



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN-MODA**

**ANA CAROLINA MARTINS RIBEIRO**

**A PERCEPÇÃO DAS MULHERES SOBRE A OFERTA DO MERCADO DE MODA  
PARA O PÚBLICO DE GESTANTES**

**FORTALEZA**

**2022**

ANA CAROLINA MARTINS RIBEIRO

A PERCEPÇÃO DAS MULHERES SOBRE A OFERTA DO MERCADO DE MODA  
PARA O PÚBLICO DE GESTANTES

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharelado em Design-Moda.

Orientadora: Profa. Dra. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras

FORTALEZA

2022

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)

---

- R367p Ribeiro, Ana Carolina Martins.  
A percepção das mulheres sobre a oferta do mercado de moda para o público de gestantes / Ana Carolina Martins Ribeiro. – 2022.  
38 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2022.  
Orientação: Profa. Dra. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras.
1. Moda gestante. 2. Mercado de moda. 3. Gestaçao. 4. Mulheres gestantes. I. Título.

CDD 391

---

ANA CAROLINA MARTINS RIBEIRO

A PERCEPÇÃO DAS MULHERES SOBRE A OFERTA DO MERCADO DE MODA  
PARA O PÚBLICO DE GESTANTES

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharelado em Design-Moda.

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras (Orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Ma. Maria do Socorro de Araújo Miranda  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Ma. Rita Cláudia Aguiar Barbosa  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

Aos meus pais e irmão.

Ao meu filho.

À Lívia Rodrigues.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, pais e irmão, Margarida Martins, José Ribeiro e Cláudio Helano, por sempre me incentivarem a estudar, me apoiarem em todas as minhas empreitadas da vida e tudo que me proponho a fazer. Apoio e uma boa base familiar tiveram um grande peso na minha formação acadêmica, principalmente depois que me tornei mãe.

Agradeço ao meu filho Theo Martins por ser meu maior incentivo a concluir o curso de moda. Ser mãe me fez ter uma nova visão de vida e buscar sempre conquistar o melhor para minha família, me fez não desistir de seguir em frente mesmo quando as coisas ficam difíceis, e no meu caso, a maternidade só me trouxe coisas boas e novas oportunidades de crescer mais, tanto academicamente, como profissionalmente.

Agradeço à minha amiga Livia Rodrigues por todo apoio e companheirismo desde o primeiro dia de aula na Universidade. Iniciamos no mesmo curso e mesmo seguindo por caminhos diferentes, permanecemos apoiando e sendo a motivação uma da outra nesse período Acadêmico. Com certeza uma das pessoas fundamentais para que eu pudesse conquistar o diploma. Sempre me amparou em momentos difíceis e me enchia de motivação para que eu não desistisse dessa trajetória. Livia é uma das minhas maiores inspirações como pessoa e profissional, sou muito grata por nossa amizade.

Agradeço à minha orientadora AraguacyFilgueiras por toda paciência e por fazer esse trabalho ser construído de uma forma leve. Araguacy sempre me passou segurança e tranquilidade, mesmo em momentos onde precisou me cobrar mais. Uma excelente professora e uma mulher que eu admiro muito.

Agradeço à Professora Socorro Araújo por me apresentar à área de vestuário no curso de Economia Doméstica de forma que me fez querer cursar moda. Por sua didática e forma de ensinar que fez eu me apaixonar pela área da costura e modelagem. Socorro sempre ensina a todos com muito cuidado e paciência e sempre me motivou a fazer o melhor que eu pudesse nas aulas. Persisti no curso de moda graças ao seu apoio e motivação! Sou muito grata por seu cuidado.

Agradeço à Banca pela disponibilidade de acompanhar meu trabalho, tenho muita admiração pelas professoras que escolhi para presenciar o fechamento desse ciclo tão importante na minha vida.

## RESUMO

O presente trabalho trata acerca da temática da moda gestante. O mercado de moda hoje em dia se preocupa em oferecer moda para uma classe predominante, onde esta classe se encaixa a partir de mulheres que possuem um corpo tido como “padrão”. Com isso, podemos notar que, para alguns consumidores, não há ofertas variadas para todos os tipos de públicos, havendo um déficit de mercado para públicos como, por exemplo, as gestantes. Diante do exposto, o questionamento principal do trabalho é discutir sobre a oferta do mercado de moda para gestantes diante de seus desejos e necessidades. O objetivo é objetiva investigar marcas existentes específicas para gestantes e lactantes e qual o diferencial destas no mercado de moda, assim como outros aspectos pessoais por meio da opinião das mulheres em relação ao que está disponível para elas durante esse período, como experiências e sugestões do que gostariam de ver como melhora. A pesquisa se caracteriza como quali-quantitativa, ou seja, para o desenvolvimento do presente trabalho foram utilizadas pesquisas bibliográficas e de campo, além de estudo de caso. Observou-se que apesar de no Brasil o número de mulheres grávidas crescer anualmente e de existirem várias lojas especializadas em moda gestante, em Fortaleza poucas se destacam. Nesta pesquisa, observou-se que existem marcas de moda gestante em Fortaleza, mas a maioria não apresenta elementos diferenciados em suas coleções e as marcas que trazem um conceito de maternidade moderna deveriam aparecer mais para o seu público. Sair do óbvio de peças básicas e discretas com cores neutras e investir em no marketing de peças inovadoras é uma ótima alternativa para que esse ramo cresça e as principais interessadas possam usufruir. Sendo assim, identificou-se que encontrar somente uma peça que acomode o corpo e cubra a barriga já não é suficiente, por isso as marcas do segmento de moda gestante precisam se atentar aos elementos de estilo que sejam mais atrativos para essas mulheres nesse período. Além da beleza e peças que estejam dentro das tendências de moda, aspectos ergonômicos, sensoriais e funcionais, como adaptações, tecidos e funcionalidade da peça devem estar em conjunto.

**Palavras-chave:** moda gestante; mercado de moda; gestação; mulheres gestantes.

## ABSTRACT

The present work deals with the theme of maternity fashion. The fashion market nowadays is concerned with offering fashion to a predominant class, where this class fits from women who have a body considered “standard”. With this, we can see that, for some consumers, there are not varied offers for all types of audiences, with a market deficit for audiences such as pregnant women. Given the above, the main questioning of the work is to discuss the offer of the fashion market for pregnant women in view of their desires and needs. The objective is to investigate existing brands specific to pregnant and lactating women and what is their differential in the fashion market, as well as other personal aspects through the opinion of women in relation to what is available to them during this period, such as experiences and suggestions of what would like to see how it improves. The research is characterized as quali-quantitative, that is, for the development of the present work, bibliographic and field research were used, in addition to a case study. It was observed that despite the fact that in Brazil the number of pregnant women grows annually and that there are several stores specializing in maternity fashion, in Fortaleza few stand out. In this research, it was observed that there are maternity fashion brands in Fortaleza, but most do not have differentiated elements in their collections and brands that bring a modern maternity concept should appear more to their audience. Leaving the obvious of basic and discreet pieces with neutral colors and investing in the marketing of innovative pieces is a great alternative for this branch to grow and the main interested parties can enjoy it. Therefore, it was identified that finding only one piece that accommodates the body and covers the belly is no longer enough, so brands in the maternity fashion segment need to pay attention to the style elements that are most attractive to these women in this period. In addition to beauty and pieces that are within fashion trends, ergonomic, sensory and functional aspects, such as adaptations, fabrics and functionality of the piece must be together.

