



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE**  
**DESIGN DE MODA**

**MARIANA COSTA GAMA**

***UNDERWEAR: AS PREFERÊNCIAS MASCULINAS EM RELAÇÃO À***  
***MODELAGEM E AO CONFORTO***

**FORTALEZA**

**2017**

**MARIANA COSTA GAMA**

***UNDERWEAR: AS PREFERÊNCIAS MASCULINAS EM RELAÇÃO À  
MODELAGEM E AO CONFORTO.***

Projeto apresentado ao curso de Design-Moda da  
Universidade Federal do Ceará como requisito  
parcial para a obtenção do título de Bacharel em  
Design-moda.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Araguacy Paixão Almeida  
Filgueiras

**FORTALEZA**

**2017**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

G177u Gama, Mariana Costa.  
Underwear : as preferências masculinas em relação à modelagem e ao conforto / Mariana Costa Gama. –  
2017.  
28 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e  
Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2017.  
Orientação: Profa. Dra. Araguacy Paixão Almeida Figueiras.

1. Underwear. 2. Masculino. 3. Roupa íntima. 4. Conforto. 5. Modelagem. I. Título.

CDD 391

---

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>01</b>
<b>2</b>	<b>A EVOLUÇÃO DA ROUPA ÍNTIMA MASCULINA E O QUE ELA REPRESENTA .....</b>	<b>03</b>
<b>3</b>	<b>MODELAGEM, CONFORTO E CONSTRUÇÃO DA ROUPA ÍNTIMA MASCULINA.....</b>	<b>08</b>
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>13</b>
<b>5</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>18</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>20</b>
	<b>APÊNDICE 1.....</b>	<b>22</b>
	<b>APÊNDICE 2.....</b>	<b>25</b>

# **UNDERWEAR: AS PREFERÊNCIAS MASCULINAS EM RELAÇÃO À MODELAGEM E AO CONFORTO**

Mariana Costa Gama<sup>1</sup>  
Universidade Federal do Ceará - UFC  
mariana.costagama@icloud.com

Araguacy Paixão Almeida Filgueiras<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Ceará - UFC  
aradesign@uol.com.br

## **RESUMO**

O presente trabalho visa compreender as preferências masculinas em relação ao conforto e à modelagem da roupa íntima. O trabalho objetiva tornar-se uma ferramenta auxiliadora aos profissionais da moda, no momento da criação de roupas íntimas masculinas que primem pelo conforto. Decorrente de pesquisas de dados bibliográficos, e pesquisa de campo, ou seja, empírica, busca-se responder aos questionamentos sobre os principais motivos de reclamação dos consumidores de moda íntima masculina, quais as modelagens, materiais e processos que são utilizados nos dias atuais e quais os hábitos de consumo percebidos, e assim, quais as motivações de compra do público que está sendo estudado.

**Palavras-chave:** *Underwear*, homem, conforto, modelagem, cueca.

## **RESUMEN**

El presente trabajo busca comprender las preferencias masculinas en relación a la confección y al modelaje de la ropa interior. El objetivo del trabajo se vuelve una herramienta auxiliadora de profesionales de la moda, en el momento de la creación de ropas íntimas masculinas que primen por la comodidad. Como consecuencia del estudio de datos bibliográficos, documentales y la investigación de campo, o sea, empírica. El trabajo o estudio busca contestar a los cuestionarios sobre los principales motivos de reclamación de los consumidores de moda interior masculina, cuales son los modelajes, materiales y procesos que son utilizados en los días actuales y cuáles son los hábitos de consumo percebidos, así como las motivaciones de compra del público que está siendo estudiado.

**Palabras clave:** *Underwear*, hombre, comodidad, modelaje, calzoncillos.

## **1 INTRODUÇÃO**

Não é difícil ver ou ouvir algum homem reclamando, ou parecendo desconfortável com sua roupa íntima<sup>3</sup>, esta cena é facilmente presenciada no dia a dia, sobretudo para quem é homem, ou possui um convivendo próximo. A partir dessas reclamações, surgiu a ideia desta pesquisa, que busca entender quais as necessidades que os homens possuem em relação à modelagem e ao conforto da roupa íntima, pois enxergamos que tal tema é importante para a evolução da roupa interior masculina.

Sabemos que a roupa íntima já era usada em 3300 a.C., a primeira de que se tem notícia foi encontrada em uma múmia congelada vestida em uma tanga feita de couro, como relatam Benson e Esten *apud* Sena, 2010 p. 340). Em princípio, a roupa íntima masculina se

---

<sup>1</sup> Estudante do Curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará

<sup>2</sup> Professora Associada do Curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará

<sup>3</sup> “Roupa íntima é a denominação a todas as peças de vestuário usadas diretamente sobre a pele e que se encontram, geralmente, sob outras camadas de roupa.” (ROCHA e GOMES, 2013, p.3)

destinava apenas à funcionalidade, confeccionada de acordo com a forma do corpo, em materiais resistentes e de cor branca. Para Sena (2010), o *Underwear*<sup>4</sup> passa a ter importância a partir do momento em que as suas formas de uso começam a ser modificadas no que dizem respeito à modelagem, às formas, aos materiais, às padronagens e outros aspectos. Assim, um novo discurso é pregado em relação ao corpo masculino. Neste contexto, as campanhas publicitárias remodelam o comportamento do público masculino, trazem diferentes significados na construção de novas aparências e novas configurações e adequações plásticas ao corpo masculino.

Com as reviravoltas do século XX um novo cenário surgiu para o universo da Moda íntima masculina. Antes encarado como o provedor, a única opção masculina era de seguir uma carreira consistente e que pudesse sustentar a sua família, porém, depois de a ciência e as ideologias colocadas à prova e após o movimento feminista, para o homem é praticamente impossível se pensar em um só modelo de vestuário íntimo masculino (SANT'ANNA, 2005 *apud* SENA, 2010)

Considerando as modificações ocorridas nesse segmento, as campanhas publicitárias remodelam o comportamento do público masculino, trazem diferentes significados na construção de novas aparências e novas configurações e adequações plásticas ao corpo masculino (SENA, 2010). Atualmente a “roupa de baixo” vem apresentando um significativo aumento no uso de elementos com valor de moda, já que em muitos casos ela se tornou mais uma opção para “roupa de cima.” (QUEIROZ e ROCHA, 2009).

Como afirmam Bezerra e Martins (2006) é importante frisar que a roupa é como uma extensão do nosso corpo e necessita de requisitos que contribuam para o conforto térmico, mobilidade, segurança, dinamismo e higiene. Levando em consideração o que Queiroz e Rocha (2009) afirmam, o produto de moda-vestuário é composto essencialmente por três pilares: a ergonomia, as tendências e a subjetividade, dessa forma essa pesquisa busca englobar os aspectos de usabilidade, estética e conforto, compreendendo a multidisciplinaridade.

