

O QUE HÁ POR TRÁS DA CALCINHA: UMA ANÁLISE DA LINGERIE FEMININA COMO VESTUÁRIO

What's behind the panties: an analysis of women's lingerie as clothing

Freitas, Mara Karine Marinho; Pós Graduada, UNIATENEU
km.finapaixao_criacao@hotmail.com¹

Cabral, Mara Raquel Marinho; Doutoranda, URSAL,
raquelmarinhoeumesma@gmail.com²

Almeida, Regina Celia Santos; Mestra, UNIATENEU,
regina.almeida@uniateneu.edu.br³

Resumo: Este estudo aprofunda-se na análise da calcinha como peça fundamental da moda íntima feminina, explorando suas complexidades que vão além da simples função de vestimenta. Através de uma metodologia qualitativa e quantitativa, o trabalho investiga o surgimento da calcinha, suas tipologias, estruturas, processos de desenvolvimento, manufatura e comercialização. A pesquisa também busca desvendar os valores simbólicos que influenciam a escolha da peça pelas mulheres e que impactam o ato da compra. O objetivo principal é compreender o comportamento de consumo da calcinha e, conseqüentemente, contribuir para uma percepção mais profunda do produto e sua importância para o público-alvo feminino. O estudo oferece insights valiosos para o desenvolvimento de produtos mais assertivos e que atendam às necessidades e desejos das consumidoras, impulsionando as vendas e a satisfação do público.

Palavras chave: Lingerie; Calcinha; Produto; Valores simbólicos; Público-alvo.

Abstract: This study delves into the analysis of panties as a fundamental piece of women's underwear, exploring its complexities that go beyond the simple function of clothing. Using a mixed, qualitative and quantitative methodology, the work investigates the emergence of panties, their typologies, structures, development, manufacturing and commercialization processes. The research also seeks to uncover the symbolic values that influence women's choice of item and that impact the act of purchase. The main objective is to understand the consumption behavior of panties and, consequently, contribute to a deeper perception of the product and its importance for the female target audience. The study offers valuable insights for the development of more assertive products that meet consumers' needs and desires, boosting sales and public satisfaction.

Keywords: Lingerie; Panties; Product; Symbolic values; Target Audience.

¹ Freitas, Mara Karine Marinho; Pós graduada em Gestão do Design de Moda - Centro Universitário Ateneu; Graduada em Design de Moda pela Faculdade Católica do Ceará. Tem experiência na área de Desenvolvimento de produto, desenho Industrial, modelagem com ênfase em "Lingerie", km.finapaixao_criacao@hotmail.com

² Cabral, Mara Raquel Marinho; Doutoranda em Ciências Sociais; Usal; Mestre em Antropologia de Ibero américa; Usal; MBA em Marketing; FGV; Especialista em Criação de Imagem e Styling em Moda; Centro Universitário Senac; Graduada de Estilismo de Moda; Faculdade Católica do Ceará , raquelmarinhoeumesma@gmail.com

³ Almeida, Regina Célia Santos; Mestra em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior – UFC; Especialista em Gestão Universitária – Ufc; Bacharel em Estilismo e Moda-UFC. Coordenadora do curso de Graduação Superior de Tecnologia em Design de Moda do Centro Universitário Ateneu e dos Cursos de Pós Graduação do eixo de Moda do UNIATENEU



Introdução

O setor de moda íntima tem grande representatividade na indústria têxtil brasileira, especialmente no Ceará, que é um dos maiores produtores e exportadores do país. Segundo ABIT (2019) em 2011, o estado representou cerca de 30% do mercado nacional, com um crescimento de 10% em relação a 2010. O Ceará lidera na exportação de bustiês, biquínis e sutiãs. São Paulo, Rio de Janeiro, Ceará e Minas Gerais são responsáveis por aproximadamente 77% da produção nacional de lingerie. O desenvolvimento de lingerie exige considerar fatores além da estética e moda, como conforto psicológico e necessidades culturais. Mudanças nos padrões de beleza afetam a produção e a escolha dos consumidores. O designer de moda íntima deve considerar aspectos comportamentais, culturais e ergonômicos na criação de produtos.