**Keywords:** maternity fashion; fashion market; gestation; pregnant women.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Portrait of an Unknown Lady (1595).....	11
Figura 2 – Vestido volante dos anos 1720.....	12
Figura 3 – Prancha 89 das Figuras de Diferentes Caracteres. Gravada por Benoît Audran a partir de um desenho de Watteau, tomo I do Recueil Julienne, 1726.....	13
Figura 4 – Corpete maternidade .....	14
Figura 5 – Vestido tipo wrepper usado por mulheres grávidas no século XIX.....	14
Figura 6 – Grávida, Leila Diniz causou polêmica ao ser fotografada de biquíni com a barriga de fora.....	16
Figura 7 – Vestuário de Kate Middleton em períodos de gravidez .....	17
Figura 8 – Vestuário de Sabrina Sato em períodos de gravidez.....	18
Figura 9 – Vestuário de Rihanna em períodos de gravidez.....	19
Figura 10 – Modelo Loja Mamiss .....	22
Figura 11 – Peças Adaptadas.....	23
Figura 12 – Modelos da loja Gestacion .....	23
Gráfico 1 - Escolha do local de compra .....	26
Gráfico 2 - Aspectos do produto que influenciam na hora da compra .....	26
Gráfico 3 - A influência das tendências de moda no momento de escolha e compra do produto .....	27
Gráfico 4 - Autoestima na gravidez.....	28
Gráfico 5 - Percepção sobre o Mercado .....	29
Gráfico 6 - Conhecimento de marcas .....	30

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	9
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	11
<b>2.1Histórico</b> .....	11
2.1.1Celebidades da atualidade.....	16
<b>2.2 Mercado de moda para o público de Gestantes</b> .....	19
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	23
<b>3.1Tipo de pesquisa</b> .....	23
<b>3.2Área de abrangência</b> .....	23
<b>3.3Plano de coleta de dados</b> .....	23
<b>4 RESULTADOS E ANÁLISE DE DADOS</b> .....	24
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	30
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	31
<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO UTILIZADO COM AS GESTANTES/LACTANTES</b> .....	33

## 1 INTRODUÇÃO

O mercado de moda hoje em dia se preocupa em oferecer moda para uma classe predominante, onde esta classe se encaixa a partir de mulheres que possuem um corpo tido como “padrão”. Com isso, podemos notar que, para alguns consumidores, não há ofertas variadas para todos os tipos de públicos, havendo um déficit de mercado para públicos como gestantes, plus size e lactantes, por exemplo. Além dos déficits, as marcas e lojas existentes para nichos específicos como esses aparecem pouco para seu público, o que nos faz questionar por quais motivos não há investimento na oferta de produtos e por que não se conhece tanto as marcas de moda já existentes para o público gestante e lactantes e se esses fatores podem influenciar em aspectos como a autoestima das mulheres.

O presente trabalho se justifica pela percepção da autora, e de algumas gestantes de seu relacionamento pessoal, em relação à oferta no mercado de moda para o público de mulheres gestantes e lactantes da cidade de Fortaleza-Ceará. O mercado de moda está em constante evolução e inovação, entretanto, observa-se que o segmento de peças para gestantes ainda está atrasado em relação a outros segmentos que estão sempre em constante mudança.

Outro aspecto a se observar é a falta de peças que facilitem às mulheres lactantes poderem amamentar seus filhos e ainda estarem vestidas da forma como gostariam. Levando em consideração que existe uma grande insatisfação das mulheres no período gravídico em relação aos produtos que lhes são oferecidos no mercado, o foco deste trabalho é investigar e analisar como seriam os produtos ideais que essas mulheres buscam.

Durante meu próprio período gestacional, pude vivenciar toda essa experiência de transformação do corpo, as mudanças de humor, entendendo assim, a dificuldade das mulheres que estão neste momento em se sentirem bem com as roupas que vestem. Existe, de fato, a necessidade de atender às mulheres desse nicho de mercado de forma que as façam se sentir pertencentes ao mundo da moda, estarem bem consigo mesmas e manterem sua autoestima elevada, que já é algo bem difícil durante esse momento da vida e a roupa se torna um fator essencial para permitir tal sentimento.

Esta pesquisa poderá contribuir para quebrar o tabu de que gestantes e lactantes não podem se vestir “bem” e ainda estarem confortáveis, como também incentivar os profissionais da área a pensar em novas modelagens que atendam às necessidades dessas mulheres que estão passando por grandes transformações no corpo e de que forma seria possível aproveitar estas peças após o período de gravidez.

O questionamento principal do trabalho é discutir sobre a oferta do mercado de moda para gestantes diante de seus desejos e necessidades. Objetiva-se investigar marcas existentes específicas para gestantes e lactantes e qual o diferencial destas no mercado de moda, assim como outros aspectos pessoais por meio da opinião das mulheres em relação ao que está disponível para elas durante esse período, como experiências e sugestões do que gostariam de ver como melhora.

A pesquisa se caracteriza como quali-quantitativa, ou seja, para o desenvolvimento do presente trabalho foram utilizadas pesquisas bibliográficas e de campo, além de estudo de caso. A pesquisa bibliográfica se baseou em publicações científicas do histórico do vestuário e sobre vestuário de gestantes e lactantes. O estudo de caso foi desenvolvido em sua totalidade, por meio de pesquisa de campo, utilizando de um questionário que foi respondido por mulheres que se encaixam no perfil da pesquisa.

O trabalho se estrutura em capítulos. No primeiro capítulo foi exposta esta introdução da temática do trabalho. No segundo capítulo apresenta-se um breve histórico sobre as indumentárias destinadas às mulheres gestantes, como foi se construindo essa especificidade de roupas para mulheres grávidas. Seguindo, é exposta a metodologia. No quarto capítulo há a discussão da pesquisa realizada com os sujeitos do trabalho, as mulheres grávidas. No quinto capítulo é apresentada as conclusões finais. Por fim, são expostas as referências utilizadas e o apêndice com o instrumental da pesquisa, o questionário online feito com as mulheres mães.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo ocorrerá a discussão teórica sobre o assunto, a partir da visão dos autores.

### 2.1 Histórico

A indumentária em geral foi se modificando durante os séculos. Os trajes evoluíram de acordo com os instrumentos de trabalho disponíveis e com o contexto histórico da época, algumas vezes influenciado pelas doutrinas da igreja e no patriarcalismo da sociedade. Segundo Innocêncio (2009), antes do século XIII não se tem registro de roupas confeccionadas especificamente para mulheres no período gestacional e, durante os séculos na Idade Média, a roupa adotada pelas gestantes consistia apenas numa espécie de avental.

A partir do século XV a mudança na padronagem das roupas femininas, com a valorização dos seios através de decotes e volumes e a abundância de tecido abaixo dos seios, favoreceu o uso da indumentária pelas grávidas. A nova padronagem criava efeitos de gravidez ao aumentarem a barriga com volumes concentrados na parte da frente das roupas (LIPOVETSKY, 1989; FOGG, 2014) e as mulheres grávidas ainda reforçavam os contornos do corpo grávido utilizando um avental franzido sobre o vestido, gerando maior destaque a barriga como é visível na Figura 1.

Figura 1 – Portrait of an Unknown Lady (1595)



Fonte: Tate Gallery, 2001.