Sendo assim, o principal objetivo desta pesquisa é investigar os elementos vistos como essenciais quando se trata de consumo de roupas íntimas por homens jovens, com idade entre 20 e 35 anos, buscando elaborar um conjunto de recomendações e esclarecimentos para auxiliar tanto as confecções do segmento, quanto os próprios consumidores. A pesquisa ainda

---

<sup>4</sup> Denominação, em inglês para “roupa interior, roupa íntima” (ROCHA E GOMES, 2013, p.3)

procura destacar o desenvolvimento da roupa íntima na sociedade, considerando o contexto histórico e a discussão da relação existente entre a roupa interior e o homem.

Para tanto, utilizou-se de uma metodologia que contempla dados bibliográficos, documentais e pesquisa empírica, de caráter quali-quantativo, resultante de questionários estruturados, aplicados online em indivíduos do sexo masculino, com uma amostragem de cento e cinco indivíduos. Com a aplicação dos questionários, busca-se atender aos objetivos específicos, coletando informações a respeito dos elementos essenciais de uma roupa íntima, dos hábitos de compra, das facilidades e dificuldades encontradas na escolha da roupa íntima, além das principais preferências no que se refere a modelos.

## **2 A EVOLUÇÃO DA ROUPA ÍNTIMA MASCULINA E O QUE ELA REPRESENTA**

A roupa íntima não apenas compõe o guarda roupa masculino, como também pode falar muito a respeito do seu usuário. O que vai por baixo da nossa roupa, muitas vezes nos representa com tal propriedade, que pode facilmente ser mais representativo do que o que vai por cima. Martins (2015) fala que através dos elementos de Moda o homem projeta o seu papel social e a sua individualidade quando estão inseridos em um grupo, dessa forma ele passa a assumir e replicar os discursos da Moda, que ainda segundo o autor portam certas ilusões. Ele ainda relata que no mundo contemporâneo a Moda é muito mais assumida pelos diversos gêneros e que deixou de ser restrita ao gênero feminino, pois ela passou a ser um produto de “consumo” e dialoga muito bem com as novas configurações das nossas sociedades.

Atualmente existe uma diversidade de peças que fazem parte desse segmento para compor o guarda-roupa masculino, como por exemplo, cuecas, bermudas, regatas, meias, etc. Mas nem sempre foi assim, o *Underwear* masculino data de muito tempo e sempre buscou antes de mais nada a funcionalidade. “O primeiro registro que temos do uso da roupa íntima masculina vem de 3300 a.C. nos Alpes Tiroleses, em que uma múmia congelada foi encontrada por montanhistas em 1991 vestida em uma tanga feita de couro usada por sob a capa” (BENSON e ESTEN, 1996 *apud* SENA, 2010 p. 340).

Como todo o vestuário, a roupa íntima tem passado por várias transformações ao longo dos séculos. No Egito antigo, por exemplo os homens se utilizavam de pedaços de linho triangulares para criarem sua roupa de baixo, unindo as duas pontas do triângulo em volta da cintura, e passando a ponta restante por baixo das pernas para novamente amarrar à cintura.

Conforme relata Maldonado, s.d., *apud* Sena (2010) os gregos também utilizavam roupa íntima que se assemelhava à egípcia, no entanto, era amarrada com fios à cintura. Este tipo de roupa íntima foi usado até a Idade Média.

Com a chegada da Idade Média, as grandes batalhas e guerras travadas nesse período da história, a roupa de baixo acabou por ser alongada, já que muitas vezes o traje de guerra era constituído por armaduras de metal e tais armaduras machucavam a pele, como afirma Sena (2010). A autora ainda relata que o linho foi o tecido mais amplamente usado para a confecção da roupa íntima por muito tempo, já que ele podia ser lavado sem ser danificado. Ainda durante o princípio da Idade Média, sob as túnicas masculinas havia calções chamados *braies*<sup>5</sup>. Para facilitar a movimentação durante o trabalho as classes inferiores usavam peças frouxas, enquanto os nobres usavam peças mais justas. Durante o Renascimento, o *braies* tornou-se mais curto para acomodar os estilos mais longos de *chausses*<sup>6</sup>.

Por volta do século XVI, o *codpieces* ganhou destaque na vestimenta masculina. Em princípio era uma adaptação de tecido para cobrir a abertura frontal existente na roupa interior, com o passar do tempo foi ganhando a forma de uma bolsa moldada e decorada para armazenar, proteger e enfatizar a genitália do homem. Era usado por cima de *braies* com aberturas, o que facilitava o ato de urinar (LAVÉR, 1996 *apud* SENA, 2011 p. 56).

Com a Revolução Industrial, ocorreu uma série de mudanças no *underwear* masculino. A partir dela inúmeros processos de modificação das cuecas se seguiram, chegando aos modelos que conhecemos hoje,

Depois da invenção da energia hidráulica, das máquinas de fiação e do descaroçador de algodão durante a Revolução Industrial, o *underwear* poderia, pela primeira vez, ser produzido em massa, o que causou uma reestruturação dos processos e do consumo. As pessoas começaram a comprar suas roupas íntimas nas lojas em vez de fazê-los em casa, o que podia levar até três dias. A roupa de baixo padrão deste período para homens, mulheres e crianças foi o *union suits*. Uma espécie de macacão, geralmente feito em malha que cobria desde os tornozelos até os punhos, possuía uma abertura na parte superior na frente fechada por botões, e uma abertura na parte de trás inferior de vestir e facilitando os atos de vestir e ir ao banheiro (SENA, 2010 p. 340).

Nesse período as cores oferecidas nas roupas de baixo eram a cinza, a lã natural e o vermelho, esse último muito utilizado, segundo Andrade (2004) *apud* Sena (2010) isso indicava que havia um domínio da técnica de tingimento da lã em vermelho, pois era uma cor

---

<sup>5</sup> Eram bermudas de linho amarradas na cintura por cordões.

<sup>6</sup> Uma espécie de meias, de linho ou lã, cortadas e costuradas contornando o formato das pernas e eram presas na cintura por cordões deixando um espaço aberto na virilha

forte e que precisava de uma boa fixação para não descolorir. “Durante a Primeira Guerra Mundial, foi confeccionado o primeiro bermudão com botões, como *underwear* de verão para os soldados da infantaria.”<sup>7</sup> (BOXER, 1995, *apud* SENA, 2010, p. 341) ainda segundo a autora, esse tipo de *underwear* foi bem aceito pelo público masculino em geral, e com o fim da guerra, os soldados também passaram a utilizá-lo em casa.

A modernidade da década de 1920 fez com que o homem se tornasse mais ativo e, como consequência dessa nova dinâmica na vida do homem dessa época, as roupas íntimas ganharam mais flexibilidade e leveza. Muitos homens e rapazes ainda usavam o *union suit* como roupa interior, em vários modelos. No entanto, eram necessárias as medidas do peito, cintura e tronco (uma medida circular por cima do ombro e por baixo da braguilha) para determinar o tamanho correto, sendo assim o *union suit*, se separa e dá origem à camisa e bermuda. Ainda na década de 1920 surgiram os primeiros tecidos que não encolhiam, bem como outras novas tecnologias, como, por exemplo, uma fibra de algodão que separava o suor do corpo conforme relata Maldonado (s.d.)