O objetivo geral deste estudo é analisar a "calcinha" como um artigo complexo da moda íntima, considerando sua história e evolução. O estudo explica como este vestuário reflete os avanços das mulheres na sociedade e como ele atende às necessidades ergonômicas e funcionais decorrentes dos novos comportamentos femininos e seus impactos sociais, propondo uma visão que vai além do uso trivial da peça salientando modelagens e funcionalidades que vão além da estética.

O estudo visa compreender diversos aspectos físicos, psicológicos, regionais, culturais e estéticos relacionados ao produto, embasando-se em pesquisas e análises para uma compreensão mais ampla do tema. O público-alvo foram mulheres de 25 a 55 anos interessadas em moda, consumo, beleza e conforto, destacando-se pela independência de características como cor, sexo, raça, classe social, enfatizando a influência social da moda nessa faixa etária.

De acordo com Nascimento (2002) algumas razões para eleger uma pesquisa científica são evidenciados na determinação do pesquisador em realizá-la, entre, entre as quais os intelectuais, baseados na vontade de ampliar o saber sobre o assunto escolhido, "atendendo um desejo quase eu genérico do ser humano de conhecer-se a si mesmo e a realidade circundante".

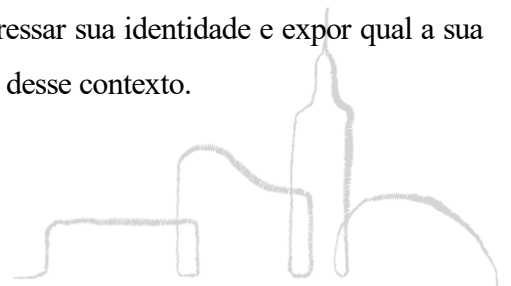
O referencial teórico deste trabalho aborda a lingerie como parte essencial do vestuário feminino, compreendendo peças como calcinhas, sutiãs, corpetes, entre outros acessórios íntimos. Discute-se como fatores ergonômicos e comportamentais influenciam no desenvolvimento e na escolha dessas peças, destacando estudos como os de Miranda (2008) e Lipovetsk (2004), que exploram as motivações de consumo e os diferentes aspectos que influenciam as decisões de compra, como nível de

vida, personalidade e autoestima. A evolução da lingerie de um produto utilitário para um item com conotação sensual é enfatizada, refletindo o investimento crescente das empresas em novas coleções para atrair diferentes públicos. Além disso, há uma discussão sobre a origem histórica da calcinha, destacando variações culturais no seu uso ao longo do tempo.

Neste sentido, esse trabalho de pesquisa é baseado numa abordagem psicossociológica, em que o referencial teórico aborda os fatores, ergonômicos e comportamentais, que deve ser observado nas mulheres para o desenvolvimento industrial das calcinhas, destacando através de probabilidades como o processo comportamental de consumo influencia na hora da compra, o comportamento de consumo de acordo com Miranda (2008) que explica a relação pessoa objeto, o porquê a mulher compra e onde ela compra na sua análise sobre as motivações que levam a indução de adquirir um produto de moda que contribuiu para as análises desse estudo de caso. Como metodologia a pesquisa caracteriza-se como exploratória através de estudo de caso, em que a metodologia da pesquisa qualitativa e quantitativa desenvolvida através de pesquisa de campo e observação, com aplicação de questionários entrevistas com clientes de uma fábrica de lingerie cearense, com intuito de conhecer os perfis das usuárias, considerando cultura, religião, ergonomia, bem como, os dados demográficos e sua influência para a escolha deste produto. A fundamentação teórica foi baseado em dados e estudos bibliográficos para a busca das respostas dos objetivos, nos estudos realizados por Cabral (2019), Caldas (2004), Castro (2006), Cidreira (2005), Hawthorne (2009), Lipovetsk (2004) Nazareth (2007) visando compreender os fatores que influenciam a mulher na escolha de uma calcinha, buscando obter o máximo de informações acerca do assunto investigado, permitindo o estudo do tema.

