

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Belas Artes
Design de Moda

Ágatha Santiago

Moda é Bem Estar: A influência dos pijamas no relaxamento e autocuidado

Belo Horizonte
2025

Ágatha Santiago

Moda é Bem Estar: A influência dos pijamas no relaxamento e autocuidado

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Banca Final da disciplina “Atelier de Criação:
Desenvolvimento”, do curso de Bacharelado em
Design de Moda da Escola de Belas Artes da
Universidade Federal de Minas Gerais.

Orientadora: Prof. Márcia Luiza França

Belo Horizonte
2025

Dedico esta pesquisa à minha
criança interior, desinquieta, ativa e
curiosa, e à todas as mulheres que
abrigando estas como eu dentro de
si, não sabem a hora de pausar.

AGRADECIMENTOS:

Sou grata à paciência e zelo da professora orientadora Márcia França, à força da minha família e amigos e ao meu amor que caminhou junto comigo ao longo da trajetória deste trabalho.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. METODOLOGIA.....	8
3. MODA É BEM ESTAR.....	9
4. A HORA DO SONO.....	11
5.1 Conforto térmico e Têxtil.....	12
6. ERGONOMIA.....	14
7. A HISTÓRIA DO PIJAMA.....	16
7.1. Os hábitos de consumo de pijama na atualidade.....	18
7.2. Pesquisa Quantitativa.....	19
8. BRIEFING.....	24
8.1. Ateliê Morgana: Seu momento de autocuidado.....	25
8.2. O conceito.....	26
8.3. Desenhos.....	28
9. PROTÓTIPOS INICIAIS:.....	41
10. PROTÓTIPOS FINAIS.....	42
11. FICHAS TÉCNICAS:.....	42
12. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
13.REFERÊNCIAS.....	49
APÊNDICES:.....	54

1. INTRODUÇÃO

Apesar de seus diversos avanços em relação aos meios de produção, trabalho e tecnologia, a Revolução Industrial marcou a transição para um sistema capitalista, cuja noção de produtividade afetou para sempre o mundo todo. Essa lógica que se iniciou com as empresas, com o passar dos anos foi ganhando um tom mais individual e passou a ser aplicada em um âmbito pessoal, fazendo com que as pessoas hoje se sintam na obrigação de estar constantemente produzindo – seja por sobrevivência, validação social ou status. Hoje vivemos em uma era ainda mais exigente: os ritmos de vida aceleraram, as tecnologias evoluídas geram multi estímulos digitais contribuindo para o cansaço mental e as redes sociais estabeleceram um padrão estético e de vida, o qual na luta imediatista para alcançar, as pessoas têm se tornado cada vez mais ansiosas, de autoestima baixa, dispersas e exaustas.

A pandemia de COVID-19, de certa forma, “forçou” uma pausa que provou o quanto o mundo neste ritmo já estava à beira de um colapso. Sem poder sair, começou-se uma tendência de olhar para dentro, trazendo à sociedade uma maior preocupação com saúde, bem-estar e autoestima, redesenhando os hábitos de seu dia a dia e de consumo. Os profissionais em trabalho remoto puderam adotar um visual menos rígido e logo adaptaram seus guarda-roupas. Segundo pesquisas de 2021 realizadas pelo Google Trends, as consumidoras de moda deixaram de buscar por tendências voltando seus olhares para o conforto, que cresceu 5x em pesquisas do fim de 2019 a outubro de 2021, enquanto que a venda de pijamas teve um crescimento considerável, como afirma Sandra Chayo (2020), diretora de marketing e estilo do Grupo Hope que constatou um crescimento de 400% nas vendas de pijamas, além de números também expressivos em sua linha de *athleisure*¹ mostrando o atual alinhamento das pessoas com o corpo e o bem estar.

¹ Tendência de moda que combina peças esportivas com casuais trazendo-as para um uso cotidiano ou até mesmo formal.

Por volta de 2 anos atrás, buscando mais praticidade para a minha rotina de cuidados com os cabelos, fiz minha primeira touca de cetim. O que se iniciou por uma necessidade pessoal logo se tornou uma ideia de negócio e pude perceber que mais do que um simples objeto de beleza: o acessório de cabelo tinha potencial para, ao facilitar o dia a dia da mulher, estabelecer um ritual de beleza em que ela voltaria o olhar a si mesma novamente. A touca conserva os fios sem frizz e sem amassado, prolongando a finalização do cabelo e penteados por mais tempo, otimizando este que se tornou uma preciosidade na modernidade. Outros objetos de cetim como máscara de dormir e fronha foram incorporados ao catálogo do que eram os primeiros passos de uma marca e fizeram sucesso por suas propriedades estéticas, sendo consumidos por uma gama de mulheres que relataram ter construído um verdadeiro ritual de autocuidado ao utilizar estes produtos antes de dormir e preparar seu corpo para o dia seguinte.

Por mais fúteis que pareçam, ao passar a produzi-los em massa para outros indivíduos e obter tal retorno, os acessórios de cetim me pareceram uma alternativa estimulante a autoestima feminina no que incentiva as mulheres a reservar um momento de suas rotinas para se cuidar e consequentemente levando ao retorno de seus olhares a elas mesmas. Foi quando pensando na expansão desse mix de produtos nasceu uma questão: Poderiam os pijamas serem incorporados a esta rotina de autocuidado visando ampliar a sensação de bem estar nestes momentos e na hora do sono?

Observando a tensão e estresse da população com a inconstância e severidade dos eventos que ocorrem no mundo moderno, na busca por sobrevivência e evolução em suas vidas pessoais que têm levado cada vez mais à um esgotamento e então à esta tendência ao autocuidado, este trabalho de conclusão pontua qual o papel da moda nesta manutenção dos indivíduos, investigando a influência de pijamas – uma peça 100% atribuída a momentos de descanso – e como seus aspectos têxteis, de design e ergonomia devem priorizar para além do conforto, um olhar da mulher para si mesma de forma a alcançar a autovalorização, reforçando a importância dos rituais de beleza e autocuidado na regulação do bem estar. Para isto, foi

desenvolvida uma pesquisa quantitativa com participação de 45 mulheres em análise às suas preferências no momento do sono e suas visões sobre o uso destas peças para além dele. Em seguida, uma pesquisa bibliográfica e desenvolvimento de uma coleção sleepwear de 10 peças, as quais se materializaram 4 delas, acompanhadas também de um ensaio e fashion film que ilustra essa contribuição da moda para a satisfação mental e corporal das mulheres.