O esporte e a roupa íntima possuem uma relação muito estreita, foi também nessa década que eles começaram a andar lado a lado. Praticar esporte passou a fazer parte do lazer da época e com isso surgiu a necessidade de liberdade de movimentos. Muitas marcas americanas passaram a explorar essa junção esporte/*Underwear* nas suas peças publicitárias como nos diz Blackman, 2009 *apud* Sena, 2010.

Na década de 1930 surgiram as primeiras *boxers*, o nome origina-se dos calções de boxe, já que a peça íntima foi desenvolvida com elástico na cintura, assim como os calções dos pugilistas. Segundo Sena (2010) a primeira boxer foi criada por Jacob Golomb, o fundador da marca *Everlast*. Ainda segundo a autora, a cueca *slip Jockey* foi criada em 1934 por Arthur Kneibler, um executivo e designer da *Cooper Inc.* “A inspiração para o modelo veio de cartão-postal da Riviera Francesa, mostrando um homem em um maiô estilo biquíni.” (SENA, 2010 p. 344). O modelo *Slip* chegou para revolucionar o mercado de Moda íntima masculina na época, sobre isso, Roetzel (2000) *apud* Sena (2011) acrescenta que essa modelagem tinha a vantagem de proporcionar mais suporte, além do mais não marcava, nem fazia volume quando usada sob calças leves e o corte era particularmente confortável, também oferecia suporte e um perfeito encaixe, sobretudo era confeccionada em material de excelente qualidade. Ainda segundo o autor, havia uma fita elástica que era introduzida na parte debaixo

---

<sup>7</sup> <http://sitios.anhembri.br/damt/arquivos/28.pdf> Acesso em 25 nov. 2017.

da virilha, ela se ajustava à parte exterior da coxa de forma a não prejudicar a circulação do sangue.

Com a 2ª Guerra Mundial (1939-1945), uma severa crise econômica se instaurou no mundo. Muitos materiais utilizados nas indústrias têxteis, como a borracha por exemplo, passaram a ser usados pela indústria bélica e as grandes demandas dessa indústria acabou gerando uma escassez de certos matérias, Sena (2010) relata que a falta desses materiais causada pela guerra acarretou o abandono das cinturas elásticas, retornando assim às cinturas ajustáveis com botões, ela ainda fala que durante esse período a marca Jockey possuía um anúncio com os dizeres “Tio Sam precisa de borracha por isso o cós da Jockey não é mais de elástico” (SENA, 2010, p. 347).

“A revolução das cuecas começou em 1950, quando os fabricantes começaram a confeccionar *underwear* estampados e coloridos. Depois de anos de roupas íntimas, simples e brancas, os homens foram finalmente apresentados a opções variadas” (SENA, 2010, p.347) para atender ao homem dessa época que era muito mais atrevido. Novos materiais começaram a surgir. Apesar de o algodão ainda ser amplamente usado, o rayon, dracon, nylon, lycra e o spandex, começaram a ganhar espaço.

A partir da década de 1960, as cuecas de malha elaboradas em nylon e poliamida ascenderam, também foi nessa década que as primeiras cuecas sem braguilha surgiram, como relata a autora. Os novos contextos culturais dessa época fazem surgir um público masculino muito mais “despojado”, os jovens dessa geração começam a se permitir usar roupas íntimas menos “tradicionais”, daí surgem, por exemplo, cuecas com estampas representando os padrões das peles de animais, como leopardo, tigre e zebra, “quanto às formas, a tanga e o fio dental foram introduzidos como uma opção entre uma nova geração de jovens determinados a desafiar o sistema sociocultural investindo em comportamentos diferenciados e procurando, de fato, inovar na aparência” (SENA, 2011). Essa variedade de formas e padrões possibilitou aos homens da época desenvolverem uma identidade própria.

Ainda na década de 1960 a marca Zorba traz a modelagem da cueca *slip* para o Brasil, a partir desse momento “ocorrem importantes modificações não apenas nas peças, mas também na sua apresentação ao consumidor. Expondo o corpo masculino de forma mais explícita, sem que isto maculasse sua masculinidade, isto graças às mudanças socioculturais em curso.” (SENA, 2010).

As publicidades do *underwear* a partir da década de 1970, começam a explorar a sensualidade e a sexualidade, a juventude dessa época passa por uma revolução que começa a

ser explorada nos anúncios de roupa íntima. “Como nunca antes, os homens eram adorados como símbolos sexuais e, muitas vezes expressavam sua sexualidade recém-descoberta em boates popularmente conhecidas como ‘discos’.” (BOXER, 1995, p.27 *apud* SENA, 2010). Segundo Sena (2010) as preocupações de ser o provedor da família, não fazia mais parte do ideal dos jovens da época. As palavras de orem eram a alegria, a jovialidade e a descontração.

A década de 1980 vem com um apelo sexual muito maior que a década anterior, a publicidade que circula em nossas mídias atualmente origina nessa década. A marca Calvin Klein é tida para diversos autores como crucial para a forma como se faz publicidade de roupa íntima masculina hoje. Marco Sabino (2007) *apud* Sena (2011) diz que ela entrou para a História da Moda quando exibiu, em um outdoor gigantesco em plena Times Square, Nova York com o atleta olímpico Tom Hintnaus exibindo seu corpo seminu, usando apenas uma cueca (Figura 1). É nesse momento também que alguns padrões estéticos passam a ser instaurados.

Figura 1 - Outdoor da Calvin Klein na Times Square, 1982.



Fonte: NETO, Paulo.<sup>8</sup>

Nos anos 1990 a cueca passou a ter outra conotação, agora encarada como objeto de grife. Segundo Sena (2011) a Calvin Klein mais uma vez é vista como grande influenciadora para esse fenômeno, lançando uma cueca onde a logo da marca era estampada no elástico do cós. A partir de então a cueca antes escondia sob as calças, passa a aparecer por sob p cós da calça como elemento estético da roupa tornando-se um produto de moda. Ainda segundo a

<sup>8</sup> Disponível em: <http://enciclopediadcromos.blogspot.com.br/2016/05/anuncio-da-calvin-klein-com-tom.html>. Acesso em: 04/12/2017

autora as personalidades da mídia foram as responsáveis por difundir o cós grifado das cuecas, o que logo levou o público jovem a se utilizar desse cós como um acessório, de forma a usá-lo com calças largas no quadril para exibi-lo, esse estilo é o que se conhece como *grunge*.

Também nesta época, as lojas de varejo começaram a vender cuecas tipo short mais ajustados, conhecida nos Estados Unidos como *boxer briefs* ou *midle boxers*. Aqui no Brasil estas peças são o que chamamos de cueca *boxer*. Em 1991 a marca Lupo lança uma linha íntima masculina no mercado nacional. Nos anos 1990 a lingerie masculina evoluiu, principalmente no que diz respeito aos materiais e técnicas de produção. As inovações das malhas, naturais e químicas, possibilitaram o desenvolvimento de produtos voltados para usos específicos, inclusive para diferentes práticas de esporte. O maior destaque ficou com as peças em microfibra e com costuras invisíveis (SENA, 2010, p.351).