Lingerie: A evolução histórica da calcinha

Scott (2013), esclarece ao explicar que a moda sempre refletiu diversos temas, desde o moral religiosa, perpassando pela ideologia política dominante, o nacionalismo e até valores sociais; associada a esses assuntos, destaca-se também as tensões entre os sexos, o fetiche e os mistérios que aguçam o inconsciente coletivo. O que é determinado para o feminino e para o masculino dentro da sociedade tratam-se de formas de atribuir papéis a cada ser humano, bem como, expressar sua identidade e expor qual a sua posição entre as outras pessoas e grupos, a moda íntima não diverge desse contexto.



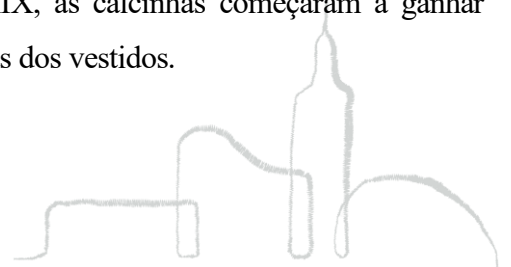
Do ponto de vista prático e mercadológico, lingerie na acepção da palavra se relaciona com moda íntima, roupas íntimas. A evolução histórica da calcinha, um artigo da moda íntima, reflete diversas influências sociais, culturais e simbólicas ao longo dos tempos. A palavra lingerie, oriunda do francês, inicialmente se referia a roupas de linho, incluindo peças íntimas. A calcinha, peça fundamental da lingerie, evoluiu desde as primeiras vestimentas, como a folha de figueira citada na Bíblia, ao pensamento atual segundo Cabral (2019), onde traça uma linha temporal em busca da compreensão de uma peça essencial como vestimenta feminina livre de interferências religiosas até os dias atuais .

Figura 1 - Representação de Adão e Eva



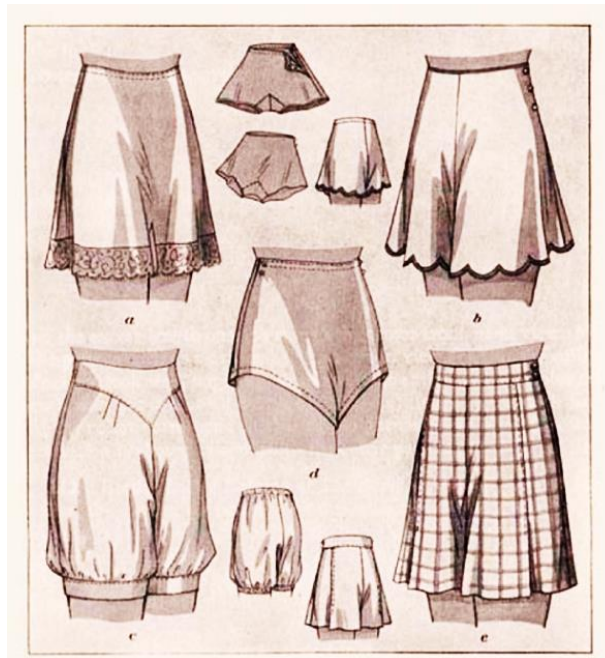
Fonte: <https://www.dicionariodesimbolos.com.br/figueira/>

No decorrer da história, a calcinha passou por transformações significativas, adaptando-se às necessidades ergonômicas e funcionais das mulheres. Na Idade Média, surgiram os cinturões de castidade, cuja existência é debatida por historiadores. Durante o século XIX, as calcinhas começaram a ganhar popularidade, inicialmente usadas para proteger a pele das anquinhas dos vestidos.