2. METODOLOGIA

O artigo elaborado teve como base a pesquisa exploratória e de abordagem qualitativa, realizada através de um questionário online aplicado a mulheres residentes no Brasil. Além disto foi feita uma fundamentação teórica partindo de livros e artigos online. A partir das informações coletadas foi realizado um direcionamento mercadológico com desenvolvimento de marca, conceituação, e investigação de seu público alvo, culminando no objetivo final deste trabalho: a elaboração de uma coleção de *sleepwear* com 10 peças, sendo 4 delas confeccionadas, que priorize o conforto e transforme a hora de dormir das mulheres em um verdadeiro ritual de beleza e autocuidado, propondo um novo olhar delas à seus corpos e suas rotinas.

O primeiro capítulo, “Moda é bem estar”, conceitua como a roupa influi na autoestima feminina e como esta funciona como ferramenta de manutenção do corpo e da mente. Seguido de “A hora do sono” que apresenta a importância de uma boa noite de sono na regulação do autocuidado e como ela ocorre, com olhar mais aprofundado sobre a influência do conforto térmico e têxtil nestes momentos. Em “Ergonomia” é revisada a importância desta para o desenvolvimento de um produto de design. Por fim, aborda-se a “História do Pijama”, buscando compreender a relação das pessoas com esta peça ao longo dos anos, seguido dos atuais hábitos de uso relativos a este na atualidade. O estudo se finaliza com o resultado da pesquisa quantitativa e apresentação do briefing de marca com conceito da coleção realizada a partir do compreendido ao longo do trabalho.

3. MODA É BEM ESTAR

Ao pensarmos em moda, para além do glamour das passarelas e marcas de luxo, devemos enxergá-la como um fato subjetivo e pelo seu aspecto psicossocial:

As roupas possuem um aspecto “emocional”, não apenas pelo apego artesanal à confecção, mas por criar uma nostalgia ou trazer uma história já vivida no que é utilizado, bem como trazer suas próprias emoções na escolha da roupa. (SILVA, 2018, p.12-13)

A moda é um fenômeno social e cultural complexo, que transita por diversas áreas do conhecimento, podendo ser pesquisada e compreendida por múltiplas perspectivas. Com isso, o vestir passou a ser investigado por psicólogos, antropólogos, e historiadores, que compreenderam que a indumentária se fez presente primeiramente na vida do homem em proteção e adaptação, para que pudessem acessar diversos ambientes (FLÜGEL, 2008). Posteriormente em ornamentação, já que serviu como complemento às expressões de si, que já aconteciam mesmo em período pré-histórico – através de pinturas corporais e “piercings”--, sendo assim a roupa já era uma forma de pertencimento e identidade para o indivíduo, para então ganhar conotação de pudor. A Ontogenética, campo da biologia dedicado a compreender o desenvolvimento e mudanças no organismo do indivíduo desde sua fase embrionária à adulta, explica como o processo ocorre nos dias de hoje: Assim que nasce, o bebê é vestido para ser protegido e confortado, arremetendo a ambientação do útero (FLÜGEL, 2008). Quando criança lhe é ensinado o pudor para que mais à frente as roupas sejam vistas como decorativas. Psicologicamente há uma associação da criança à nudez como um meio de liberdade, tanto por serem mais acaloradas quando mais novas, e dentre outras circunstâncias, por estarem descobrindo o próprio corpo e ao mundo. A nudez então facilitaria os estímulos dos nervos cutâneos em contato com o ambiente.

A medida que cresce e passa pela adaptação moral, o adulto pode se tornar alguém que se veste por obrigação, sem se preocupar com a estética das coisas ou de fato

abraçará o vestir com satisfação, o que geralmente ocorre para quem compreende a moda como um meio de expressão consciente e de comunicação não verbal. Conforme analisado pelo psicanalista John Carl Flügel (2008, p.15) “o exibicionismo não se refere mais ao corpo nu, mas ao corpo vestido e quanto mais belas são as roupas, maior é a satisfação”.

A forma como as pessoas escolhem se vestir diz respeito à maneira como se apresentam ao mundo, uma decisão pautada em sua personalidade e autopercepção, bem como na intenção que varia de acordo com cada ocasião social. Traça-se, então, uma correlação entre moda e psicologia, ambas trabalham comportamentos, hábitos e auto percepção do indivíduo, sendo as roupas capazes até mesmo de influenciar em seu humor e psicológico. Entender como utilizar essas áreas em seu favor pode trazer benefícios à vida pessoal e profissional, elevando a autoestima, a autoconfiança e, por consequência, seu desempenho no cotidiano.

O incômodo com a própria imagem gera um desconforto que deve ser encarado para além da vaidade, mas como algo que de fato influencia o emocional. É comum que, sobretudo as mulheres, sintam a terrível sensação de, em meio a uma rotina caótica não conseguirem cuidar de si e ter seu cansaço aparentemente duplicado com isso. É justamente quando o mundo requer mais atenção e o indivíduo entra na energia do “fazer acontecer” que tende a se distanciar de si mesmo, sem considerar o presente, o agora, sem apreciar os pequenos momentos e olhar para o interior, o que apenas gera mais estresse e ansiedade. O corpo pede pausa, mas como tornar esses momentos de descanso mais efetivos, de modo a possibilitar uma reconexão consigo próprio?

A autoestima pode ser definida como a avaliação que uma pessoa faz de si mesma em relação a diversos aspectos, como escolhas feitas ao longo da vida, conhecimentos adquiridos, qualidades, defeitos, realizações, a relação com o próprio corpo... Portanto este bem estar está ligado a diversos fatores e diz respeito sobretudo, à forma como o indivíduo lida com suas atitudes e ao modo como se percebe em relação ao outro. Esta, ao mesmo tempo que pode ser um fator gerador de felicidade, pode ser uma das maiores causadoras de ansiedade e depressão.