No século XXI verifica-se a união entre beleza e conforto, as tecnologias ganham cada vez mais espaço, com roupas sem costura e materiais e modelagens diversos. Conforme Sena (2010), as tendências mundiais alertam para a necessidade de preservação do ambiente. O design é apontado como um dos grandes possíveis mediadores da sustentabilidade. As empresas, atentas às novas tendências, buscam desenvolver produtos a partir de procedimentos e materiais mais limpos, que se utilize de processos produtivos e matérias-primas que possuam menor uso, consumo, ou desgaste de recursos naturais e que gerem menos resíduos. A maioria das inovações de caráter sustentável na produção de roupa íntima está ligada ao uso de matérias primas sustentáveis.

### **3 MODELAGEM, CONFORTO E CONSTRUÇÃO DA ROUPA ÍNTIMA MASCULINA**

Buscando relatar sobre a importância do conforto da roupa íntima masculina para os profissionais de design de moda e mostrar como este saber é fundamental para que se possa desenvolver um produto que cumpra o seu papel sem interferir negativamente na experiência sensorial do seu usuário, decidiu-se falar sobre todos os processos pelos quais passam a roupa íntima masculina, no intuito de informar acerca da importância dessas etapas serem bem executadas de forma que não interfiram negativamente na percepção do conforto do usuário.

Para Bezerra e Martins (2006, p. 3) “A roupa como extensão do nosso corpo necessita de requisitos que contribuam para o conforto térmico, mobilidade, segurança, dinamismo e higiene”, ou seja, o produto perfeitamente projetado e com os materiais certos, modelagem bem executada, ergonomicamente correto, vão conquistar a satisfação do usuário e atenderão

às suas necessidades. Senthilkumar e Dasaradan (2007) apud Giongo, Souza e Van Der Linden, (2011) dizem que conforto não está relacionado a uma propriedade têxtil, mas a um sentimento humano, atrelado à uma condição de tranquilidade e bem-estar. Ele é influenciado por diversos fatores, além das propriedades têxteis.

Considerando que a modelagem é o processo responsável pela construção dos moldes, ou seja, padrões, que são feitos a partir de medidas do corpo humano em geral (masculino, feminino ou infantil), pode-se afirmar que “a modelagem exige do profissional uma série de conhecimentos sobre as medidas do corpo humano e como o mesmo se movimenta. Essas informações possibilitam ao modelista desenvolver a construção das peças respeitando os limites do corpo humano.” (CARVALHO, 2011, p. 2), dessa forma a modelagem é a alma da roupa bem como o setor de modelagem o coração da indústria. No entanto, como relatam Martins e Bezerra (2006) se os moldes possuírem erros, o processo da confecção será comprometido, desde o corte, até a montagem e o produto final não possuirá o padrão desejado e não vai atingir os seus consumidores.

A matéria prima também influencia nesse processo. Cada material possui uma forma distinta de se modelar, já que a estrutura em que foi elaborado o tecido pode mudar muito a forma como a modelagem será feita. Martins e Bezerra (2006) afirmam que os diferentes tipos de tecido possuem um molde específico, esse molde estará atrelado aos beneficiamentos que a peça sofrerá após ser confeccionada, como por exemplo as lavagens, amaciamentos, tingimentos, e demais processos.

Vivemos em uma era onde a tecnologia permeia por todos os tipos de produtos, inclusive nos artigos de moda. A roupa íntima masculina, como já tratamos nesse trabalho anteriormente, vem sofrendo mudanças e aprimoramentos desde quando surgiu. De lá para cá muitas mudanças nas suas formas, materiais e funções foram feitas. Ao longo do último século as microfibras foram ganhando espaço e surgiram os chamados “tecidos inteligentes”<sup>9</sup> que possuem alta performance em vários segmentos. Como relatam Martins e Bezerra (2006) não apenas os produtos de moda e vestuário se utilizam desse tipo de tecido, os setores de saúde, esportes com roupas que aumentam a performance dos atletas, os têxteis técnicos e outros também se beneficiam dessas novas tecnologias que vêm em forma de:

---

<sup>9</sup> Tecidos inteligentes “ São tecidos de alta qualidade, tanto por seu desenho como pelo tipo de materiais empregados, e os tecidos incluídos no que poderíamos considerar como "tecnologias emergentes", são tecidos com propriedades muito peculiares, destinados a confecção de prendas internas e principalmente externas de vestir, desportivas, lúdicas e militares, obtidas mediante o emprego dos denominados "tecidos inteligentes". ( SÁNCHEZ, José Cegarra. Têxteis inteligentes, 2006. p. 58)

[...] tecidos inteligentes, tecnológicos ou *high tech* como também são conhecidos, que possuem acabamentos bacteriostático, proteção contra raios ultravioletas UVA e UVB, acabamentos contra picada de insetos, antichamas, antimanchas, antimoho, antibacteriano, *easy care* (para facilitar a manutenção doméstica), *PET Dry* (para facilitar o transporte do interior para o exterior do tecido), *PET Aquatic* (para potencializar o desempenho dos atletas de natação), acabamento higrófilo para sintéticos (para aumentar o conforto), dentre outros. Estes acabamentos rapidamente adquiriram velocidade tanto na sua evolução como na sua inserção tecnológica nos materiais têxteis e no vestuário cotidiano (Martins, 2005 *apud* MARTINS e BEZERRA, 2006 p.18).

A roupa é como uma segunda pele para o usuário. Por isso, ao ser modelada ela precisa seguir a estrutura física e as articulações do corpo humano já que corpo e roupa tem que se movimentar no mesmo ritmo. A produção em série pode até ter barateado o valor de mercado dos produtos, no entanto,

[...] Algumas empresas passaram a ignorar os atributos de uma peça bem modelada e, oferecem produtos que prejudicam o bem-estar físico e psicológico do seu cliente. Como se pode constatar na afirmação de Grave (2004, p. 11), “a moda com seu *prêt-à-porter* afasta o verdadeiro agir e movimentar do corpo humano e considerar que o relacionamento entre o indivíduo e o vestuário é a futura visão deste milênio” (GRAVE, 2004 *apud* CARVALHO, 2011 p. 11)

Como afirma Carvalho (2011), as indústrias e os profissionais sobretudo os que trabalham com modelagem, atualmente precisam se atentar em relação ao corpo-roupa-função. O dia a dia contemporâneo exige cada vez mais do indivíduo e as roupas têm que acompanhar este ritmo, elas devem ser confortáveis, leves e funcionais, sem, no entanto, deixar de lado o design.

Quando se trata de vestuário, Gonçalves e Lopes (2007) dialogam sobre como o corpo humano serve de suporte para a roupa. Elas tratam acerca do nosso corpo como uma estrutura tridimensional e articulada, que está constantemente em movimento e além disso também afirmam que corpos diferentes são capazes de reagir de diferentes formas quando expostos ao mesmo estímulo no meio ambiente onde convivem. “Para que o consumidor perceba o produto como satisfatório em termos de qualidade, o mesmo deverá reunir características adequadas ao perfil do público ao qual se destina, como funcionalidade, conforto e estética, percebidas antes e durante o uso.” (GONÇALVES e LOPES, 2007, p. 1-2). Baseadas em Iida (2005), as autoras apresentam as características essenciais para a melhor relação roupa-corpo:

A Ergonomia considera que todos os produtos, não importando o seu tamanho e complexidade, destinam-se a satisfazer certas necessidades humanas e, dessa maneira, direta ou indiretamente, entram em contato com o homem. Para que

funcionem bem na sua interação com o usuário ou consumidores, esses produtos devem apresentar as seguintes características:

- Qualidades técnicas: Referem-se ao funcionamento e eficácia na execução das funções, facilidade de manutenção – limpeza e manuseio;

- Qualidades ergonômicas: Incluem a compatibilidade de movimentos, a adaptação antropométrica, o fornecimento claro de informações, o conforto e a segurança oferecidos;

- Qualidades estéticas: Envolvem a combinação de formas, cores materiais, e texturas, para que o produto apresente um visual agradável.