Nos séculos seguintes, XVII e XVIII, os vestidos passaram a conferir ainda mais liberdade às gestantes. O modelo mais conhecido e utilizado foi o “vestido saco” ou “vestido com pregas de Watteau” Conforme Ferrara (2016), um vestido com cortes e volumes, capaz de se ajustar ao ventre da mulher ao longo do desenvolvimento da gravidez (Figura 2). O vestido possuía pregas soltas não pespontadas na frente ou atrás e podia ter tanto a frente costurada, logo abaixo da cintura, quanto aberto completamente na parte frontal, revelando a anágua Conforme Lima (2015):

Figura 2 – Vestido volante dos anos 1720



Fonte: Taschen, 2006.

Uma das versões mais populares do vestido saco foi a “andrienne” ou “adrienne”, nomeado após a célebre performance, em 1703, da peça de Terêncio, uma comédia popular, *Andria*, na qual a atriz Marie Dancourt apareceu neste tipo de vestido informal (LIMA, 2016, p.11).

Nesta época já se pode observar a preocupação com o conforto e o desenvolvimento de uma peça mais informal, mais utilizada no dia a dia e com uma modelagem que não se prende ao corpo da mulher.

Lima (2016) disserta que o modelo do vestido volante não deve ser confundido com os vestidos autorais de Watteau (Figura 3), que possuem pregas nas costas, mas que, no entanto, não caem de maneira uniforme até o solo. Segundo o autor, elas se confundem com o vestido e se juntam à saia na altura dos quadris conferindo-lhes elegância e refinamento.

Figura 3 – Prancha 89 das Figuras de Diferentes Caracteres. Gravada por Benoît Audran a partir de um desenho de Watteau, tomo I do Recueil Julienne, 1726.



Fonte: Museu do Louvre

O Vestido Watteau mostra a preocupação com a elegância da mulher, uma vez que estas eram muito vaidosas e preocupadas com a beleza e com a forma que eram vistas. Este vestido proporcionou a beleza e o conforto da acomodação da barriga num modelo só.

O século XIX, conhecido como era vitoriana, foi um retrocesso para as mulheres que engravidavam. A gravidez nessa época era símbolo da perda da sua independência – perda de emprego e restrição à participação de festas, bailes e eventos públicos – e as mulheres sofriam imposições da sociedade para que escondessem sua gravidez dos olhares públicos (MARIA HELENA, 2015).

Dentro da esfera de beleza e moda, a era vitoriana ficou conhecida pela valorização de cinturas cada vez mais finas, que passaram a ser dimensionadoras de beleza e elegância feminina, e pelo consumo de espartilhos e corpetes para tal finalidade. Com o intuito de sintonizar as grávidas à moda da época, foram criados “corpetes maternidade” (Figura 4), que consistiam de corpetes com reguladores que podiam ser distendidos à medida que a barriga crescia, mas que na verdade eram usados para mascarar e diminuir o corpo da mulher grávida, já que o contexto histórico fazia da gravidez uma condição a ser escondida (SIMILI, 2017).

Nessa época, as mulheres alteravam seus vestidos para a gravidez, ao invés de usar vestidos desenhados especificamente para esse fim (MARIA HELENA, 2015).

Figura 4 – Corpete maternidade



Fonte: Maria Helena, 2015

No período vitoriano, a peça de roupa mais popular para grávidas era o “wrapper” (Figura 5), um vestido de gola e mangas altas, folgado e que era fechado por botões localizados na frente do vestido, trazendo uma certa independência para as mães que amamentavam. Esses vestidos não eram usados em público (MARIA HELENA, 2015).

Figura 5 – Vestido tipo wrapper usado por mulheres grávidas no século XIX



Fonte: Maria Helena, 2015.

Com o fim do século XIX e a mudança do contexto social, as mulheres começaram a ser protagonistas de suas vidas e passaram a desempenhar papéis de destaque na sociedade, principalmente nas últimas décadas. E já que o contexto histórico também dita moda, era natural



que esse protagonismo iria interferir não só na moda feminina, mas também na moda para as gestantes.

A necessidade de um mercado voltado exclusivamente às gestantes e lactantes é consequência das mudanças comportamentais da mulher de hoje perante a sociedade. Uma mulher que, ao longo do tempo, conquistou respeito socioeconômico e liberdade, e que exige roupas que acompanhem suas atividades e conquistas até no período gestacional.

Uma figura que revolucionou o vestuário para gestantes foi Leila Diniz que, nos anos 1970, foi fotografada usando um biquíni durante a gestação, já com sua barriga evidente e ousando com uma libertação consciente do corpo (Figura 6). Segundo Troschel (2018), as gestantes deveriam usar uma roupa de banho especial, que cobrisse mais o corpo, como um maiô inteiro ou de duas peças com uma cortininha tapado a barriga. A gravidez é um momento especial em que se gera uma vida e não algo que se tenha vergonha, Leila teve coragem e sua atitude mostrou que não havia necessidade de esconder o corpo, rompendo as barreiras do pudor da época.

Figura 6 – Grávida, Leila Diniz causou polêmica ao ser fotografada de biquíni com a barriga de fora



Fonte: Wordpress, 2016

Mesmo com um nicho exclusivamente voltado para gestantes e lactantes, as gestantes de hoje ainda encontram muitas dificuldades para adquirir roupas adequadas para o período, mas que ao mesmo tempo a deixem elegantes, confortáveis e que possam ser usadas em diversas ocasiões. Muitas das opções de mercado não se adequam às "novas" atividades

desenvolvidas por mulheres no período gestacional, gerando descontentamento entre as consumidoras e evidenciando uma enorme lacuna no mercado.

### 2.1.1 Celebidades da atualidade

A gestação é um período desafiador para todas as mulheres, mas algumas aproveitam esse período para aflorar mais ainda o seu estilo. Celebidades e influencers têm sido bastante ousados no quesito vestuário no período gravídico. Essas, por sua vez, possuem maior facilidade para investir em peças mais adaptadas às mudanças do corpo, mostrando que é possível se vestir “bem” e se manter no estilo nesse período.

Todas as mulheres possuem realidade e necessidades diferentes, algumas prezam mais fashionismo, outras o conforto, outras a sensualidade ou formalidade e discrição. Um exemplo desses estilos é a Princesa Kate Middleton (Figura 7) que, durante suas três gravidezes, optou por silhuetas mais longe do corpo e comprimentos maiores devido aos protocolos de vestimenta da família real britânica.

Figura 7 – Vestuário de Kate Middleton em períodos de gravidez



Kate

Fonte: Reprodução/ Instagram e Getty Images.

Um ótimo exemplo de mulheres fashionistas que continuam ousando nos looks, independentemente de como está o corpo, é a Sabrina Sato (Figura 8) que, durante sua gravidez, adaptou várias de suas peças fashionistas para esse novo momento de transformação do corpo. Muitas famosas, mesmo nesse período, usam e abusam do salto alto, que não é considerado um calçado ergonomicamente confortável para mulheres gestantes, mas não deixam de estar presentes nas vestimentas dessas mulheres e as fazem se sentirem mais poderosas diante de tantas transformações do seu corpo.

Figura 8 – Vestuário de Sabrina Sato em períodos de gravidez



Fonte: Reprodução/ Instagram e Getty Images

A celebridade que mais ousou atualmente tanto com a notícia da sua gravidez, como com a forma de se vestir durante esse período foi a cantora internacional Rihanna, que quebrou tabus da moda gestante, provando que a moda gestante não precisa seguir regras, inspirando-se em todas as tendências de moda e adaptando à gravidez. Sem medo de julgamentos, a cantora continuou investindo em peças mais justas e transparentes, principalmente em looks que deixam a barriga à mostra, que é uma referência de um costume que não se vê mais nos dias atuais (Figura 9).