Um estudo da Universidade de Harvard revelou que 56% das pessoas que implementaram uma rotina de cuidados pessoais sentiram uma melhora significativa na autoestima e na saúde mental ao longo de seis meses. Outro relatório da American Psychological Association aponta que a prática de autocuidado regular pode reduzir os níveis de estresse em até 40%. (CEATOX, 2024)

O autocuidado está em coisas simples, e adiante do cuidado físico abrange o estado emocional, espiritual, social e mental do indivíduo. Reservar um tempo para si mesmo é fundamental para fortalecer a autoconexão: ao voltar a atenção para a própria interioridade, escutar com plena atenção a mente e praticar atividades prazerosas, o corpo tende a relaxar, reduzindo os níveis de estresse, fortalecendo a autoestima e melhorando tanto a qualidade do sono quanto a criatividade, já que uma mente mais tranquila se mostra mais propensa a criar. Práticas como a meditação, que ajuda a limpar a mente e se reconectar com seu eu interior, atividades físicas, uma boa alimentação e até tarefas diretamente relacionadas a beleza como fazer as unhas, preparar os cabelos e preservá-los em uma touca de cetim nos levam a reidentificação com a própria imagem, resultando em um ganho de autoconfiança e amor próprio que leva à construção de uma base emocional sólida.

Dessa forma, tal qual os acessórios de cetim podem se integrar a rotina da mulher e satisfazê-la por ocasionar mais momentos de cuidado a si mesma, a escolha de uma peça que para além do conforto estimule a valorização do próprio corpo e aumente sua autoestima pode apresentar resultados positivos em seu relaxamento. O que ressalta a importância da escolha de peças que mesclam estilo e conforto para a hora de dormir ou para acompanhar os momentos de se desligar do mundo externo.

4. A HORA DO SONO

Sono e bem estar são fatores interdependentes. O sono é essencial para manutenção da saúde contribuindo para qualidade de vida do indivíduo, no que regula seu humor, capacidades cognitivas, metabolismo e os sistemas hormonal e imunológico. Em contrapartida para uma boa noite de sono é necessária uma boa condição emocional. A dificuldade de dormir está pautada em diversas causas, principalmente ligadas ao ambiente como som, luz, segurança, poluição do ar, umidade e outras particularidades do indivíduo como estresse e temperatura do corpo – um dos principais determinadores do relaxamento do corpo na hora de dormir. A indústria do sono evoluiu com soluções como camas tecnológicas, suplementos e vitaminas, mas as roupas também desempenham um papel importante neste momento, por serem uma barreira de proteção do corpo, auxiliando na regulação de sua temperatura. Assim, surge uma maior preocupação com os tipos de peças e tecidos mais adequados a uma boa noite de sono, e isso investigaremos a seguir.

5.1 Conforto térmico e Têxtil

O Brasil é um país tropical de clima quase que constantemente quente. O calor afeta diretamente a sensação de bem estar do indivíduo, muitas vezes alterando seu desempenho em diversas atividades do dia a dia, e no descanso não seria diferente. Altas temperaturas causam uma falta de conforto, e levam a maior transpiração aumentando a sensação negativa ao deitar. A temperatura corporal está diretamente relacionada à longevidade do sono:

A duração do sono é prolongada quando a hora de dormir ocorre no ramo descendente da curva de temperatura corporal central, enquanto a duração do sono é curta quando a hora de dormir ocorre no ramo ascendente da curva. Há uma forte tendência ao término do sono quando o sono ocorre no pico de temperatura (acrofase) (Monk, 1987). Portanto, o horário e a duração do sono estão intimamente associados às mudanças na temperatura corporal central circadiana.² (CHOW; HALAKI; LI, 2024).

² Tradução nossa. No original: Sleep duration is extended when bedtime occurs on the falling limb of the core body temperature curve, whereas sleep duration is short when bedtime occurs on the rising limb of the curve. There is a strong tendency for sleep termination when sleep occurs at the temperature peak (acrophase) (Monk, 1987). Hence, sleep timing and duration are closely associated with changes in the circadian core body temperature. (CHOW; HALAKI; LI, 2024)

Apesar disso, o calor é um fator relativo, em um mesmo ambiente uma parcela de pessoas podem sentir mais calor, enquanto outras sentem mais frio. Condições ambientais como arquitetura, umidade, correntes de ar, o clima regional, e particulares como sexo, idade e a roupa vão influenciar diretamente nessa sensação. Portanto definiremos aqui como bem estar térmico a sensação positiva experimentada pelo maior número de pessoas possível.

A pele é o principal termorregulador do corpo, ela elimina e recebe o calor com o objetivo de equilibrar a temperatura corporal através de trocas com outros corpos e com o ambiente, principalmente através da eliminação de suor. Por estar em contato direto com a pele, a roupa funciona como uma barreira que dificulta este processo, o que pode levar ao desconforto do indivíduo pela sensação física, e afetar sua saúde propiciando a proliferação de micro-organismos (CARDOSO, 2017) caso haja retenção de suor, que aumenta sua produção. Por esta razão é de extrema importância que a roupa facilite a remoção de calor do corpo ao invés de intensificá-lo, o que pode acontecer se o tecido não seja respirável o suficiente, e seja altamente permeável dificultando a eliminação de vapor corporal, como afirma Cardoso, em seu trabalho que investiga as vestes de verão de mulheres do Distrito Federal, um local de calor intenso.

Uma revisão de diversos estudos e artigos realizados para avaliar como e porque diferentes tipos de tecido afetam a qualidade de sono ilustra bem as particularidades relativas ao conforto térmico. Tais pesquisas revisadas foram feitas com residentes de regiões como Austrália, Ásia e Europa, sendo homens e mulheres, cujas faixas etárias variaram compreendendo crianças, adultos e idosos, em análise a pijamas e roupas de cama fabricados em algodão, poliéster, lã, materiais mistos e linho.

Como resultado, fibras diferentes obtiveram feedbacks positivos de pessoas de diferentes faixas etárias, como peças de lã que se saíram bem quando utilizadas por adultos e pessoas mais velhas, ou em temperaturas mais baixas -- apesar de ter sido identificada como uma fibra que reduz uma das fases mais profundas do sono em comparação ao algodão -- (CHOW; HALAKI; LI, 2024). Enquanto que as peças

de materiais mistos de fontes sintéticas foram mais eficazes para adolescentes e jovens adultos em comparação às 100% algodão, sobretudo as que proporcionaram maior capacidade de absorção e secagem rápida. Um dos estudos revisados:

sugere que as fibras misturadas, com absorção superior, propriedades de secagem rápida e menor condutividade térmica do que o algodão, melhoram a qualidade do sono, particularmente SWS³ quando a temperatura corporal era geralmente mais baixa do que outras fases do sono⁴ (Szymusiak, 2018). (CHOW; HALAKI; LI, 2024)

Quanto maior for a permeabilidade de um tecido, maior será sua absorção aos vapores d' água, fazendo com que o corpo fique livre da desconfortável sensação de suor. Entre algumas fibras que melhor se comportam em casos de transpiração e retenção de calor estão a seda; o algodão; microfibra; linho e viscose.