A interação dessas três características de qualidade ocorre genericamente, porém, a intensidade é por vezes relativa (IIDA, 2005 apud GONÇALVES e LOPES (2007) p. 97).

Gonçalves e Lopes (2007) consideram que o conforto se encontra inserido nestas qualidades ergonômicas do produto de moda, porém, ele alcançará níveis mais subjetivos do que os sugeridos nos conceitos de conforto físico. Tais níveis relacionam-se às variáveis prioritárias que definem a qualidade no desenvolvimento do produto de moda como o design, a criatividade e as tendências de moda. Apesar da importância da qualidade técnica do produto de moda, as autoras afirmam que, para o consumidor, a qualidade estética, que confere a harmonia entre as cores, formas, materiais, texturas e o caimento, vem antes de qualquer outra qualidade.

Ainda assim é importante saber por quais processos a roupa íntima passa, para entender como ao longo do tempo, a roupa foi se moldando através dos estudos ergonômicos e de conforto, bem como das alterações estéticas vividas, visando atender às preferências do homem contemporâneo. De acordo com Biermann (2007) *apud* Arruda (2015) um processo de fabricação de peças íntimas é definido como uma sequência operacional. Ainda segundo o autor, ele se inicia ao planejarmos a coleção e desenvolvermos o produto e passa por toda a produção até a expedição.

As etapas de um processo produtivo de uma confecção, segundo os autores, são construídas a partir de uma lógica, elas se iniciam no planejamento de coleção, que consiste em planejar a coleção levando em consideração as necessidades do público-alvo, bem como a capacidade produtiva da empresa. Nesta etapa ocorre o desenvolvimento do produto, a ficha técnica<sup>10</sup> e a formação do preço de venda.

Depois passamos ao planejamento do processo produtivo, onde otimizamos a produção das peças aprovadas a partir do planejamento de coleção. É nesta etapa onde se identificam os pedidos dos clientes, as datas de entrega e o estoque de materiais. Após esta

---

<sup>10</sup> Documento de apoio à produção no qual são identificados “Procedimentos de montagem, tipo e quantidade de materiais utilizados, composição do tecido e tempo de processo de cada operação” (ARRUDA, 2015, p. 19).

etapa passamos ao estoque de materiais, onde é necessário considerar o tempo de entrega dos fornecedores, bem como o grau de importância nas entregas das mercadorias. O estoque de materiais precisa ser organizado e controlado agilizando as entregas sem a geração de materiais fora de utilização.

Segue-se para o risco, que é responsável pelo encaixe da modelagem, pois o rendimento do tecido depende da capacidade de encaixe dos moldes utilizados. A partir daí se faz o enfiado, definimos esse processo como o dispor as várias camadas de tecido sobre uma mesa de corte marcando na mesa o comprimento do enfiado conforme a matriz, seguindo pela quantidade de folhas de tecido necessária. Arruda (2015) frisa que no enfiado não se deve esticar os tecidos, pois isto alterará as dimensões dos produtos.

Depois inicia-se o corte, que deve ser preciso e seguir a linha do risco, isso influenciará na qualidade do produto final e deve ser realizada por profissional qualificado e com equipamento adequado ao tipo de tecido e altura do enfiado. Terminado o corte inicia-se a preparação para a costura. A produtividade e a qualidade da costura dependem desta etapa. Deve-se separar em caixas a referência por tamanho e do modelo a ser costurado. Os aviamentos devem estar completos. A partir daí se encaminha para a costura as caixas que estiverem completas e organizadas juntamente com a ficha técnica do modelo da peça íntima.

Passamos à etapa da costura. Em geral esta é uma etapa gargalo na empresa por exigir grande quantidade de máquinas, equipamentos e pessoal qualificado. Operações que exijam tempo de máquina parada devem ser realizadas fora do setor e por auxiliares. Uma das alternativas para ganhar produtividade é capacitar todos os trabalhadores para operar qualquer uma das máquinas do setor, contribuindo com as ocupações em todos os pontos. Ao final desta etapa passamos para a limpeza da peça, que é responsável pela retirada de fios e revisão final das peças.

Depois é realizada a passadoria, que se faz necessária quando surgem costuras franzidas originadas durante o processo produtivo. Terminada a passadoria, passamos à etapa do estoque de produtos, que somente tem armazenagem de produtos quando a empresa produz para depois vender. Por fim, vem a expedição. Na saída do corte, durante a preparação para a costura, deve-se juntar as referências conforme a necessidade para faturamento, para que se agilize as entregas na expedição, contribuindo na satisfação dos clientes e na efetivação de novas vendas.

Dessa forma vemos que os processos de produção necessitam ser realizados da melhor forma possível, para que não interfiram negativamente na percepção do conforto da roupa

íntima, bem como na ergonomia da peça. A inovação em termos de maquinários e tecidos tecnológicos também se faz necessária, tudo isso deve ser levado em conta ao longo de todas as etapas pelas quais passa a roupa confeccionada.

#### **4 METODOLOGIA**

De caráter exploratório, a pesquisa se divide em revisão bibliográfica e levantamento de campo. A pesquisa bibliográfica embasa e contextualiza o universo do *underwear* masculino no trabalho, visando o fornecimento de conceitos e variáveis auxiliares na elaboração do questionário. Já o levantamento de campo responde ao questionamento principal do trabalho que busca entender quais as necessidades masculinas em relação à modelagem e ao conforto da roupa íntima.

Foram aplicados questionários *online*, em plataforma digital, semiestruturados com questões abertas e fechadas, num período de uma semana entre homens jovens, totalizando uma amostra de cento e cinco homens com idade entre 20 e 35 anos. A aplicação do questionário *online* deu-se pelo fato de a pesquisa ter sido realizada em diferentes regiões geográficas e, portanto, houve a necessidade de buscar uma ferramenta que atingisse os pesquisados mais distantes, dessa forma o questionário *online* possibilitou o acesso a esses pesquisados.

A maior parcela da amostra é composta por indivíduos de diversas partes do país, tornando possível conhecer de forma mais abrangente os aspectos mais relevantes durante o consumo e uso relacionado à moda íntima. O questionário aplicado aos homens foi composto por quinze perguntas, dentre as quais oito questões abertas e sete fechadas, objetivando coletar informações a respeito dos elementos essenciais de uma roupa íntima, da frequência de compra de peças, das facilidades e dificuldades encontradas na escolha das mesmas, além das principais preferências no que se refere a modelos, conforto, estilo, entre outros.

