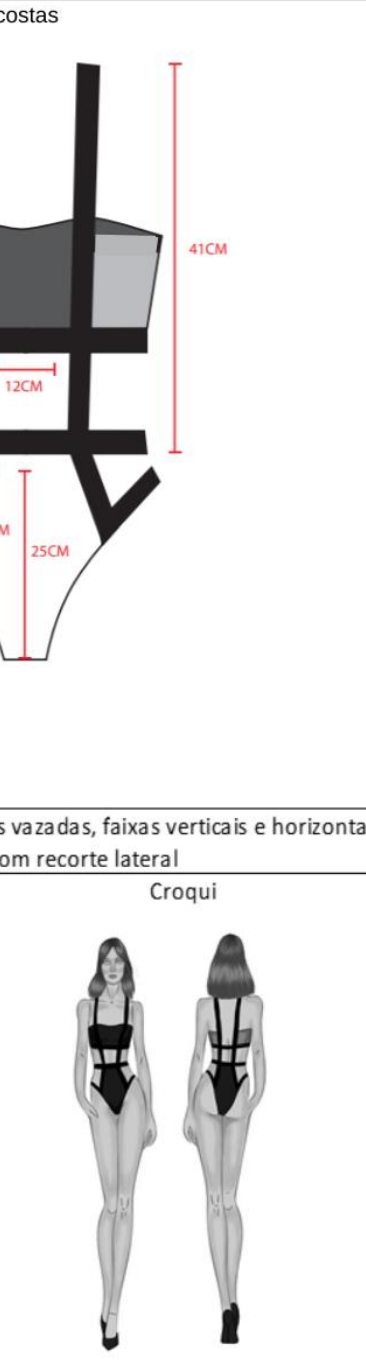
terceirização da confecção da peça, de forma voluntária, a *designer* de moda Maria Luisa Magalhães foi a responsável pela costura da peça.

Imagem 62: Processo de desenvolvimento do protótipo



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

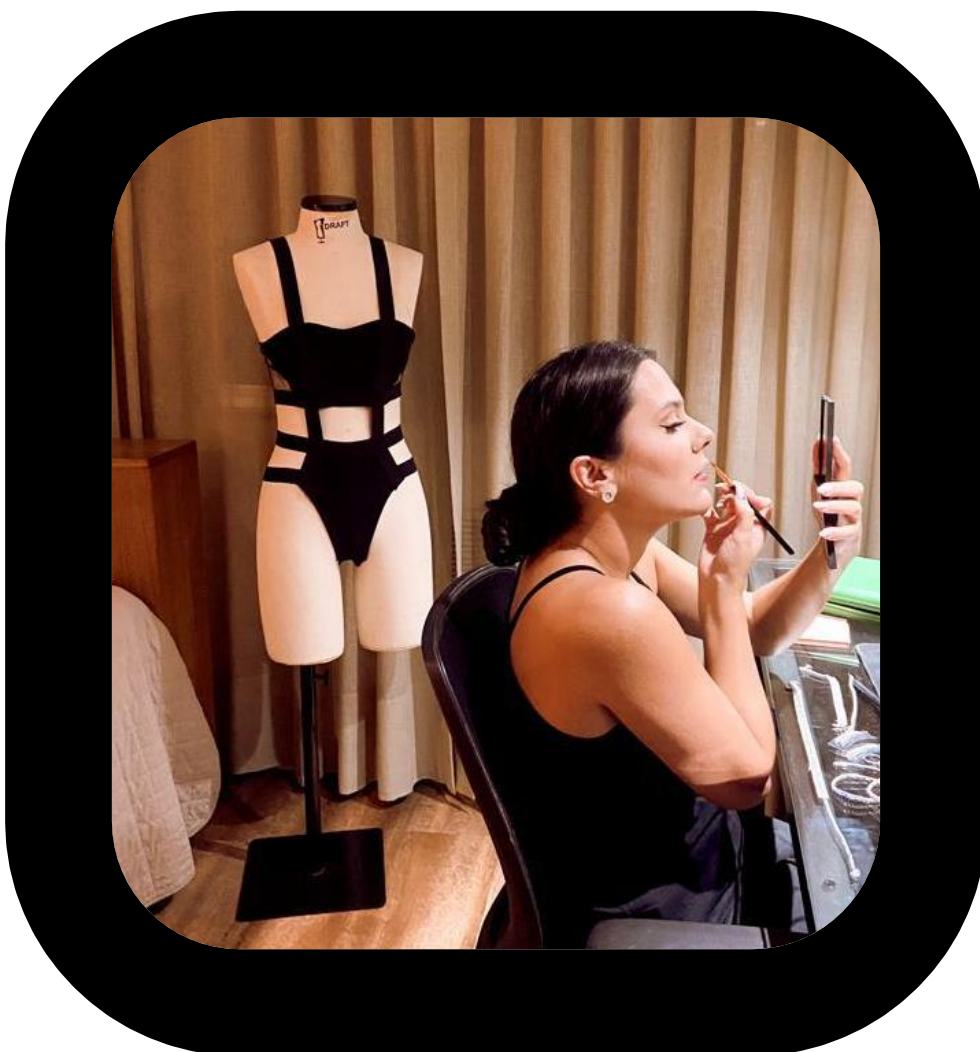
Imagem 63: Ficha técnica do protótipo final