6. ERGONOMIA

Outra etapa de extrema importância ao se idealizar conforto é a ergonomia. Uma área que inicialmente visava adaptar as condições de trabalho, compreendendo que para um desempenho satisfatório, é interessante que o homem esteja confortável e bem relacionado com o ambiente e com as máquinas que opera em prol de sua saúde e bem estar gerando mais produtividade. Com isso o estudo desta relação humano-objeto-ambiente, se estendeu a diversos objetos do dia a dia, buscando aprimorar sua utilização para o usuário.

No vestuário não deveria ser diferente. “Vestir-se está relacionado com a facilidade de o ser humano trocar de pele, considerando a roupa como a Segunda Pele, conforme os seus variados papéis assumidos ao longo do dia e da vida das

³ Sono de ondas lentas, uma de suas fases mais profundas quando ocorre a liberação de hormônios essenciais a regeneração celular e recuperação do corpo.

⁴ Tradução nossa. No original: suggests that blended fibres, with superior absorption, quick-drying properties, and lower thermal conductivity than cotton, enhance sleep quality, particularly SWS when the body temperature was usually lower than other sleep stages (Szymusiak, 2018)

peças” (MARTINS, 2005, p.61). Sendo assim a peça precisa abrigar seu usuário da forma mais confortável possível, e se adaptar em função das atividades diárias.

Muitas vezes o estético não é funcional, muito menos confortável. Estar na moda pode impor padrões que prejudicam a saúde, como ocorrido há décadas atrás, quando na busca por um visual elegante que levou a magreza extrema e ao uso de espartilhos, peças esmagaram e feriram tanto as mulheres, que prejudicaram seus órgãos e as levaram até mesmo a morte. Tal fato ressalta ainda mais a importância de unirmos os aspectos beleza e bem estar.

Apesar de existir algumas medidas que levam à plenitude dessa sensação, o conforto é relativo e pode variar de acordo com quem o sente, que irá avaliar conforme suas bagagens, preferências, costumes.... Assim entende-se que o ergonômico, e confortável, além de ser aquele que melhor privilegia o bem estar do corpo e da mente, seja a peça que leve a satisfação do maior número de pessoas possível.

Hoje em dia com um amplo mercado de moda, a modelagem se apresenta como um alto fator competitivo, já que o consumidor tende a optar por aquela peça que o vestiu melhor. O design da peça precisa ter uma preocupação pautada no conforto, praticidade e funcionalidade considerando cada necessidade, capacidade e limitações do usuário, o que é essencial no desenvolvimento de produtos de design (MARTINS, 2005). Sendo assim, a roupa deve ser desenvolvida de forma a atender as necessidades do consumidor final, e a ergonomia é um caminho para se entender melhor sobre matérias primas (há algum risco de incômodo à pele do usuário? Quais fibras lhe proporcionarão melhor conforto térmico?) e principalmente sobre o corpo humano (Essa peça lhe dará mobilidade? Quais atividades ela foi pensada para desempenhar? Qual será seu caimento quanto ao corpo estático ou em movimento?) tornando possível até mesmo solucionar alguns incômodos que o indivíduo possui consigo mesmo, direcionando-o a uma melhora na qualidade de vida.

O ideal para que se hajam menos gastos e correções é que esta seja uma etapa incluída no desenvolvimento e em toda metodologia, para que os produtos de moda

também tenham a qualidade aprimorada, tornando seu ciclo de vida maior, diminuindo o descarte e minimizando os impactos ambientais da indústria.

7. A HISTÓRIA DO PIJAMA

A peça que hoje é conhecida como um conjunto para dormir, até o séc. XIX era somente um fato casual do guarda-roupa chinês e indiano até ser popularizado pela Europa que o difundiu mudando os hábitos de sono do mundo todo.

Antes deste período, os europeus costumavam dormir com roupas largas em linho ou lã, a partir do séc. XVIII chamada de camisa de dormir, cujo comprimento poderia variar e era comumente utilizada com uma touca de forma a regular a temperatura corporal. Enquanto isso, pijama se referia a um tipo de calça larga usada pelos cavaleiros chineses e depois incorporada pelos indianos que costumavam usá-la em conjunto com uma camisa larga e comprida sem colarinho chamada kurta.

Figura 1 – Conde de Denbigh veste a tradicional kurta junto de seu servo indiano em um retrato encomendado



Fonte: National Geographic, 2025

Conhecido pelo conforto, o conjunto possuía poucas costuras e era confeccionado em algodão ou em seda - para as classes mais altas. Logo em suas primeiras visitas à ásia, os europeus se encantaram por contrastar com suas vestes pesadas e o adquiriram para levar para casa. Sobretudo após a colonização da Índia em que com a influência asiática os ingleses passaram a usar em casa até mesmo o banyan, uma espécie de robe chinês. Mesmo que a camisa de dormir anteriormente usada fosse confortável, o pijama conquistou aos europeus principalmente por ser uma peça mais masculina, que mantinha a compostura e elegância ao mesmo tempo que possibilitava o movimento do corpo.

O pijama europeu foi adaptado com botões e colarinho mas ainda não era acessível. Com o tempo aprendeu-se a fabricar seda na Europa mas por ser um processo ainda muito caro, o tecido foi associado ao “exotismo e luxo asiático” como afirmado pela pesquisadora Ana Velasco em matéria deste ano para o *National*

Geographic. Sua popularização veio de fato no fim do séc. XIX, até chegar aos Estados Unidos e passar a ser produzido em massa.

No guarda-roupas feminino o pijama entrou vagarosamente como uma peça para a hora do sono, passando a ser mais utilizado até mesmo para praticar esportes ou ir à praia.

Figura 2 – Em ilustração de 1928, mulheres vestem pijamas na praia



Fonte: *The Vintage Traveler*, 2021.