A partir do século XX, as calcinhas evoluíram rapidamente, ganhando formas mais anatômicas e ajustadas ao corpo feminino. A década de 1920 viu a lingerie tornar-se mais feminina e sensual, com tecidos como seda e algodão. Nos anos 1950 e 1960, o nylon revolucionou as calcinhas, tornando-as mais justas e confortáveis. Vários foram os fatores que também acarretaram a evolução da calcinha, e um deles foi a 2ª Guerra Mundial, onde as saias e vestidos também diminuíram de tamanho, desta forma a calcinha precisava seguir a mesma linha de transição, junto com a evolução da moda e o surgimento do jeans *Saint' Tropez* na década de 70, neste caso as cinturas das calcinhas também tiveram que baixar, estilo popularizado nos anos 1980, refletiu a emancipação feminina e a busca por liberdade.

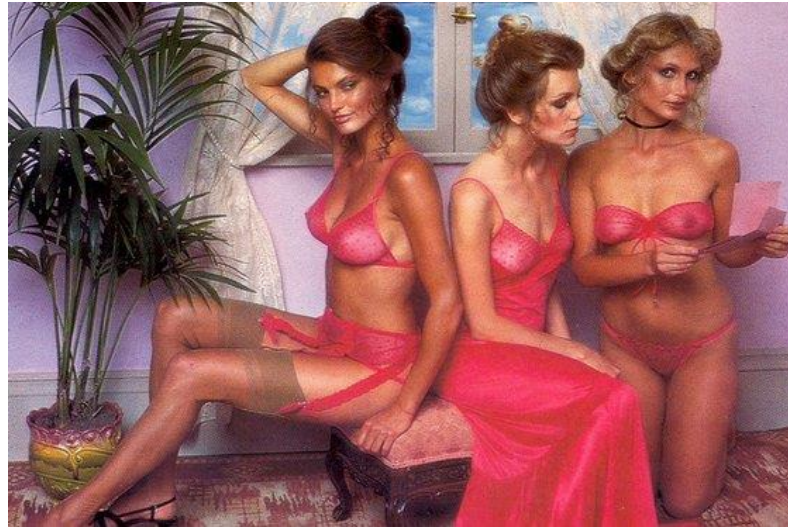
Figura 2 - Calcinhas representando (1920-1930)



Fonte: <https://flamboyant.com.br/blog/2018/02/calci2nhas-do-passado-futuro-e-presente-100-anos-de-historia/>



Figura 3 - Imagem Victória Secrets representando (1970)



Fonte: <https://labdicasjornalismo.com/noticia/6233/evolucao-da-lingerie-do-maximo-ao-minimo>

Na década de 1990, o minimalismo trouxe calcinhas confortáveis e sem costura. Nos anos 2000, surgiram tecidos tecnológicos, como calcinhas menstruais, que priorizam o conforto e a funcionalidade. A calcinha, ao longo dos séculos, acumulou diferentes nomes e significados, refletindo as mudanças nos comportamentos e necessidades femininas. Hoje, ela combina estética, beleza e conforto, adaptando-se às exigências modernas. Atualmente as lingerie estão ligadas a proteção e funcionalidade associada e em benefício da autoestima, nessa perspectiva o fetiche jamais deixará de existir, dada a relação de segunda pele à lingerie e sua estreita proximidade com as partes íntimas, do ponto de vista de consumo, simbolicamente não é possível distinguir se parceiros e parceiras observam a aparência feminina ou consomem a lingerie como ferramenta de desejo.

O que uma mulher veste por baixo da roupa sempre será um mistério, em consequência da ampla variedade de produtos e, especialmente da imaginação, como nos esclarece Freud (1933). A calcinha passou por muitas transformações, evoluindo do *pantalon* ao fio-dental. Uma lingerie naturalmente provocante, que desnuda os glúteos cobrindo basicamente a região pubiana, as laterais podem ter largura variada, desde as mais estreitas as mais largas. Muitas mulheres por pudor tinham não aderiam ao consumo desta peça, tendo vergonha de comprar associando ao erotismo, atualmente é sinônimo de sensualidade, conforto – dependendo da peça – e até mesmo funcionalidade, por não marcar o corpo durante o uso de determinada vestimenta.