Em uma de suas entrevistas, a cantora afirmou que se sentia muito bonita, que é “uma beleza que vem de dentro. As mulheres sabem que todas essas mudanças pelas quais seu corpo está passando são porque elas estão criando essa pessoa, uma vida!”<sup>1</sup>.

Figura 9 – Vestuário de Rihanna em períodos de gravidez



Fonte: Reprodução/Instagram.

A gestação é considerada, pela maioria das mulheres, um momento único, muitas vezes lúdico, carregado de expectativas e seguido de inúmeras mudanças e adaptações. O período vem acompanhado de um conjunto de mudanças físicas, psicológicas e sociais que geram uma variedade de sentimentos e emoções, e são capazes de influenciar o exercício da maternidade. As diferentes alterações relacionadas a esse momento também estabelecem sentimentos de aceitação ou negação da gravidez (PICCININI, 2008).

A autoestima é a apreciação que o indivíduo faz de si mesmo em relação à sua autoconfiança e ao seu autorrespeito. Expressa uma atitude de aprovação ou de repulsa, pautada no juízo pessoal de valor, sendo observada por meio de comportamentos diversificados (DANTAS, 2022).

A elevada autoestima em uma mulher é resultado de uma série de fatores sociais e emocionais, e a moda tem um papel fundamental nessa construção. A moda é muito mais do

<sup>1</sup>[https://www.purepeople.com.br/noticia/gravidez-de-rihanna-4-tabus-ultrapassados-de-moda-quebrados-por-looks-da-cantora\\_a343161/1](https://www.purepeople.com.br/noticia/gravidez-de-rihanna-4-tabus-ultrapassados-de-moda-quebrados-por-looks-da-cantora_a343161/1)

que aquilo que simplesmente vemos nas passarelas. Para a mulher, ela reflete a construção de sua identidade e abrange suas noções de pertencimento e diferenciação, tornando-a representante de si mesma (EMBACHER, 1999), conceitos que serão ainda mais importantes em uma fase tão conflituosa e cheia de questionamentos e inseguranças como são a gestação e a amamentação.

Sabe-se que vivemos numa época onde o culto ao corpo perfeito prevalece nas mídias sociais e tudo à nossa volta. Quando se retrata uma gestante em propagandas e/ou novelas, gera um desejo nas mulheres de seguirem esse padrão que nem sempre condiz com a realidade, uma vez que cada mulher vive uma experiência diferente na gravidez. É importante que a saúde emocional das mulheres tenha uma atenção especial nesse período, já que afeta diretamente no desenvolvimento do filho que está sendo gerado.

A mulher em período gestacional, mesmo tendo conquistado um nicho de mercado específico para esse período, ainda encontra diversas dificuldades em encontrar uma roupa adequada para sua rotina de vida e que atenda às suas expectativas de conforto, estilo, elegância e sensualidade. Tal dificuldade parece ser ainda maior para as mães que amamentam, já que não encontram no mercado roupas confortáveis e elegantes, com abertura adequada e discreta destinada para a amamentação, para que possam ter uma vida social ativa e ao mesmo tempo amamentarem seus filhos quando e onde acharem necessário.

A mulher moderna não busca somente cobrir o corpo e estar confortável, mas também funcionalidade e estilo. Muitas dessas mulheres estão inseridas no mercado de trabalho mesmo estando grávidas, algumas praticam atividades físicas e a roupa influencia totalmente nessas atividades. Uma vez que elas não se sintam bem ou “bonitas”, bem vestidas, isso irá afetar diretamente sua autoestima, e conseqüentemente suas relações interpessoais. Antes de serem mães, elas são mulheres e muitas mulheres deixam de ser vistas como tal só pelo fato de estar gerando uma vida.

## **2.2 Mercado de Moda Para o público de Gestantes**

Trabalhar com um nicho de mercado que seja o menos sazonal possível e, ao mesmo tempo, tenha um alto grau de especificidade, é o sonho de todo empreendedor do mercado de moda, e a moda gestante reúne essas características, principalmente porque o consumo das gestantes vai além dos nove meses, pois, a mulher ainda permanece com seu corpo alterado por um período um pouco maior precisando, assim, de roupas diferenciadas.

Embora os dados mercadológicos dessa área estejam bastante desatualizados, podemos perceber o potencial do setor pelo número de mulheres grávidas no Brasil durante o ano. Com uma média da população feminina de 109,4 milhões no ano de 2019, o país registrou em 2018, 2.899.851 mulheres grávidas, um aumento de 1% em relação ao ano anterior (SIDRA, 2020).

De acordo com um levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as mulheres têm engravidado cada vez mais tarde no Brasil. Nos últimos 10 anos, o aumento na faixa etária que vai dos 35 aos 39 anos foi de 63%, enquanto a taxa de nascimentos entre mães com até 19 anos caiu 23% no mesmo período. O Instituto ressalta que esse aumento se intensificou durante o período da pandemia da COVID-19 (DE LUCA, 2021, online).

Mesmo o mercado brasileiro contando com grandes marcas voltadas para esse nicho, a grande maioria das mulheres grávidas ou em período de lactação não se sente representada pelas roupas disponíveis no mercado. Elas alegam que, mesmo tendo conforto, gostariam de roupas que externalizassem seu estilo, suas almas. As roupas em tons pastéis e com cara de “mãe” não agradam mais.

Rocha (2015, p. 35), em sua pesquisa, detectou que quase 65% das mulheres grávidas que entrevistou tiveram dificuldades para encontrar uma roupa durante o período gestacional e que muitas mulheres diminuíram seu consumo de roupas durante a gestação por falta de opções no mercado. Uma das questões levantadas nessa pesquisa é justamente a mudança no modo de se vestir em relação à oferta de mercado, onde se observa que em alguns casos, faz-se necessária a adaptação de roupas que já se tem ou compra de novas roupas.

As gestantes e lactantes precisam ser colocadas no centro da comunicação. Elas dirão suas necessidades e desejos. As mulheres grávidas do mundo moderno continuam querendo conforto, mas elas o querem atrelado à modernidade, ao estilo e à elegância da moda. Se não houver a compreensão do consumidor de forma efetiva e eficaz pelo mercado, um nicho que possui milhões de consumidores de forma não sazonal continuará pouco aproveitado.

Mesmo que esse ramo tenha potencial para crescer e que existem várias marcas específicas para esse nicho, muitos dos produtos ainda causam insatisfação nas grávidas. As tendências de moda chegam e não atendem a esse público. Apesar de ser uma situação temporária, ainda existem outras mulheres na mesma situação e que ainda chegarão a esse momento, por esse motivo, deve-se perceber a necessidade de “modernizar” e adaptar para suas necessidades físicas de acomodação do corpo, durante e após a gravidez.

Vale ressaltar também que nem todas as mulheres grávidas possuem uma condição socioeconômica de estar consumindo produtos de moda a todo momento, principalmente quando também se tem a preocupação de montagem do enxoval. Existem várias marcas de

moda gestante na cidade de Fortaleza, mas nem todas tão acessíveis e com produtos que atendam a essas necessidades e desejos.

Para atender às gestantes e lactantes de forma geral, existem tanto as lojas de departamento, marcas específicas do nicho e marcas de lingerie que englobam esse público, mas vale destacar dois exemplos de marcas para o mesmo público, mas com propostas diferentes, uma mais inovadora e outra tradicional.