Em uma edição de 1919 da revista *Woman's Wear* os pijamas foram apresentados como uma peça "Para momentos de lazer e momentos despreocupados, [...] são atualmente os preferidos das mulheres mais bem vestidas. Eles oferecem liberdade, são confortáveis e oferecem uma ampla variedade de estilos." (apud *The Vintage Traveler*, 2021)⁵, época em que passaram a ser cada vez mais citados pela mídia, e

⁵ Tradução nossa. No original: "For lounging and the care-free hours, pajamas are at present favored by the best dressed women. They have freedom, are comfortable, and offer a wide variety of styles." (*Woman's Wear* apud *The Vintage Traveler*, 2021)

possuíam silhueta mais reta, um conjunto de túnica e calça, muitas vezes usado com robe e com cores mais vibrantes e estampas asiáticas. Mas sua adesão aconteceu, de fato, com a segunda guerra mundial, com a chegada dos valores conservadores e considerando que a peça anteriormente usada estava ganhando teor sexual, cada vez mais curta e repleta de detalhes, como babados (se tornando o que hoje conhecemos como camisola). O racionamento de matéria prima vivido neste período também fez com que o olhar se voltasse para o conforto e os pijamas fossem mais confeccionados em lã ou algodão.

7.1. Os hábitos de consumo de pijama na atualidade

Como apresentado anteriormente, um dos efeitos causados pela pandemia foi a preocupação com o bem estar que levou ao crescimento de mercado em itens relativos ao conforto, saúde e beleza, incluindo pijamas e roupas de cama. Já que não era permitido sair, passou-se a olhar mais para dentro. Os hábitos de consumo foram redesenhados para que cuidando do exterior, fosse alcançada uma cura interior, aprimorando a qualidade de vida para que assim se atinja um maior nível de satisfação pessoal, que também impacta na vida intelectual e profissional.

Pesquisas realizadas em 2021 pelo Google Trends também destacaram a relevância maior que o pijama passou a ter no vestuário. Mesmo após o período de isolamento social, pelo menos 30% das pessoas disseram que pretendiam manter o hábito de roupas mais confortáveis no seu dia a dia.

Desta forma, os pijamas evoluíram de um visual restrito ao quarto para uma estética mais versátil que pode ser usada também de maneira mais aberta. Com isso surge mais um nicho para a moda, o homewear, ampliando o mix de produtos das marcas que desde então trabalham também com peças mais modernas como calças bailarina, macacões e vestidos balonê.

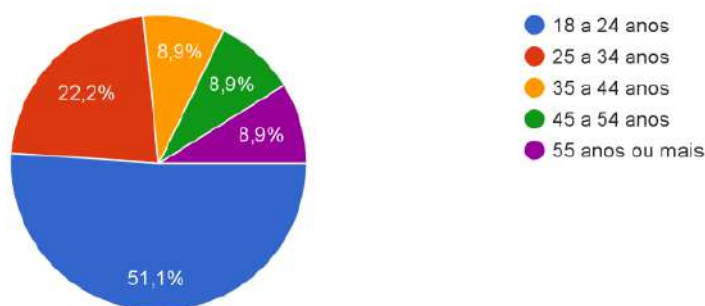
7.2. Pesquisa Quantitativa

Buscando compreender como se dá o consumo de pijamas no mundo atual, e quais são as preferências das consumidoras, realizou-se uma pesquisa quantitativa por meio de formulário on-line, da qual participaram 45 mulheres das regiões sudeste, norte e sul com idades compreendidas entre 18 e 55 anos ou mais. A coleta que aconteceu entre os dias 11 e 24 de novembro de 2025 demonstrou os seguintes resultados:

A maior parte das candidatas são jovens adultas.

Qual a sua faixa etária?

45 respostas



Uma das primeiras questões, de tipologia aberta, buscava compreender as opiniões (positivas ou negativas) das participantes sobre as roupas no momento de dormir.

Para você, qual a influência da roupa (positiva ou negativa) no momento de dormir? Conte sua experiência

45 respostas

Positiva

Se a roupa for confortável com tecidos macios e com toque suave a influência dela no momento de dormir é positiva, entretanto se for apertada com muitos detalhes fica desconfortável e difícil de dormir.

Uma roupa confortável me faz sentir melhor no momento de dormir.

Para dormir prefiro roupas mais largas, de preferência babydoll ou pijamas

Quanto mais leve o tecido melhor.

Dependendo do clima tem roupas que viabilizam um sono melhor em períodos mais quentes e ou em períodos mais frios revelando assim uma certa sazonalidade quanto a influência de alguma roupa

Tem que ser fresca, sem apertar, toque suave.

Quanto mais confortável for a roupa, mais sensação de relaxamento é trazida

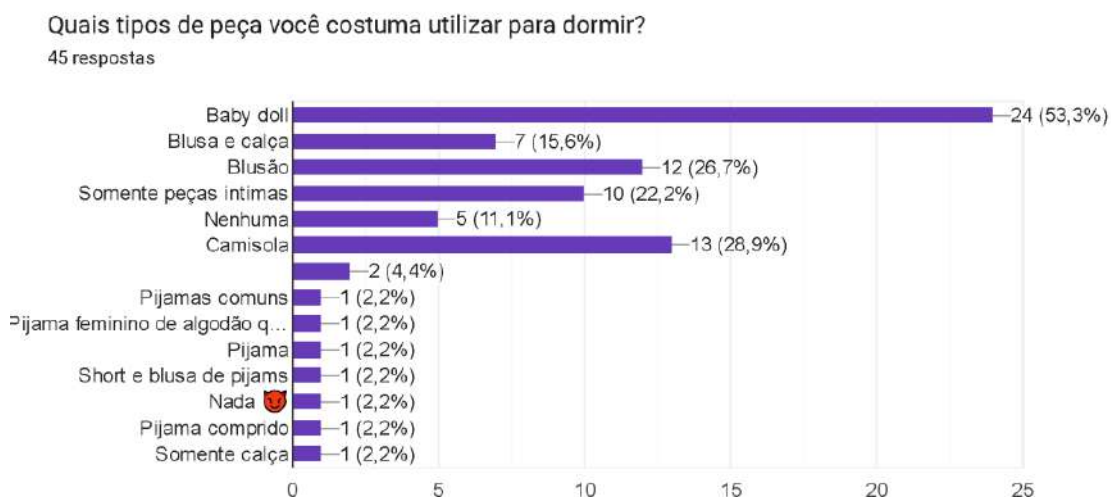
Traçando um panorama geral dos resultados, observou-se que para as candidatas quanto mais confortável a peça, mais ela irá favorecer o relaxamento propiciando uma boa noite de sono do início ao fim. Ideia esta reforçada por algumas que questionaram acordar de madrugada ao não se sentirem frescas ou que as peças quando desconfortáveis acabam interferindo em seus sonhos.