Figura 4 - Calcinha básica e fio dental da marca HOPE (1990-1998)



Fonte: <https://blog.hopelingerie.com.br/universo-hope/voce-sabe-quem-inventou-a-calcinha-conheca-a-historia/>

O século XX chega oferecendo uma incrível diversidade de modelos, com calcinhas para todos os tamanhos, gostos e estilos, das estruturas mais básicas passando pelas clássicas até as sensuais, matérias-primas inteligentes arraigadas de benefícios, tanto do ponto de vista ecológico – como os biodegradáveis –, assim como os beneficiamentos corporais, com tratamentos através de micropartículas nos tecidos que propiciam a melhoria da circulação, redução da celulite e os antibactericidas, das *hotpanties* aos ousados micro fio-dentais e calcinhas absorventes.

Figura 5 - Fio dental representando (2024)



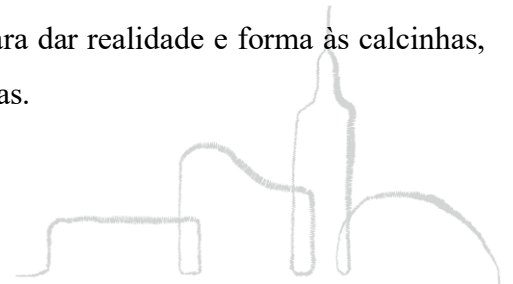
Fonte: Acervo Fina Paixão

Resultados e análises

O estudo analisou a calcinha sob a perspectiva da consumidora do Nordeste brasileiro, especificamente Fortaleza e região metropolitana. Foram entrevistadas 51 mulheres para buscar compreender preferências em relação a este item do vestuário íntimo feminino, levando fatores como demografia, cultura e individualidade para compra. Em sumo demonstrando que a escolha da calcinha é um ato complexo, influenciado por diversos fatores que vai além da simples necessidade de vestir uma peça íntima, a pesquisa aplicada salienta valores que impactam no ato da compra como, satisfação pessoal, fetiche, conforto e qualidade. Quanto a região e biotipo considerou-se que a modelagem deve levar em conta as características corporais e regionais para maior assertividade quanto ao desenvolvimento de produtos, evidenciando também o quanto a religião não influencia significativamente o ato da escolha do produto e que a sensualidade está mais relacionada ao comportamento e não ao produto em si.

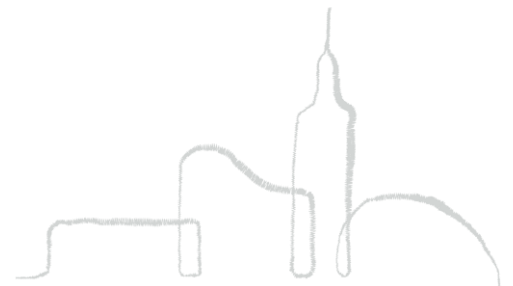
Ao considerarmos a mulher como um ser, tendo que atender constantemente aos ditames comportamentais temendo o julgo social, independência e autonomia ainda não concederam a mulher a integridade do empoderamento, visto que, a calcinha enquanto produto vai muito além da escolha para vestir, além de satisfazer os gostos pessoais de quem consome, estas peças passam ainda por outro tipo de consumo, o do crivo ignoto de quem observa, uma conexão unilateral, que não se relaciona com sedução ou erotismo, apenas o julgo comportamental pela identificação ou repulsa social.