Citando marcas que trazem uma proposta mais tradicional, temos a loja de departamento Marisa e a Riachuelo, que na suas sessões de roupas apropriadas para gestantes e lactantes oferece, em sua maioria, pijamas e roupas íntimas com abertura para amamentação. Em uma proposta mais inovadora, temos a marca Mamiss Moda gestante, localizada no bairro Pici, em Fortaleza, que traz roupas que podem ser aproveitadas durante todas as fases da gravidez e na fase de amamentação também, com peças mais modernas e que elevam a auto estima da mulher grávida, mostrando que ela pode se “vestir bem”, da forma que se sente melhor e ainda ter uma peça adequada para o momento em que está, como também amamentar seu filho em qualquer lugar e sem dificuldade.

Na Figura 10, pode-se observar que a marca adapta suas peças, com modelagens diferenciadas e aberturas em locais discretos e ainda são atrativas e modernas e saindo do óbvio para seu público alvo.

Figura 10 – Modelo Loja Mamiss



Fonte: Site Loja Mamiss, 2022

Além de moderna e adaptada, os tecidos utilizados são todos pensados para não irritar a pele da gestante, como a Visco Lycra e a Viscose e ser o mais agradável possível de usar, acomodando perfeitamente a barriga e os seios (Figura 11).

Figura 11 – Peças adaptadas



Fonte: Site Loja Mamiss, 2022

Na Figura 12, ainda nessa proposta de peças mais adaptadas e modernas para as gestantes e lactantes, podemos citar mais dois exemplos de marca de Fortaleza especializada nesse nicho.

Figura 12 – Modelos da loja Gestacion



Fonte: Site Gestacion, 2022.

A loja Gestacion, que fica localizada na Avenida Monsenhor Tabosa, traz uma cartela de opções para as mulheres, desde peças íntimas, roupas para o período da gestação e também para o período de pós-parto e amamentação, como podemos observar na Figura 12.



### **3 METODOLOGIA**

Nesta seção será apresentada a metodologia empregada para a realização desta pesquisa.

#### **3.1 Tipo de pesquisa**

O presente estudo foi desenvolvido a partir de uma pesquisa de natureza qualitativa, uma vez que foram trabalhados os dados coletados a partir de uma pesquisa de campo feita com o público alvo deste trabalho através de um questionário a fim de obter a melhor resposta para a pergunta de partida baseada no ponto de vista das participantes e também uma abordagem de pesquisa documental de caráter descritivo.

Segundo Gil (2008, pág 166) a pesquisa documental possui as técnicas de coleta de dados que se aplica diretamente às pessoas, mas alguns dados podem ser coletados de maneira indireta, como por exemplo, em jornais, revistas fotos e etc.

#### **3.2 Área de abrangência**

Para essa pesquisa foram selecionadas 42 mulheres grávidas, mães (com filhos já nascidos) e conseqüentemente, lactantes, sendo este o público de maior interesse da pesquisa.

O questionário foi disponibilizado pelo período de duas semanas (14dias).

#### **3.3 Plano de coleta de dados**

A pesquisa compreendeu as seguintes etapas: A - Levantamento de dados e; B – Pesquisa bibliográfica- seleção e escolha das principais referências bibliográficas, pesquisa em revistas, sites e redes sociais; C – Tratamento dos dados –Análise e interpretação dos dados coletados.

## 4 RESULTADOS E ANÁLISE DE DADOS

Para verificar e analisar os questionamentos da presente pesquisa foi utilizado o questionário como ferramenta, aplicado no mês de junho com mulheres mães, gestantes e lactantes de Fortaleza, por meio de um formulário do *Google Forms*, disponibilizado online em redes sociais (APÊNDICE A).

As questões foram desenvolvidas com o intuito de responder ao objetivo de compreender qual a percepção das mulheres sobre o mercado de moda para gestantes e buscar compreender quais as necessidades dessas mulheres em relação ao vestuário durante o período da gestação e amamentação, como também suas opiniões e sugestões sobre a oferta do mercado para esse público. Para tanto, foram elencadas dezoito perguntas, onde foram questionadas sobre as dificuldades de encontrar roupas durante esse período.

A seguir, se inicia a apresentação dos dados alcançados durante a aplicação do questionário.

No que se refere ao conhecimento do público estudado, este foi identificado como mulheres que estão gestantes ou mães com filhos já nascidos, lactantes ou não.

De acordo com o questionário, as perguntas de 1 a 4 tratam do perfil da entrevistada. A pesquisa foi realizada com 42 mulheres, a maior parte do público alvo se concentra em mulheres de idades entre 26 e 35 anos que correspondem a 47% das entrevistadas.

Temos também uma quantidade considerável de mulheres mais maduras que correspondem a 42,1% das entrevistadas. Essas mulheres se dividem em profissões variadas, como advogadas, professoras, vendedoras, ou também estudantes e donas de casa. Por isso, podemos considerar que o público alvo é variável levando em consideração as condições socioeconômicas, pois uma vez que as profissões são variadas, sua renda também divergirá e tal condição terá relevância nas questões seguintes da pesquisa.

A partir da pergunta 5, os questionamentos se direcionam para o consumo de roupas no período da gravidez. A renda média do público alvo gira em torno de três salários mínimos<sup>2</sup> mensais, informação de grande importância para as questões relacionadas às compras.

De acordo com o Gráfico 1, pode-se observar que a maioria das mulheres prefere comprar suas roupas tanto em loja virtual quanto física, porém, analisando as duas formas separadamente, a compra de roupas em loja física tem maior preferência, uma vez que facilita

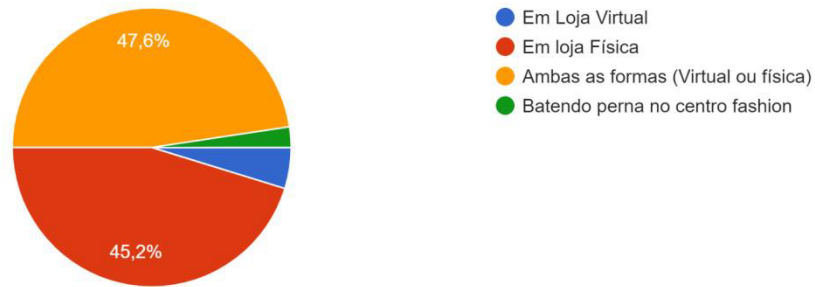
---

<sup>2</sup> Salário mínimo corresponde a R\$1.212,00 nesta data: 14/07/2022. Logo, três salários correspondem a R\$3.636,00.

a escolha da peça, por ter a possibilidade de experimentar, poder sentir o toque do tecido, como também ter a experiência de conhecer o espaço físico da loja.

Gráfico 1 – Escolha do local de compra

Como você prefere comprar roupas  
42 respostas



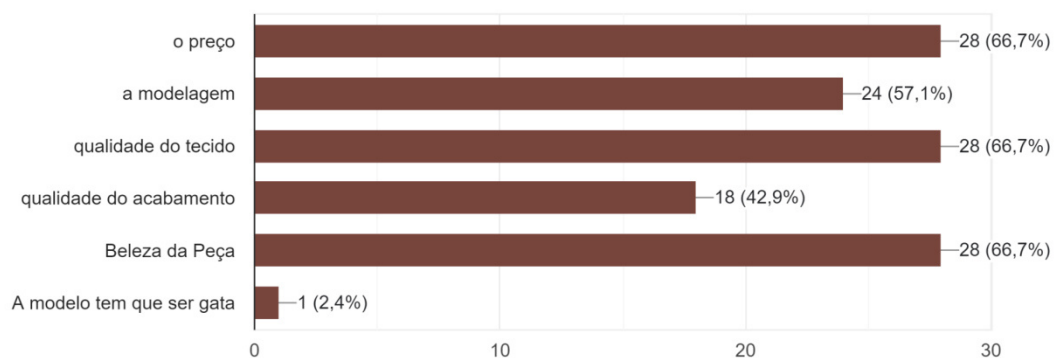
Fonte: Elaboração própria, 2022.