A questão ergonômica também foi levantada nas respostas. É importante idealizar peças para serem usadas de pé ou deitadas, estáticas ou em movimento, nas palavras de uma das participantes: “Eu gosto sempre de dormir com uma roupa resquinha ou o menino de roupa possível, como medo muito durante a noite gosto de ter essa liberdade para me movimentar”.

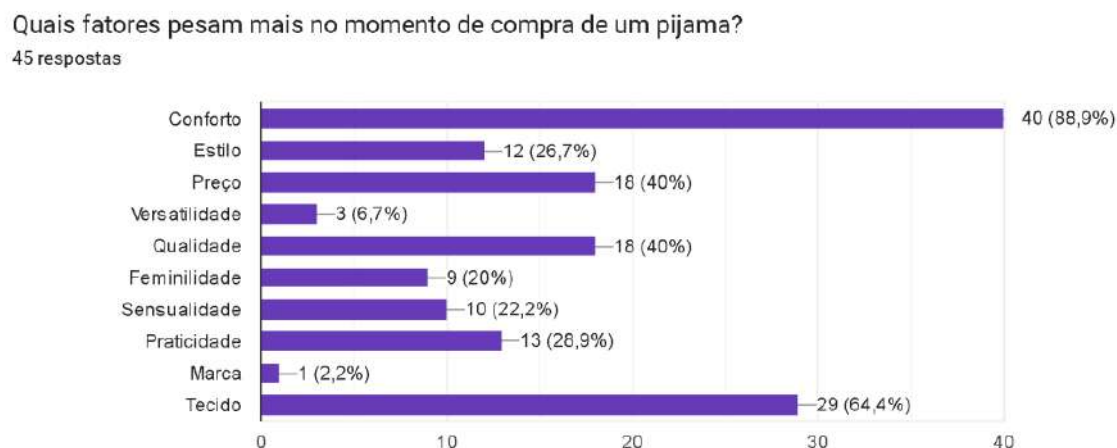
Com o desconforto que algumas peças causam, algumas das mulheres demonstraram optar por dormir sem roupas, e/ou uma certa preferência por tecidos mais leves, o que pode se justificar pelo aspecto de alguns tecidos inverniais: “Alguns tecidos são desconfortáveis e ficam “pinicando”, principalmente aqueles pensados para o inverno. No final, uso pijama de verão o ano todo”.

Enquanto outra, já demonstra apreciação por dormir vestida, ilustrando como uma peça pensada para determinada função pode programar corpo e mente para exercê-la: “Eu amo dormir de pijama , me faz dormir melhor , me sinto que agora é hora de descanso total .”.

Quando questionadas sobre o tipo de peças usadas para dormir, a maior parte optou por peças duplas, sobretudo conjuntos de baby doll ou calça, o que pode se associar a praticidade e versatilidade dessas roupas no dia a dia.



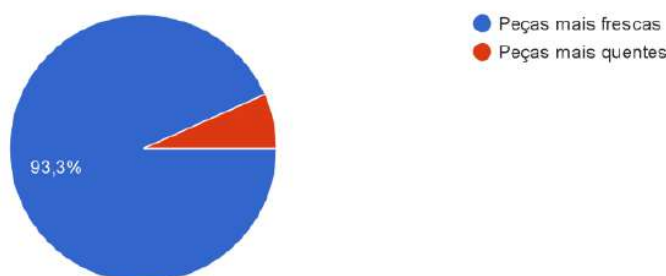
Conforto e tecido se demonstraram os aspectos mais relevantes no momento de se comprar um pijama.



Em consonância com o observado no capítulo Conforto térmico e têxtil, a maior parte das entrevistadas opta por dormir com peças mais largas, leves e frescas.

Independente do clima, você tem alguma preferência em relação a roupas de dormir?

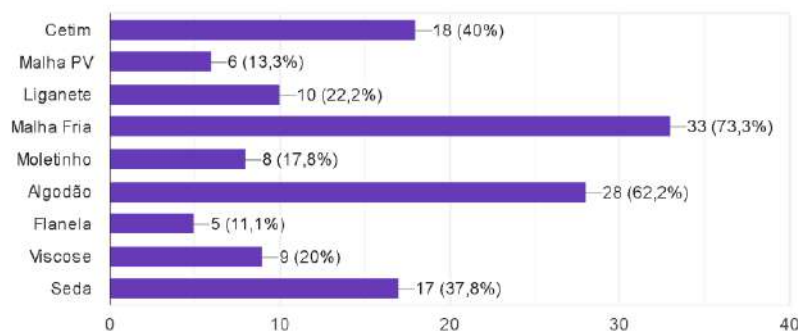
45 respostas



Tecidos como malha fria e algodão se destacam pelo frescor e alta absorção, com cetim e seda seguindo a lista dos mais confortáveis pela maciez e sedosidade que proporcionam.

Quais tecidos você considera mais confortáveis para dormir? Marque todos os pertinentes

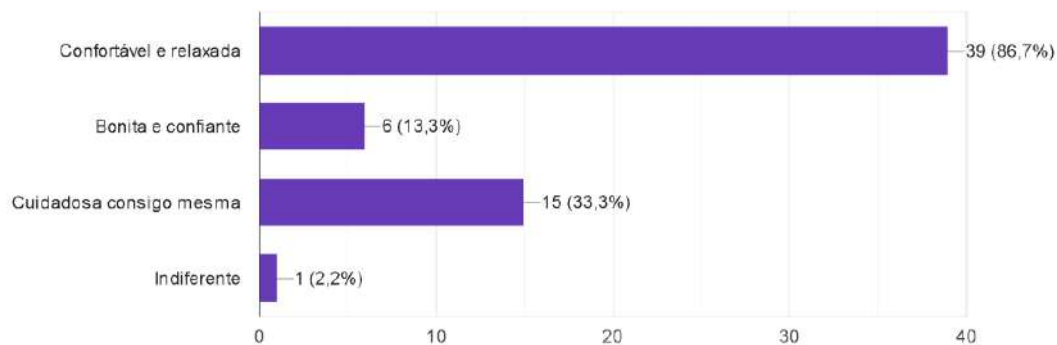
45 respostas



Com o objetivo de identificar as sensações mais atribuídas aos pijamas favoritos das participantes, a seguinte questão foi elaborada:

Quando você usa uma roupa de dormir que ama, como costuma se sentir?