#### **5 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Durante sete dias, o questionário desenvolvido (APÊNDICE 1) foi disponibilizado em plataforma digital e respondido por cento e cinco jovens masculinos com idade variante entre 20 e 35 anos. Todas as respostas estão aqui discutidas, mas elas podem ser visualizadas em forma de gráfico no Apêndice 2.

A análise dos dados coletados através dos questionários aplicados a homens jovens possibilitou a obtenção de alguns resultados que apontam para os aspectos observados pelos consumidores. Quando questionados se usam costumeiramente roupas íntimas no dia a dia, 94% dos entrevistados afirmaram usar roupa íntima diariamente, e apenas 6% usam somente às vezes. Com relação ao tipo de roupa íntima, alguns respondentes relatam usar meias frequentemente e trajes de banho, todos os pesquisados dizem usar cuecas, sendo a boxer a mais amplamente citada, seguida pela samba-canção. Sabendo que as boxers surgiram há não muito tempo (década de 1930, de acordo com Sena, 2010) e que elas são o produto de diversas e variadas adaptações na roupa de baixo masculina, podemos dizer, diante desse dado coletado, que aparentemente elas abarcam as necessidades masculinas em relação à roupa íntima, no entanto, mais adiante com o desenrolar da averiguação dos dados percebemos que ainda há um caminho a ser trilhado para a satisfação plena do consumidor desse segmento.

No sentido de evitar equívocos nas respostas, a Figura 2, apresentada nos questionários, mostra as imagens apresentadas na ocasião da aplicação do questionário.

**Figura 2 - Tipos de roupa íntima masculina**



Fonte: Elaborado pela autora.

Ao perguntar sobre qual a frequência com que eles compram roupa íntima 44% dizem comprar roupa semestralmente, 27% da amostragem compram anualmente, 23% realizam suas compras trimestralmente e 7% dizem comprar roupa íntima mensalmente. Segundo dados coletados no site do SEBRAE,

O IEMI diz que a moda íntima vem ampliando sua importância no guarda-roupa do brasileiro. Esse é mais um mercado no qual convivem grandes e pequenos fabricantes, oferecendo ricas oportunidades tanto para as grandes indústrias, que fabricam peças em grande escala em uma cadeia de repetição de modelos, quanto

para as pequenas ganharem, que espaço com a diferenciação em seus modelos, a partir da aplicação da criatividade (SEBRAE, 2016).

Enquanto 88% da amostragem afirmem que procuram conforto no momento da compra de suas roupas íntimas, 7% afirmam buscar sensualidade e 5% buscam beleza estética. Rebuscando o que já foi citado antes neste texto, a roupa íntima está todo o tempo em contato com o corpo do usuário, a isso podemos atrelar essa necessidade tão aparente por conforto, mas ela também está presente nos momentos íntimos e/ou sexuais do seu usuário, por isso vemos, ainda que em proporções muito menores, essa busca por sensualidade e beleza.

Ao serem indagados sobre alguma dificuldade em escolher roupa íntima, a maioria dos homens respondeu que não, no entanto alguns dizem sentir dificuldades em encontrar similaridade entre as modelagens de diferentes marcas. Outra dificuldade citada é sobre encontrar tecidos mais respiráveis e que permitam maior troca de calor com o meio, no entanto o mercado de tecidos, hoje, nos dá inúmeras soluções além do algodão. Costa, Brites, Furuya e Costa (s.d.) relatam que existem “tecidos inteligentes” para construir roupas com diversas características que vão desde tecidos que ativam a circulação sanguínea, até tecidos compostos de fibras que se termo regulam, ou possuem agentes com ação bactericida dentre outros. Marcas como BASF, INVISTA e RHODIA, investem em fibras com esse tipo de tecnologia e podemos facilmente encontrar essas fibras compondo tecidos nas principais tecelagens brasileiras. Além dessas dificuldades citadas, alguns dos pesquisados falam sobre a dificuldade em encontrar cuecas que se ajustem ao tamanho do pênis. Esse fato está diretamente relacionado à modelagem que deve ser considerada no desenvolvimento do produto.

Quando perguntados se experimentam a roupa íntima antes de comprá-la, cerca de três quartos da amostra de consumidores responderam que nunca experimentam, o que demonstra certa incoerência, tendo em vista que a maioria relata sobre desconforto da roupa íntima por conta da modelagem, ou toque do tecido. Alguns relatam que já sabem exatamente o tamanho que lhes cabe, por isso não experimentam, outros falam que gostariam, mas muitas lojas não permitem experimentar e alguns experimentam no intuito de certificar-se se o tamanho e o tipo de roupa íntima se ajustam bem ao corpo. Na sua grande maioria os entrevistados enxergam esse ato como sendo anti-higiênico, já que esse tipo de roupa toca as genitais do indivíduo. Neste sentido, um dos pesquisados respondeu que:

Geralmente não, fico com receio de outras pessoas já terem experimentado, e como não sei a procedência da saúde íntima deles, melhor não ariscar. Além disso, salvo engano, acho que nem todas lojas permitem experimenta-las.” (E79).

Sobre já terem sentido algum desconforto ao usar roupa íntima, a maior parte da amostragem, ou seja 83%, respondeu que sim e 17% afirmaram que não sentiram desconforto ao usar roupa íntima. Quando inqueridos sobre a sensação de conforto total, apenas 23% dos homens afirmaram não sentir que estão usando roupa íntima, 33% afirmam que sim e 44% dizem que só às vezes sentem que estão usando roupa íntima. Os resultados dessas duas questões levantadas nos fazem entender que, para alguns designers desse tipo de segmento, a ergonomia não vem sendo enxergada com a importância que deve ter durante o desenvolvimento desse tipo de vestimenta. Como já citamos anteriormente, Gonçalves e Lopes (2007) e Iida (2005) nos apontam que a ergonomia é uma das três características desejáveis do produto para que funcione bem a interação entre a vestimenta e o usuário, ainda segundo os autores é ela que garante a compatibilidade de movimentos, a adaptação antropométrica, o conforto, a segurança, entre outros pontos.

Com relação às queixas, sobre o que mais os incomoda em uma roupa íntima, a maioria frisou que é a roupa íntima apertada, outro ponto que foi posto é em relação aos elásticos no cós e virilhas, que causam dor e desconforto. Além disso, alguns dos pesquisados citou um fato recorrente na cueca boxer, sobretudo quando o homem tem pernas grossas que é o fato de as pernas da cueca ficarem enrolando, também foi relatado que as marcas e vincos na pele causados pelas costuras incomodam muito.

Quando perguntados sobre qual o modelo de cueca que mais se adequava ao dia a dia deles, 68% afirmaram ser a boxer, 14% o modelo slip, 11% a sunga e 7% a samba-canção. Esses dados têm fundamento a partir do momento em que enxergamos que muitos deles reclamaram acerca dos elásticos que cortam as virilhas, ou de assaduras nas pernas, coisa que a cueca boxer evita pelo seu comprimento maior e por dispensar o elástico na dobra da perna que a sliper tem, por exemplo. A samba-canção poderia ser a melhor aceita, mas como foi citado anteriormente neste texto, as calças atuais acabaram por se ajustar demais, então a roupa íntima precisa também ser justa e não fazer volume, o que não é o caso da samba-canção (SENA, 2010).