Quanto ao aspecto da roupa que mais influencia na hora da compra, dentre os exemplos citados na pergunta, três se destacaram com 66,7% da preferência, que foram preço, qualidade do tecido e beleza da peça (Gráfico 2).

Roupas bonitas e com preços acessíveis ainda são a maior procura no mercado, já que o período de gravidez é temporário e o corpo da mulher passa por várias mudanças, por isso o investimento em roupas novas deve ser estratégico, para que o aproveitamento da peça seja maior.

Gráfico 2 – Aspectos do produto que influenciam na hora da compra

Qual aspecto da roupa mais te influencia na hora da compra? (Pode assinalar mais de um item)  
42 respostas



Fonte: Elaboração própria, 2022.

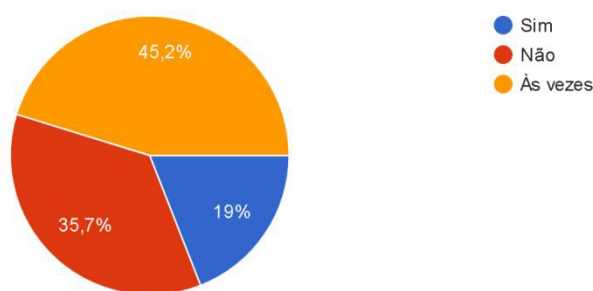
As marcas investigadas e citadas nesta pesquisa possuem uma faixa de preço equilibrada, com peças que variam de R\$35,00 a R\$120,00 que vão desde peças íntimas até vestidos mais elaborados. Porém, uma das marcas citadas possui valores mais elevados com preços que vão de R\$125,00 a R\$290,00 que saem da faixa de compras acessíveis.

As tendências de cada estação/período estão a todo o momento ao nosso redor, seja na televisão, redes sociais e outdoors, e um dos questionamentos levantados na pesquisa foi sobre a influência dessas tendências no momento de escolher uma roupa e fazer a compra. De acordo com as respostas do público que participou da pesquisa, como mostra o Gráfico 3, somente 19% dessas mulheres se sentem influenciadas pelas tendências de moda. A partir deste resultado, podemos levantar a seguinte questão: As tendências de moda estão sendo levadas para as adaptações de roupas para mulheres grávidas?

Ainda existe um mito de que a mulher grávida não consegue ou não pode ousar no look ou estar dentro da moda. Os vestidos mais amplos e sutiãs de amamentação são o carro chefe das propagandas e sugestões para esse público. Investir em campanhas mais fashionistas para as grávidas seria uma ótima oportunidade de alimentar a autoestima dessas mulheres, uma vez que a roupa é um fator que influencia bastante nesse aspecto, dessa forma, as empresas devem estar atentas para captar novas clientes cada vez mais.

Gráfico 3 – A influência das tendências de moda no momento de escolha e compra do produto

As tendências de moda são um fator que influenciam você na hora de comprar roupa?  
42 respostas



Fonte: Elaboração própria, 2022.

Ao serem questionadas sobre a dificuldade de encontrar roupas para esse período, 78,6% das 42 mulheres entrevistadas afirmaram ter dificuldades para encontrar as peças que lhe agradem durante a gravidez. Os motivos foram listados na pergunta seguinte e pôde-se perceber que a maioria (71% das mulheres) não consegue encontrar roupas do seu gosto, porém existem outros fatores envolvidos que são o tamanho ideal (31%), valores inacessíveis das lojas (28,6%) e a falta de variedade de opções (59,5%).

As respondentes relatam que não existem muitas opções de lojas para se encontrar todos os aspectos mais desejados das grávidas e lactantes juntas. São raras as peças que possuem tamanhos e modelagem ideal, estejam dentro de uma tendência de moda e ainda terem um valor acessível. Muitas mulheres desistem de comprar por esse motivo de ter que procurar demais, a gestação deixa a mulher mais cansada fisicamente e sensível, assim, a frustração pode vir facilmente.

O Gráfico 4 trata da autoestima das entrevistadas e, nele, verifica-se que metade das mulheres afirmou não ter sua autoestima afetada durante a gravidez e 31,1% afirmaram ter. 11,9% não tiveram certeza.

Gráfico 4 – Autoestima na gravidez



Fonte: Elaboração própria, 2022.

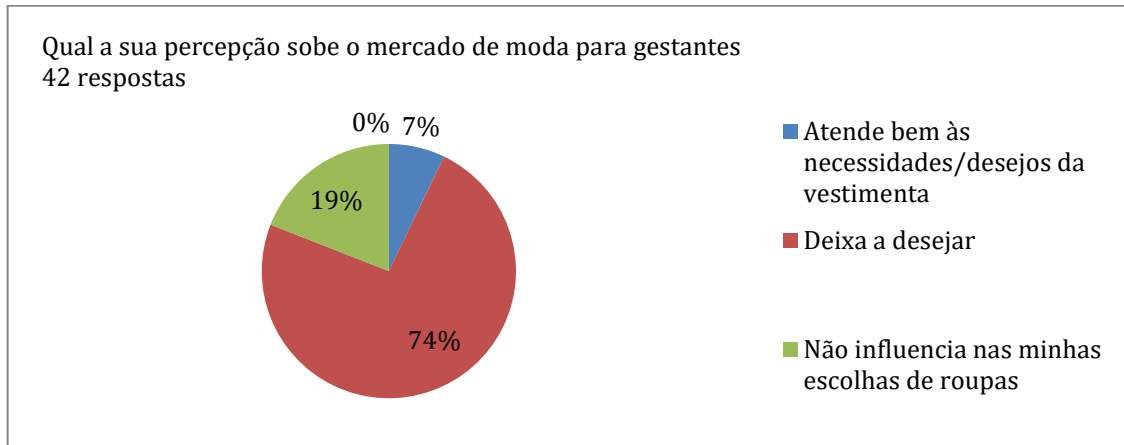
A maioria das mulheres muda a forma de se vestir no período gravídico, algumas radicalmente, outras só adaptam o que já costumavam usar. Tais afirmações podem ser verificadas nas respostas das perguntas 13 e 14 do questionário em que 66,7% das mulheres mudaram a forma de se vestir nesse período e 76,2% precisaram comprar roupas, pois não foi possível adaptar as que já tinham.

Como foi citado no referencial teórico desta pesquisa, a moda tem um papel influenciador na autoestima de uma mulher, no período da gravidez esse estímulo deve ser intensificado, uma vez que as mudanças no corpo ocorrem de forma acelerada e nem todas as mulheres estão preparadas para lidar com ISS de forma tranquila. O emocional e o corpo ficam fragilizado. Além de se cuidar fisicamente é essencial cuidar do interior e bem estar.

Ao analisar a percepção do público sobre o mercado de moda específico para gestantes e lactantes (Gráfico 5), se atende às necessidades, se as tendências influenciam ou não suas escolhas de roupas ou se deixa a desejar, 73,8% das respostas foram que o mercado deixa

a desejar na oferta de peças que atendam às necessidades citadas nas perguntas anteriores, tais como junção de conforto, beleza da peça, tamanho e ergonomia.