45 respostas



Reforçando a associação, quase pré determinada do pijama a uma peça para levar ao relaxamento do corpo.

O resultado da pesquisa define o pijama ideal como uma peça de poucos detalhes, tecido leve, macio e de caimento mais largo, facilitando o movimento do corpo. A maior parte das entrevistadas possui de 18 a 34 anos, o que abrange justamente a faixa etária estipulada para o público alvo da marca.

Embora o pijama seja tradicionalmente associado ao ato de dormir, os dados levantados revelam que seu uso vai além do sono. Sendo usado para o ócio em casa, atividades leves e até para se arrumar, o *sleepwear* está intimamente ligado a momentos de pausa, relaxamento e autocuidado. Essa multifuncionalidade reforça a preferência das consumidoras por peças mais práticas e discretas, ao passo que, como compreendido ao longo do trabalho, a estética de uma roupa – seja ela direcionada ao descanso ou ao empoderamento da mulher através da sensualidade e autoestima – também pode favorecer o relaxamento do corpo pela redução dos níveis de estresse e ansiedade. Com isso a coleção desenvolvida buscou integrar estética e funcionalidade. Para compreender os diferentes estilos de vida e momentos das mulheres, foi dividida em duas famílias para que o aspecto de feminilidade, sexualidade fosse explorado, mas que também houvesse um lado mais comportado e versátil, dessa forma a marca se adapta às necessidades da usuária moderna.

8. BRIEFING

Pensada para mulheres que abraçam sua essência poderosa, dispostas a enfrentar as adversidades e viver intensamente mesmo com a inconstância do mundo moderno, o Ateliê Morgana é uma marca do segmento sleepwear que compreende que mesmo a figura mais forte merece e deve se regular através de momentos de autocuidado.

Para além de roupas a se vestir para dormir, a proposta idealizada é de que o pijama venha como uma peça que reconecte as mulheres à sua força interior, convidando-a para um momento intimista consigo mesma durante o descanso. Uma pausa no dia a dia para um retorno ao presente provocando um olhar para dentro.

Seu público alvo está nas mulheres jovens adultas, de 18 a 30 anos, atentas e ligadas às tendências do mercado. Neste momento de vida em que tendem a iniciar suas carreiras profissionais e acadêmicas, surge a carga de ser multitarefas, mais preocupações com trabalho e estudo com uma leve tendência a se sobrecarregar ainda mais por conta dos padrões impostos pelas mídias sociais. Muitas nessa faixa etária são ou estão buscando se tornar independentes, o que torna ainda mais necessário manter um equilíbrio entre o bem estar físico e mental, que como investigado ao longo deste trabalho, diz respeito também a sua autoestima.

Figura 3 – Logo Ateliê Morgana



Fonte: Autoria própria.

8.1. Ateliê Morgana: Seu momento de autocuidado

Em um mundo que exige tanto, vestir-se com suavidade pode ser um ato de reconexão. As peças que você escolheu não são apenas roupas para dormir, são um convite para silenciar o barulho de fora e ouvir, de novo, o que pulsa dentro.

Essa cartilha é um lembrete: o cuidado começa em você.

1. Coloque sua playlist favorita:

A música tem o poder de nos ancorar no presente. Escolha uma trilha que te abrace e fale com seu momento;

2. Prepare um banho relaxante:

Transforme o banho em um refúgio. A temperatura perfeita, olhos fechados, respiração profunda. Já experimentou tomar um banho no escuro? Sem distrações, sinta apenas o toque da água, o cheiro do sabonete e o seu corpo presente ali.

3. Arrume-se para si:

Pegue aquele óleo, creme ou perfume que você ama. Massageie seu corpo com carinho, sentindo a textura da própria pele, o calor das suas mãos, sem pressa, sem maior intenção do que estar ali para si.

4. Vista seu pijama predileto:

Nossas peças foram pensadas tanto para os momentos em que você quer se olhar no espelho e se sentir uma própria deusa, quanto para te acolher naqueles em que tudo o que você precisa é deitar e descansar. Escolha seu mood mas esqueça o mundo lá fora: Vista-se como quem se prepara para viver um momento sagrado — o de estar consigo mesma.

5. Acenda uma vela ou incenso:

Agora, você está pronta! Talvez você queira pintar, escrever, meditar, assistir a uma comédia romântica ou a um episódio daquela série mais divertida. O importante é com este momento se permitir criar e voltar para si praticando o que mais gosta! A mente também precisa de espaços onde possa ser livre.

Figura 4 – Moodboard Coleção Metamorfose



Diante das incertezas, pressões e sobrecarga do dia a dia, um momento de cuidado e descanso transforma. O belo renasce do casulo, como uma borboleta que antes de seu estágio mais bonito, passa um período como lagarta para então sofrer a

metamorfose e se transformar, simbolizando a superação de desafios no dia a dia e adaptação às mudanças da vida em busca de uma melhor versão.

A coleção Metamorfose foi pensada para atender a mulher em cada particularidade, compreendendo suas diversas fases hormonais e de sua rotina. Por esta razão foi dividida em duas famílias que trazem à tona tanto seu próprio poder de transformação, quanto o acolhimento que por ela merece ser sentido.

Para momentos em que a mulher precisa se reconectar com sua essência e retomar a admiração de si, foram idealizadas as peças da Família Lúmina (cujo nome remete ao renascimento e brilho interior) que carrega uma proposta mais ousada e sensual, sem abrir mão do conforto é claro. Por isso foram escolhidas matérias primas que brincam com transparências e envolvem o corpo com leveza como rendas 100% algodão e o tule de poliamida com elastano, que traz um toque de muita maciez.