Uma pequena parcela dos pesquisados relatou que o uso de uma peça íntima causou problemas à sua saúde, alguns afirmam que durante períodos de temperaturas mais altas

acabam sofrendo com problemas de foliculite<sup>11</sup>, assaduras e candidíase<sup>12</sup>, que acreditam estarem vinculadas ao uso da roupa íntima e ao atrito que ela causa. Embora não seja caso grave, mas causa desconforto:

- Não um problema grave. Mas de vez em quando aparecem umas erupções na pele (não sei se é o termo mais correto), mas enfim, ocorre devido ao calor. Principalmente, porque trabalho e passo muito tempo vestido com cueca (E72).
- Cadidíase, na virilha, por conta do atrito da costura da cueca (E27).

Quando perguntados se praticam algum tipo de esporte, muitos relataram praticar variados tipos de esporte, como futebol, natação, corrida, jiu-jitsu, vôlei, calistenia, escalada, futebol americano e ciclismo. Para correlacionar com este tema foi perguntado se eles faziam uso de uma roupa íntima específica para realizar a prática do esporte. Nota-se nesse ponto, que o tipo de roupa íntima usada varia de esporte para esporte.

Os que praticam esportes aquáticos, por exemplo, usam sunga, outros disseram usar calções térmicos durante a prática de futebol e alguns praticantes de outros tipos de esporte disseram preferir usar cuecas folgadas e samba-canção de forma que permitissem maior movimentação. Mas muitos afirmaram não usar nenhum tipo de roupa íntima específica para praticar esporte.

Quando perguntados sobre o porquê de terem escolhido esse tipo de roupa íntima para a prática esportiva, os pesquisados relatam principalmente que é por buscarem conforto, agilidade e maior liberdade de movimentos; outros relatam utilizar determinados tipos de cuecas a fim de evitar assadura ou cortes na virilha, e alguns simplesmente seguem o tipo de roupa íntima que os especialistas indicam para aquele determinado tipo de esporte. Esse tipo de roupa íntima esportiva também pode se beneficiar dos chamados “tecidos inteligentes” disponíveis no mercado hoje, como já citado, mas é importante frisar que para cada esporte existe um tipo de roupa íntima específico, já que há de se levar em consideração os tipos de movimentos realizados, intensidade e outras variantes.

Ao questionar sobre quais modelos de cuecas os pesquisados percebiam melhor conforto, de uma forma geral, 56% dos homens relataram ser a boxer, 27% preferiu a samba-canção, 9% a slip, assim como a sunga que também teve um percentual de 9%.

---

<sup>11</sup> “Foliculite é o nome que se dá à inflamação aguda ou crônica dos folículos pilosos, estrutura complexa formada em minúsculas reentrâncias na pele, onde os pelos nascem e crescem.” (VARELA, Dráuzio) Disponível em: <https://drauziovarella.com.br/doencas-e-sintomas/foliculite/>. Acesso em: 07 dez. 2017.

<sup>12</sup> “Candidíase ou monolíase é uma infecção provocada por fungos – o mais frequente é a *Cândida albicans* – que pode acometer as regiões inguinal, perianal e o períneo.” (VARELA, Dráuzio) Disponível em: <https://drauziovarella.com.br/doencas-e-sintomas/candidiase/>. Acesso em: 07 dez. 2017.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos resultados encontrados, podemos verificar que ainda existe um grande abismo entre a percepção do conforto masculino em relação à roupa íntima existente no mercado. Mesmo depois de a roupa íntima masculina ter passado por todo um processo evolutivo ao longo dos anos, no intuito de atender melhor ao público, as demandas por peças íntimas melhor elaboradas, de acordo com a biologia masculina e suas formas, ainda persiste.

A satisfação masculina em relação à roupa íntima, de um modo geral, não é de todo ruim como se vê em alguns pontos da pesquisa, mas quando 83% dos homens pesquisados relatam já haver sentido desconforto ao usar uma roupa íntima, soluções precisam ser encontradas. Tendo em vista o contato direto da pele e do contorno da forma do corpo e que a roupa íntima faz parte do dia-a-dia de muitos homens, é necessário buscar soluções que melhorem cada vez mais esse seguimento.

Os resultados dessa pesquisa nos fazem ver que eles objetivam o conforto e o bem-estar, acima de tudo. Além do mais, observam aspectos relacionados à ergonomia do produto como tecido, modelo e tamanho, por exemplo, sem deixar de relacioná-los ao seu corpo antes de realizar a compra de peças íntimas.

Por assim, defendemos três pontos principais a serem levados em consideração como recomendação no momento de desenvolver roupa íntima masculina mais satisfatória aos anseios deste consumidor, mais confortável. O primeiro ponto é sobre avaliar melhor os tipos de tecido disponíveis no mercado. Existem hoje, diversas possibilidades e variedades têxteis que podem ser trazidas para o universo do *underwear* masculino, podendo sanar reclamações relacionadas ao desconforto causado por calor, ou doenças cutâneas, por exemplo.

O segundo ponto é sobre elasticidade na peça. É importante se atentar para o percentual de elasticidade da peça que vai ser produzida, a fim de evitar apertos desagradáveis ou pressões indevidas. Convém observar, também, os tipos de elásticos que serão postos na peça e se eles se encaixam corretamente ao tamanho de corpo, de forma que não fique muito tensionado e provoque cortes, ou marcas incômodas na pele.

O terceiro ponto é sobre as boxers, muitos homens relataram que esse tipo de cueca acaba muitas vezes enrolando a malha entre as pernas. Hoje no mercado existe uma solução para esse tipo de problema, já amplamente usada no meio *fitness*, pois é utilizada uma espécie de fita de silicone, que é posta em volta da perna da peça e evita que ela suba ou enrole.

Dessa forma, ressaltamos que cabe às empresas de moda desse segmento desenvolver novos produtos com valor de moda, dentro de uma concepção em que a ergonomia e o conforto sejam vistos como primordiais, sejam intrínsecos ao produto, tal qual a qualidade. Considerando o tempo de uso por dia e a proximidade com o corpo e as características do ambiente onde são utilizadas essas peças, elas devem proporcionar maior conforto e satisfação aos consumidores, sobretudo porque os jovens contemporâneos têm se tornado cada vez mais exigentes quanto ao consumo de peças do vestuário e com a roupa íntima não é diferente.

## BIBLIOGRAFIA

ARRUDA, Túllio Madrilles. **Análise do processo de montagem para a fabricação de moda íntima:** um estudo de caso em uma empresa de pequeno porte. (Monografia) Curso de Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Ponta Grossa, 2015.

CARVALHO, Maria Helena Ribeiro de. **Ergonomia e modelagem:** a função da modelista perante o corpo. Maringá, 2011.