De acordo com Garcia e Miranda (2007) todas as questões vêm de encontro ao ego e da vaidade, com base no que é condicionado como belo e, assim comunicado para a sociedade. Um produto aparentemente tão pequeno, a calcinha atualmente é composta por uma ampla variedade de modelos, modelagens e tamanhos, fazendo uso de várias fibras, sejam estas naturais, sintéticas, artificiais ou mistas, bem como, tecidos leves ou com *power*, associando ao uso de rendas, tules, babados, pingentes, fivelas ou *strass*, entre outros acessórios que visam compor uma estética construída através de uma manufatura que movimentava-se entre o simples e o complexo, para dar realidade e forma às calcinhas, objetivando satisfazer as necessidades e desejos das consumidoras.



Considerações Finais

Durante esta pesquisa, foi explorada profundamente a calcinha como parte essencial do vestuário feminino, analisando sua evolução histórica, seu papel na indústria da moda, sua relação com a ergonomia e o bem-estar das mulheres, sua estética e suas múltiplas funções como peça íntima. Através dessa análise abrangente, foi possível compreender que a calcinha vai muito além de uma simples peça de roupa. Ela carrega consigo aspectos culturais, sociais e individuais, influenciando a autoestima, a expressão da identidade feminina e a saúde íntima das mulheres. Ficou evidente que a indústria da moda íntima desempenha um papel significativo na criação e comercialização de diferentes estilos de calcinhas, buscando atender às demandas e preferências das mulheres. Essa indústria está em constante evolução, incorporando tecnologias e inovações que visam aprimorar o conforto, a funcionalidade e a estética das lingerie. A ergonomia da calcinha também mereceu destaque, pois a escolha adequada de materiais e modelagens pode proporcionar conforto, prevenir irritações e até mesmo melhorar a saúde íntima. É fundamental que as mulheres estejam cientes dos aspectos ergonômicos ao selecionar suas calcinhas, garantindo assim o cuidado com seu corpo e bem-estar.



Referências

ABIT. Produção de moda íntima deve ter alta em 2019. 2019. Disponível em:

<https://www.abit.org.br/noticias/producao-de-moda-intima-deve-ter-alta-em-2019> Acesso em: 26 agosto. 2022.

CABRAL, M. R. M. Mulheres de Frecheirinha: um estudo de caso sobre a participação feminina em um polo de moda íntima no Nordeste brasileiro e seus impactos socioculturais. 2019. Dissertação de Mestrado (Máster Universitário em Antropologia de Iberoamerica) – Universidade de Salamanca. USAL – Salamanca: 2019.

CALDAS, D. Observatório de Sinais: Teoria e Prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio, 2004.

CASTRO, Érika, (2006) Lingerie uma breve história 1500 - 2006 _ Rio de janeiro: Sebrae/ RJ.

CIDREIRA, Renata Pitombo. Os sentidos da moda: Vestuário, comunicação e cultura. 2. Ed. São Paulo: Annablume, 2005.

FREUD, S. Feminilidade (1933). In: _____. Obras psicológicas completas de Sigmund Freud Rio de Janeiro: Imago, 1976. Edição Standard Brasileira.

GARCIA, Carol. Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos/ Carol Garcia e Ana Paula Miranda. 2.ed. Ver — São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

HAWTHORNE, R, (2009). Por baixo do pano, A história da calcinha; [tradução Daniela, P. B. Dias]. – São Paulo: Matrix, 2009.

LIPOVETSK, Gilles, (1989) O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. [tradução Maria Lúcia Machado, - São Paulo: companhia das Letras e Cores, 1989.

MIRANDA, Ana Paula de (2008). Consumo de Moda: A relação pessoa objeto/ São Paulo: Estação das letras e cores, 2008.

NAZARET, Otávio, (2007) Intimidade revelada- São Paulo: Estúdio Substância: Olhares Editora, 2007.

NASCIMENTO, D. M. do. Metodologia do trabalho científico: teoria e pratica. Rio de Janeiro: Forence, 2002.

SCOTT, Lesley (2013) Lingerie da antiguidade a cultura pop. [Tradução Beatriz Belvecci] 1. Ed – Barueri, Sp: Monde London. Quantum Publishing. 2013