FICHA TÉCNICA DE CRIAÇÃO					
data: 2021		marca: Janiero Body of Colours		Grade: PP-XGG	
coleção: Cápsula Boudoir		nome do modelo: Body Bianca			
designer: Hannah Casais		descrição: Body recortado com elásticos			
frente			costas		
					
MALHA DE ALGODÃO ELÁSTICO DE 3CM TULE					
descrição frente: Top em malha com lateral em tule, faixas verticais e horizontais em elástico			descrição costas: Costas vazadas, faixas verticais e horizontais em elástico e calcinha com recorte lateral		
nome do tecido:		onde será utilizado:		cor:	
Malha de algodão		Top			
Malha de algodão		Calcinha			
Tule ilusion		Lateral/costas			
fornecedor:		tecido:		valor:	
Cotton Way		Malha de algodão		R\$50,00/kg	
Maximus Tecidos		Tule ilusion		R\$24,00/m	
aviamento:		onde irá:	qtd:	tam:	cor:
Elástico Espelhado 30mm		Alças/tiras			Preto
Tabela de Custos		Metragem/Quantidade			Custo
Tecido Malha de Algodão		1 m			R\$23,75
Tecido Tule Ilusion		60cm			R\$5,93
Elástico Espelhado 30mm		4m			R\$7,19
Linha de Costura Máquina		1 rolo			R\$5,00
Valor final da peça		R\$41,57			
Croqui					
					

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

5.5 Editorial

O editorial com o protótipo do *body* Bianca, leva o nome da coleção cápsula: *Boudoir*. Foi realizado em um apartamento em Copacabana. Íntimo e sexy, o editorial retrata uma jovem mulher forte e independente usando o *body* de diferentes formas.





















Créditos do editorial

Fotografia: Hannah Casais M Guimarães

Modelo: Vitoria Charles

Beleza: Vitoria Charles

Styling e Produção: Hannah Casais M Guimarães

Assistente: Carol Mendes

Considerações finais

Ainda na fase inicial de desenvolvimento do presente trabalho, foi constatado que seria necessária a realização de profunda pesquisa e estudo para alcançar o amplo entendimento acerca do tema escolhido: A *lingerie* como *outwear* e sua relação com o feminino.

O projeto foi, então, realizado em diferentes etapas: foi feito o estudo histórico sobre o surgimento da moda íntima, passando-se pelos principais movimentos que influenciaram sobremaneira a forma como a *lingerie* foi sendo percebida e consumida; houve, ainda, a análise sobre o comportamento do mercado atual de moda íntima, em tamanha evidência e expansão no contexto nacional.

À vista dessas referências, o trabalho se propôs a apresentar a *lingerie* como objeto de empoderamento feminino, por meio do qual a mulher é quem detém o poder para usá-la da forma que bem desejar. Assim, foi escolhido o viés de se desmitificar essa peça e quebrar lugares-comuns típicos e construídos por uma sociedade marcada pelo patriarcalismo, e, com isso, desvinculá-la de simbologias opressivas que, por muito tempo, definiram a *lingerie* através dos séculos.