Gráfico 5 – Percepção sobre o Mercado



Fonte: Elaboração própria, 2022.

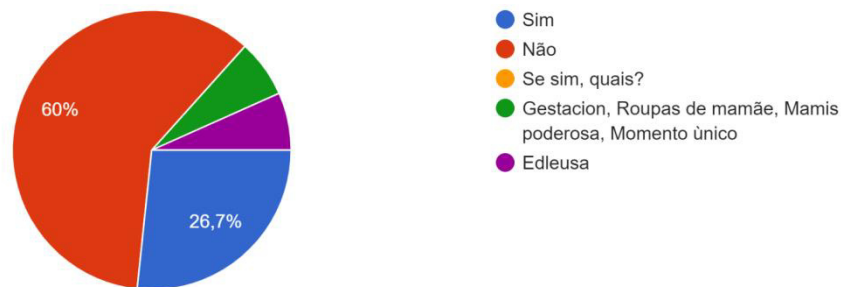
Fazendo uma relação entre as duas últimas perguntas, sobre o conhecimento de marcas para gestante, podemos observar que a maioria das mulheres acha que a oferta é baixa ou que elas não são atendidas exatamente por não conhecerem as marcas especializadas que existem (Gráfico 6). 60% das entrevistadas afirmaram que não conhecem uma marca específica de moda gestante e as que conhecem citaram poucos nomes de marcas, que foram a Gestacion, Roupas de mamãe, Mamispoderosa e Momento único.

Existem muitas marcas, tanto grandes como pequenas, que foram investigadas no decorrer do desenvolvimento desta pesquisa, mas a maioria com a proposta mais conservadora ou sem nenhum tipo de inovação em suas modelagens e design das peças. Em fortaleza, podemos citar: Gravidona Moda Gestante, Edileuza Moda Gestante, Íntima Gestante, além das marcas citadas no decorrer da pesquisa e que também foram apresentadas no questionário.

Gráfico 6 - Conhecimento de marcas

Você conhece alguma marca de moda específica para gestantes?

15 respostas



Fonte: Elaboração própria, 2022.

No questionário foram apresentadas duas marcas de moda gestante e lactante como exemplos para que fossem respondidas três perguntas. A apresentação dessas marcas no questionário se deu com o intuito de explicar melhor a proposta dessas marcas, se percebiam o diferencial delas no mercado e ilustrar como seria uma peça adaptada para a barriga da gravidez e para a amamentação e ainda ser uma peça estilosa.

No primeiro questionamento em relação às marcas apresentadas, 80% das entrevistadas afirmaram não conhecer nenhuma delas, ou seja, apesar de serem marcas grandes, não possuem muita visibilidade. As peças dessas lojas possuem várias adaptações de abertura, extensões e faixas de elasticidade escondidas, detalhes que fazem toda a diferença na roupa para uma mulher grávida e somente 46,7% das mulheres afirmaram que já usaram peças adaptadas com essa proposta. Isso confirma que essas marcas devem buscar aparecer mais para seu público, ou seja, elaborar um plano de marketing e investir em publicidade e propaganda, pois muitas grávidas e lactantes não encontram o que procuram por não saberem onde procurar.

Ao final da pesquisa, foram levantados três questionamentos relacionados à percepção das entrevistadas sobre o mercado, sendo apresentados exemplos de marcas atuais para o público de gestantes e lactantes, a fim de saber se elas conheciam algumas dessas marcas, se já compraram em alguma delas ou em alguma marca com a mesma proposta, ou se caso tivesse conhecido alguma loja desse tipo, teriam adquirido os produtos.

Levando em consideração o fato de conhecerem ou não algumas das lojas apresentadas, 80% das entrevistadas afirmaram não conhecer nenhuma das lojas apresentadas, porém, 46,7% dessas mulheres afirmaram já ter adquirido peças com adaptações.

Por fim, chegamos ao resultado de 86,7% das respondentes que comprariam as peças que acompanhem as mudanças corporais e que também são mais modernas, caso soubessem da sua existência, pois a maioria das peças das marcas apresentadas no questionário

acompanha as mudanças corporais das mulheres em todas as fases da gestação, incluindo puerpério e amamentação.

Nesta pesquisa pôde-se perceber que a mulheres que participaram, mostram um descontentamento com relação ao que é/foi oferecido para elas no seu período de gravidez e amamentação. O mercado está em constante inovação e sempre incorporando novas tendências, assim também deveria ser parao público de gestantes e lactantes.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gravidez é um processo natural e que ocorre com frequência contínua na sociedade. Apesar de, no Brasil, o número de mulheres grávidas crescer anualmente, e de existirem várias lojas especializadas em moda gestante, em Fortaleza poucas se destacam. A maioria ainda comercializa as peças básicas e sem vida, com estampas mais antiquadas e cores mais neutras. A mulher moderna quer estar na moda mesmo estando grávida.

As tendências de moda são um fator de grande peso na hora da escolha de uma roupa. Nesta pesquisa, observou-se que existem marcas de moda gestante em Fortaleza, mas a maioria não apresenta elementos diferenciados em suas coleções e as marcas que trazem um conceito de maternidade moderna deveriam aparecer mais para o seu público. Sair do óbvio de peças básicas e discretas com cores neutras e investir em no marketing de peças inovadoras é uma ótima alternativa para que esse ramo cresça e as principais interessadas possam usufruir.

É interessante considerar que o período pandêmico acelerou o processo de vendas on-line e esse meio se desenvolveu de forma rápida para dar respostas ao mercado, destacando-se as plataformas Instagram e WhatsApp. De elevada facilidade de comunicação e promoção de visibilidade, esses meios impulsionaram marcas e vendas.

Entretanto, pode-se afirmar que, pela percepção de mercado do público desta pesquisa, ainda existem pontos a serem melhorados na oferta de produtos de moda para gestantes e lactantes em Fortaleza. Estar grávida ou amamentando não tira a feminilidade da mulher, que precisa e gosta de se vestir bem e se sentir confortável e confiante.

Encontrar somente uma peça que acomode o corpo e cubra a barriga já não é suficiente, por isso as marcas do segmento de moda gestante precisam se atentar aos elementos de estilo que sejam mais atrativos para essas mulheres nesse período. Além da beleza e peças que estejam dentro das tendências de moda, aspectos ergonômicos, sensoriais e funcionais, como adaptações, tecidos e funcionalidade da peça devem estar em conjunto.