COSTA, S.A., BRITES, M.M., FURUYA, D.C., COSTA, S.M. **Tecnologia e vestuário esportivo.** EACH, Universidade de São Paulo. São Paulo, s.d.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIONGO, Marina Anderle, SOUZA, Carolina de Cássia de, VAN DER LINDEN, Júlio Carlos de Souza. **Percepção de conforto em lingerie:** um estudo com grupos focais. **Anais... VII Colóquio de moda.** Rio de Janeiro, 2011.

GONÇALVES, Eliana e LOPES, Luciana Dornbusch. **Ergonomia no vestuário:** conceito de conforto como valor agregado ao produto de moda. Editora Foro Escuelas de Diseño - Facultad de Diseño y Comunicación - UP, Buenos Aires, 2007

IIDA, Itiro. **Ergonomia.** Projeto e produção. São Paulo: Blucher, 2005.

MALDONADO, Tomás. **Origem e evolução das cuecas.** Sem data. Disponível em: <http://livrozilla.com/doc/979328/%C3%ADndice-1%C2%AA-parte--origem-e-evolu%C3%A7%C3%A3o-das-cuecas-introdu%C3%A7%C3%A3o> Acesso em 30 out. 2017.

MARTINS, Marcelo Machado. **Corpo masculino da publicidade:** Casos de persuasão. Recife: Editora, 2015.

MARTINS, Suzana Barreto e BEZERRA, Germana Maria Fontenelle. **Equação da ergonomia no design de vestuário:** espaço do corpo, modelagem e materiais. **Anais... II Colóquio de Moda,** Salvador, 2006.

QUEIROZ, Julia Carla e ROCHA, Maria Alice Vasconcelos. **Reflexões sobre roupas íntimas femininas:** ergonomia e consumo. **Anais... XX Congresso Brasileiro de economia Doméstica.** Fortaleza, 2009. Disponível em: [http://www.xxcbcd.ufc.br/arqs/gt10/gt10\\_19.pdf](http://www.xxcbcd.ufc.br/arqs/gt10/gt10_19.pdf) Acesso em 28 nov. 2017.

ROCHA, Damião e GOMES, Geraldo. **Corpos remodelados de homens híbridos:** A cueca que virou Underwear e suas estéticas midiáticas. *Artefactum* (Rio de Janeiro), v. 01. 15 p. Rio de Janeiro, 2013.

SÁNCHEZ, José Cegarra. **Têxteis inteligentes.** *Revista de la Industria Têxtil.* 58 – 77 p. Espanha, 2006.

SENA, Taísa Vieira. **A construção da identidade masculina contemporânea por meio da roupa íntima**. 2011. 188 p. tese (Mestrado em Design). Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011.

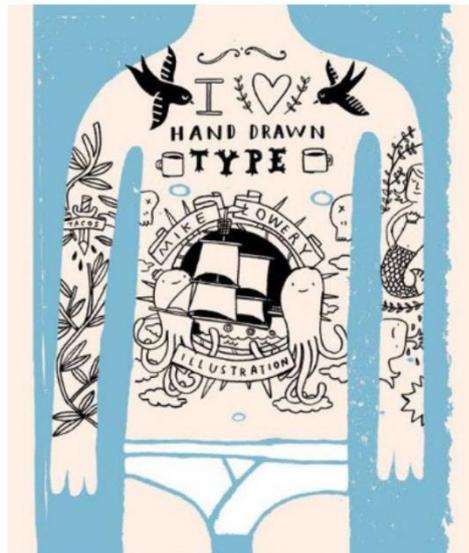
SENA, Taísa Vieira. **A inovação em design na história do *underwear* masculino**. 2010. São Paulo. p. 339-357, 2010. Disponível em: <http://sitios.anhembi.br/damt/arquivos/28.pdf> Acesso em 25 nov. 2017.

SEBRAE. SERVIÇO DE APOIO À PEQUENA E MÉDIA EMPRESA. **Moda íntima: perfil de consumo e comportamento de compra**. 2016. Disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/moda-intima-perfil-de-consumo-e-comportamento-de-compra/> Acesso em 06 dez. 2017.

VARELA, Dráuzio. **Candidíase**. Disponível em: <https://drauziovarella.com.br/doencas-e-sintomas/candidiase/> Acesso em: 07 dez. 2017.

VARELA, Dráuzio. **Foliculite**. Disponível em: <https://drauziovarella.com.br/doencas-e-sintomas/foliculite/> Acesso em: 07 dez. 2017.

## APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO A USUÁRIOS DE ROUPA ÍNTIMA MASCULINA.



Olá! Você poderia me ajudar em minha pesquisa de TCC? Ela trata sobre as preferências masculinas em relação à roupa íntima. Se sim, clica aí embaixo.

**BORA LÁ!**

pressionar ENTER

1 → Qual a sua idade?

A 20 - 25

B 25 - 30

C 30 - 35

2 → Você costuma usar roupa íntima no dia a dia?

A Sim

B Não

C Às vezes

3 → Que tipo de roupa íntima?

|

4 → Com que frequência, mais ou menos, você compra roupa íntima?

- A Mensalmente     B Trimestralmente     C Semestralmente  
 D Anualmente

5 → O que você prima ao comprar roupa íntima?

- A Conforto     B Beleza     C Sensualidade

6 → Você sente alguma dificuldade em escolher sua roupa íntima? Se sim, porquê?

|

Para adicionar um parágrafo, pressione **SHIFT + ENTER**

7 → Você experimenta a roupa íntima antes de comprá-la? Porquê?

|

Para adicionar um parágrafo, pressione **SHIFT + ENTER**

8 → Você já sentiu algum desconforto ao usar roupa íntima?

- A Sim     B Não

9 → Você sente que está vestindo roupa íntima enquanto a usa?

- A Sim     B Não     C Às vezes

10 → O que mais te incomoda numa roupa íntima?

|

11 → Dentre esses modelos de cueca, qual melhor se adequa ao corpo no dia-a-dia?



12 → Você atrela a roupa íntima a algum problema de saúde que você tenha tido? Se sim, relate sobre o problema.

|

13 → Você pratica algum esporte? Qual?

14 → Você usa uma roupa íntima específica para praticá-lo?

|

15 → Porque você escolheu usar esse tipo de roupa íntima para usar durante a prática de esporte?

16 → De uma forma geral, qual desses modelos de cueca você percebe melhor conforto?



## APÊNDICE 2 – RESULTADO EM GRÁFICOS DO QUESTIONÁRIO APLICADO.

Qual a sua idade?

104 de 105 pessoas responderam esta pergunta



Você costuma usar roupa íntima no dia a dia?

104 de 105 pessoas responderam esta pergunta



105 de 105 pessoas responderam esta pergunta



O que você prima ao comprar roupa íntima?

105 de 105 pessoas responderam esta pergunta



### Você já sentiu algum desconforto ao usar roupa íntima?

103 de 105 pessoas responderam esta pergunta



### Você sente que está vestindo roupa íntima enquanto a usa?

104 de 105 pessoas responderam esta pergunta



### Dentre esses modelos de cueca, qual melhor se adequa ao corpo no dia-a-dia?

105 de 105 pessoas responderam esta pergunta



### De uma forma geral, qual desses modelos de cueca você percebe melhor conforto?

105 de 105 pessoas responderam esta pergunta