Em suma, a conclusão a que se chegou é a de que, ao contrário do que se intentou nos primórdios, hoje se vê que o *outwear* possui uma forte e indissociável relação com o empoderamento feminino, principalmente como alicerce para que a mulher possa expressar sua sensualidade sem tabu e se apropriar da potência que é o “ser mulher”, para além dos estigmas misóginos.

E, com inspiração na pesquisa realizada e nas referências coletadas, é que se deu início ao processo criativo para o desenvolvimento dos elementos característicos da marca *Janiero Body of Colours*, tendo-se como resultado a criação da coleção cápsula *Boudoir* ora apresentada.

No processo de confecção do protótipo, foram necessárias algumas alterações no molde para que o tecido melhor se adequasse ao formato desejado. Optou-se utilizar o mesmo material utilizado pela *Janiero Body of Colours*, a malha de algodão, entretanto para o modelo escolhido, o uso de outro tecido teria um resultado mais satisfatório em relação a modelagem escolhida, como por exemplo a *Lycra* ou microfibra, além da alteração da pence do *top*, que teria melhor efeito na parte inferior do molde.

Não se pode deixar de mencionar ainda que, todo o conhecimento técnico e científico adquirido ao longo do curso de graduação de design de moda foi fundamental para a concepção e elaboração do presente projeto.

Por fim, importante destacar que, devido ao atual cenário de emergência de saúde pública causada pela Covid-19, a pesquisa em obras de literatura física, bem como de campo foram impossibilitadas em razão das medidas de restrição à circulação de pessoas e fechamentos de estabelecimentos, o que inevitavelmente dificultou o acesso e desenvolvimento. Por outro lado, em adaptação ao atual contexto, diversas marcas passaram a investir e a gerar conteúdo online através de suas redes sociais e *e-commerces*, por meio das quais foi possível obter informações essenciais ao desenvolvimento desse projeto.

Referências

ABIT. **Produção de moda íntima deve ter alta em 2019.** Disponível em: <https://www.abit.org.br/noticias/producao-de-moda-intima-deve-ter-alta-em-2019/>. Acesso em: 10 set. 2021.

ABIT. **Pesquisa de comportamento entre consumidoras de lingerie.** Disponível em: <https://www.abit.org.br/noticias/producao-de-moda-intima-deve-ter-alta-em-2019/>. Acesso em: 10 set. 2021.

BLOSHKA. **20th Century.** Disponível em: <http://bloshka.info/category/fashion-history-timeline/20th-century/>. Acesso em: 03 out. 2021.

BOUCHER, François. **História do vestuário no ocidente.** São Paulo: Cosac Naify, 2010.

MARTINS, Laís. Este é o vestido mais caro da história de Hollywood. **CLAUDIA.** Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/moda/este-e-o-vestido-mais-carro-da-historia-de-hollywood/>. Acesso em: 16 out. 2021.

DAILY MAIL. **The first ever push-up bra: So, bust-boosting dates back to the 1800s.** Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-1268276/The-push-bra-Bust-booster-dates-1800s.html>. Acesso em: 16 out. 2021.

FASHION IN INFOGRAPHICS. **Know your Victorian looks.** Disponível em: <https://fashioninfographics.com/post/123940035074/know-your-victorian-looks-via>. Acesso em: 16 out. 2021.

FINE ART AMERICA. **Betty Grable (1916-1973).** Disponível em: <https://fineartamerica.com/featured/3-betty-grable-1916-1973-granger.html>. Acesso em: 16 out. 2021.

FINE ART AMERICA. **Elsa Peretti Bunny 1975 Helmut Newton.** Disponível em: <https://fineartamerica.com/featured/elsa-peretti-bunny-1975-helmut-newton-helmut-newton.html?epik=dj0yJnU9c2dwVHRKaFBYR3RCdVQyaHUyazRsSjNqWE9LXzg2X3EmcD0wJm49UzF4NTI5bVRyeHhKLTB4SmRoVEstdyZ0PUFBQUFBR0ZUT2Ew>. Acesso em: 16 out. 2021.