## REFERÊNCIAS

- DANTAS, Gabriela Cabral da Silva. "Autoestima"; **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilestima.uol.com.br/psicologia/autoestima.htm>. Acesso em: 13 jul. 2022.
- DE LUCA, Adriana. **Mulheres engravidam cada vez mais tarde, diz IBGE**. Publicado em 07/05/2021. CNN Brasil, 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/mulheres-engravidam-cada-vez-mais-tarde-no-brasil-diz-ibge/#:~:text=De%20acordo%20com%20um%20levantamento,caiu%2023%25%20no%20mesmo%20per%20C3%ADodo>. Acesso em: 30 jun. 2022.
- EMBACHER, Airton. **Moda e identidade: a construção de um estilo próprio**, São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 1999.
- FERRARA, Laura. A moda em movimento: a obra de Antoine Watteau (1684-1721) e as origens modernas de um fenômeno. **dObra[s]**. v. 9, n. 20, 2016. p. 8-25.
- FOGG, Marnie. **Moda: a história completa**. Bologna: Atlant, 2014.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Editora Atlas, 2008
- HELENA, Maria. **A moda gestante e a gravidez no século XIX**. Blog Era Vitoriana, 2015. Publicado em 26 de outubro de 2015, blog online. Disponível em: <https://eravitoriana.wordpress.com/2015/10/26/a-moda-gestante-e-a-gravidez-no-seculo-xix/>. Acesso em: 25 jun. 2022.
- INNOCÊNCIO, Alexia Luise. Grávida e bem vestida, sim! Uma análise da evolução da moda gestante. **Anais... I ENCONTRO PARANAENSE DE MODA, DESIGN E NEGÓCIOS/ 2009**, Maringá, PR.
- LIMA, Laura Ferrazza de. A invenção do vestido Watteau: moda e arte na França do século XVIII. **Anais... 12º COLÓQUIO DE MODA – 9ª EDIÇÃO INTERNACIONAL. 3º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA**, 2016. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/GT/GT06-MODA-CULTURA-E-HISTORICIDADE/GT-06-A-invencao-do-vestido-Watteau.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2022.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 1989.
- Moda de Rihanna na gravidez: 4 tabus que a artista quebrou com seus looks. Disponível em: [https://www.purepeople.com.br/noticia/gravidez-de-rihanna-4-tabus-ultrapassados-de-moda-quebrados-por-looks-da-cantora\\_a343161/1](https://www.purepeople.com.br/noticia/gravidez-de-rihanna-4-tabus-ultrapassados-de-moda-quebrados-por-looks-da-cantora_a343161/1) Acesso em 12 mai. 2022.
- ROCHA, Maria Teresa Ravaglio. **Moda gestante: identificando o perfil de consumo das gestantes de Curitiba**. (Monografia) Curso de Graduação em Design de Moda, Faculdade de Tecnologia do Senai Curitiba. Curitiba, 2015. Disponível em:

[https://issuu.com/designmodasenai/docs/identificando\\_o\\_perfil\\_de\\_consumo\\_d](https://issuu.com/designmodasenai/docs/identificando_o_perfil_de_consumo_d). Acesso em: 01 jul. 2022.

SIDRA. Sistema IBGE de Recuperação Automática. **Estatísticas do registro civil 2020**. IBGE, 2020. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/registro-civil/quadros/brasil/2020>. Acesso em: 27 jun. 2022.

SIMILI, Ivana Guilheme. Roupas para mães: corpo e gravidez nas representações para a maternidade na revista *manequim* (1963). **História: Questões & Debates**, Curitiba, volume 65, n.2, p. 127-148, jul./dez. 2017.

TATE Gallery. **Retrato de uma senhora desconhecida**. Atribuído a Marcus Gheeraerts II. Tate Gallery, 2001. Disponível em: <https://www.tate.org.uk/art/artworks/gheeraerts-portrait-of-an-unknown-lady-t07699>. Acesso em: 25 jun. 2022.

TROSCHER, Elise. **O biquíni**: sua relação com o empoderamento feminino dos anos 70 e a exposição do corpo na era das digitais influencers do século XXI. (Monografia) Curso de Tecnólogo em Design de Moda da Universidade do Sul de Santa Catarina. Florianópolis, 2018.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO UTILIZADO COM AS GESTANTES/LACTANTES

### Pesquisa sobre o vestuário de gestantes

Me chamo Ana Carolina, sou estudante do curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará. O presente questionário tem o intuito de compor a pesquisa de campo para análise do meu TCC, que tem como temática a percepção das mulheres quanto ao vestuário durante o período da gravidez.

Quantos anos você tem?

- ( ) Menos de 18 anos  
 ( ) 18 a 25 anos  
 ( ) 26 a 35 anos  
 ( ) mais de 35 anos

Qual a sua ocupação? (Exemplos: estudante, professora, vendedora...)

---

Qual sua renda familiar per capita mensal?

- ( ) Menos de um salário mínimo  
 ( ) Até 1,5 SM  
 ( ) De 1,6 a 2,5 SM  
 ( ) De 2,6 a 3,5 SM  
 ( ) Acima de 3,5 SM

Como você prefere comprar roupas\*

- ( ) Em Loja Virtual  
 ( ) Em loja Física  
 ( ) Ambas as formas (Virtual ou física)

Outro: \_\_\_\_\_

Qual aspecto da roupa mais te influencia na hora da compra? (Pode assinalar mais de um item)

- ( ) o preço  
 ( ) a modelagem  
 ( ) qualidade do tecido  
 ( ) qualidade do acabamento  
 ( ) Beleza da Peça  
 ( ) Outro: \_\_\_\_\_

As tendências de moda são um fator que influenciam você na hora de comprar roupa?

- ( ) Sim  
 ( ) Não  
 ( ) Às vezes

Você teve dificuldades de encontrar peças de vestuário durante o período de gestação?

- ( ) Sim  
 ( ) Não

Se sim, quais foram? Pode escolher mais de uma opção.

- ( ) Encontrar o tamanho ideal  
 ( ) Encontrar peças do seu gosto/estilo  
 ( ) Valores inacessíveis  
 ( ) Encontrar lojas com variedade de produtos para esse público  
 ( ) Outro: \_\_\_\_\_

O que você considera mais importante para proporcionar um bem estar pessoal e ergonômico no período de gravídico? Pode escolher mais de uma opção.

- Ser uma peça da moda
- Ter uma boa sustentação
- Cores mais atrativas
- Peças com adaptações (barriga e seios)
- Tecidos confortáveis
- Outro: \_\_\_\_\_

Você teve sua autoestima afetada durante esse período?

- Sim
- Não
- Talvez

Você mudou a forma de se vestir/seu estilo nesse período?

- Sim, totalmente
- Não, continuei me vestindo da mesma forma.

Você precisou comprar roupas durante a gravidez ou só adaptou as que já tinha?

- Comprei
- Adaptei

Qual dos estilos abaixo você usou/usaria durante a gravidez? (Pode assinalar mais de um ítem)\*


 Prática

 Casual

 Confortável

 Clássica/ Work look

 Fashionista

 sexy/ousada

Qual a sua percepção sobre o mercado de moda para gestantes?

- ( ) Atende bem às necessidades/desejos de vestimenta  
 ( ) Deixa a desejar  
 ( ) Não influencia as minhas escolhas de roupas

Você conhece alguma marca de moda específica para gestantes?

- ( ) Sim  
 ( ) Não

Se sim, quais?

Outro: \_\_\_\_\_

A marca Agora Sou Mãe fabrica suas peças pensando em acompanhar a mulher desde o crescimento da barriga até à nova rotina de mãe, passando pela amamentação. Suas modelagens permitem essa versatilidade e o consumo consciente. A marca acredita em longevidade e sustentabilidade. Com o olhar e escuta sempre voltados para entender e atender gestantes e mães, garante conforto, praticidade e beleza. Design é um ponto importante para a loja.



A Loja Mamiss é uma marca que está há 7 anos vestindo as mães com looks práticos e confortáveis, durante e após a gestação.



De acordo com as marcas apresentadas anteriormente, responda: Você conhece alguma dessas marcas?

- ( ) Sim  
( ) Não

De acordo com as marcas apresentadas anteriormente, responda: você já comprou ou compraria roupas com essa proposta mais inovadora e moderna?

- ( ) Já comprei/usei peças com essa proposta  
( ) Nunca comprei/usei

De acordo com as marcas apresentadas anteriormente, responda: Se você tivesse conhecimento de marcas como essas, você compraria?

- ( ) Sim, compraria  
( ) Não, pois não influenciaria nas minhas escolhas de roupas.