FONTANEL, Béatrice. **Sutiãs e Espartilhos: Uma história de sedução.** São Paulo: Gmt – Ltda, 1998.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade III: O cuidado de Si.** 8. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

G1. **Comentário de policial em palestra gera protesto global da marcha das vagabundas.** Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/05/comentario-de-policial-em-palestra-gera-protesto-global-da-marcha-das-vagabundas.html/>. Acesso em: 02 nov. 2021.

IEMI. **O forte e crescente mercado das lingerie.** Disponível em: <https://www.iemi.com.br/o-forte-e-crescente-mercado-das-lingeries/>. Acesso em: 16 set. 2021.

IEMI. **Pesquisa sobre lingerie revela comportamento mais livre.** Disponível em: <https://www.iemi.com.br/pesquisa-sobre-lingerie-revela-comportamento-mais-livre/>. Acesso em: 16 set. 2021.

JANIERO. **Janiero's World.** Disponível em: <https://www.janiero.com.br/janieros-world/>. Acesso em: 03 out. 2021.

KOTLER, P., ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing.** São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LOUNGERIE. **Saiba mais sobre a lounge.** Disponível em: <https://www.loungerie.com.br/a-marca>. Acesso em: 20 set. 2021.

LYNN, Eleri. **Underwear Fashion in Detail.** Londres: Victoria and Albert Museum, 2014.

MEDEIROS, Janaína. **Costurando para fora: A emancipação da mulher através da lingerie.** 2010.

O Globo. **Os protestos atuais não têm um visual que lhes dê identidade.** Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/moda/os-protestos-atuais-nao-tem-um-visual-que-lhes-de-identidade-16952372>. Acesso em: 16 out. 2021.

PANTONE. **Encontre sua cor pantone.** Disponível em: <https://www.pantone.com.br/encontre-sua-cor-pantone>. Acesso em: 30 nov. 2021.

ROSSETI, Ana. **Roupas Íntimas: o tecido da sedução.** Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SEBRAE. **Como montar uma loja de moda íntima.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-moda-intima,29197a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 30 abr. 2020.

SEBRAE. **Lingerie: um mercado cheio de nichos e oportunidades.** Disponível em: <https://respostas.sebrae.com.br/lingerie-um-mercado-cheio-de-nichos-e-oportunidades/>. Acesso em: 2 mai. 2020.

SEBRAE. **Vista fair: primeira edição da maior feira de lingerie, praia e fitness do país promove conteúdo, negócios e inovação para o setor.** Disponível em: <https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/noticias-de-impacto/huawei-participa-de-criacao-de-colecao-de-roupas-a-partir-de-ia/5cdaba334938d619009ab960/>. Acesso em: 9 jul. 2020.

SUA FRANQUIA. **Franquia de Lingerie: um mercado que sempre se renova.** Disponível em: <https://www.suafranquia.com/noticias/vestuario/2019/06/franquia-de-lingerie-um-mercado-que-sempre-se-renova/>. Acesso em: 30 abr. 2020.

STEELE, Valerie. **Fetichismo: Moda Sexo e Poder.** Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1997.

TREPTOW, D. **Inventando Moda: planejamento de coleção.** 3. ed. São Paulo: Editora Empório do Livro, 2005.

UOL. **IEMI analisa comportamento das consumidoras em moda íntima em novo estudo.** Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2018/03/23/pesquisa-comportamento-consumidoras-lingerie.htm/>. Acesso em: 9 jul. 2020.

VOGUE BRASIL. **Oito grifes que marcaram oito fases de estilo de Madonna.** Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/guia-de->

estilo/noticia/2018/oito-grifes-que-marcaram-oito-fases-de-estilo-de-madonna.html. Acesso em: 16 out. 2021.

WAIST TRAINING BRASIL. **Conheça algumas referências que deram origem aos modeladores e cintas que você vê hoje em dia.** Disponível em: <https://waisttrainingbrasil.blogspot.com/2018/01/conheca-algumas-referencias-que-deram.html>. Acesso em: 16 out. 2021.

WGSN. **Grandes ideias 2021: Moda praia e íntima.** Disponível em: https://www.wgsn.com/content/board_viewer/#!/81895/page/2. Acesso em: 11 jul. 2020.