Criada para acolher nos momentos mais difíceis, ou pensando na praticidade da rotina diária temos a Família Serena (nome que remete a serenidade, ao leve e natural) que tem como foco oferecer mais conforto, com preocupação as particularidades de cada corpo, com tecidos e acabamentos que proporcionam maior sustentação, e shapes mais discretos e comportados que se moldam ao ritmo que os veste. Com peças de menor detalhamento – mas que ainda carregam o toque de delicadeza presente no conceito da coleção – respeitando a simplicidade de viver o presente e estar autoconsciente.

Sua paleta de cores foi escolhida estrategicamente para evocar sensações de tranquilidade, acolhimento e descanso. Composta por tons claros e suaves como o lilás, rosa, verde e azul bebê, sendo estes dois últimos cores conhecidas também por suas propriedades terapêuticas e associação ao frescor e harmonia.

8.3. Desenhos





















Inicialmente foram escolhidas a serem confeccionadas as seguintes peças:



Entretanto, ao serem prototipadas, notou-se a necessidade de demonstrar mais a dualidade entre as famílias da coleção, resultando na escolha de um robe e um conjunto de blusa e calça, pertencentes a família Serena. Estes, confeccionados – respectivamente – em ligante e algodão considerando seu frescor, alta capacidade de absorção e facilidade de serem usados em outros momentos do dia. As outras duas peças, uma camisola e conjunto de baby doll pertencentes a família Lúmina, destacam o lado sensual e têm como objetivo relembrar a mulher de seu poder interior. Com shapes que ressaltam as curvas femininas, a escolha de confeccioná-los em materiais como renda, tule, ligante e crepe romano está associada ao toque macio presente nos mesmos, sensação ligada ao sensual, sem abandonar o conforto que foi o aspecto primordial, pensado para todos os looks. Por fim foram escolhidas as quatro propostas:



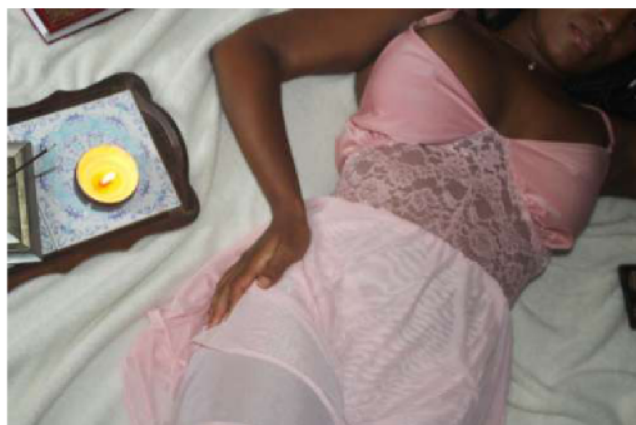


9. PROTÓTIPOS INICIAIS:



10. PEÇAS FINALIZADAS:





11. FICHAS TÉCNICAS:

FICHA TÉCNICA									
Descrição	CAMISA AMARRAÇÃO FRONTAL								
Código do produto	05	Coleção	METAMORFOSE	Grade	PP	P	M	G	GG
Estilista	AGATHA SANTIAGO	Data							
Tecido	Fornecedor	Cores	Código	R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça			
MAIHA DE ALGODÃO									

Frente

Costas

Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça	Costura/Acabamento
LINHA RETA		ARM. BH	4,8/1300m			☒ Reta { } Casadeira
FIO OVERLOQUE		ARM. BH	7,7/100g			☐ 2 agulhas { } Botoneira
						☐ 3 agulhas { } Elastiqueira
						☒ Overloque
						☐ Interloque
						☐ Galoneira
						☐ Trançadeira

FICHA TÉCNICA									
Descrição	CALÇA PANTALONA								
Código do produto	04	Coleção	METAMORFOSE	Grade	PP	P	M	G	GG
Estilista	AGATHA SANTIAGO	Data							
Tecido	Fornecedor		Corres Código	R\$/Unid.	Quantidade		R\$/Peça		
MALHA DE ALGODÃO									
Frente					Costas				
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça	Costura/Acabamento			
ELÁSTICO 2,5						☒ Reta	☐ Casadeira		
LIMHA						☐ 2 agulhas	☐ Botoneira		
FIO						☐ 3 agulhas	☐ Elastiqueira		
						☒ Overloque			
						☐ Interloque			
						☒ Galoneira			
						☐ Trançadeira			

FICHA TÉCNICA									
Descrição	CAMISOLA COM DETALHE RENDADO								
Código do produto	03	Coleção	METAMORFOSE	Grade	PP	P	M	G	GG
Estilista	AGATHA SANTIAGO	Data							
Tecido	Fornecedor		Cor e Código	R\$/Unid.	Quantidade		R\$/Peça		
LIGANETE	MASTER MALHAS		ROSA	65,1/Kg					
RENDA	MASTER MALHAS		ROSA	92,1/Kg					
TULE DE MALHA	CASA MARTINS		ROSA	17,9/m					
Frente				Costas					
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça	Costura/Acabamento			
Alg. costur	—	MASTER M.	1,60/m			☒ Reta	{ } Casadeira		
REGULADOR MIQUEL	—	MASTER M.	11,5/100	2 und	0,23	{ } 2 agulhas	{ } Botoneira		
ARGOLA MIQUEL	—	//	11,5/100	2 und	0,23	{ } 3 agulhas	{ } Elastiqueira		
VIES	—	//	5/16m	0,64m	0,20	☒ Overloque			
LIMHA RETA		ARM. BH				{ } Interloque			
FIO OVERLOQUE		ARM. BH				☒ Galoneira			
						{ } Trançadeira			

FICHA TÉCNICA									
Descrição	ROBE COM DETALHE DE PLUMAS								
Código do produto	06	Coleção	METAMORFOSE	Grade	PP	P	M	G	GG
Estilista	AGATHA SANTIAGO	Data							
Tecido	Fornecedor		Cor e Código	R\$/Unid.	Quantidade		R\$/Peça		
LIGANE TE	MERCADÃO		BRANCA	39,91kg					
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça	Costura/Acabamento			
LINHARETA		ARM. BH	4,81/500m			☒ Reta	{ } Casadeira		
FIO OVERLOQUE		ARM. BH	7,71/100g			{ } 2 agulhas	{ } Botoneira		
FRANJA DE PLUMAS		PLUMAS	46,51/m			{ } 3 agulhas	{ } Elastiqueira		
						☒ Overloque			
						{ } Interloque			
						{ } Galoneira			
						{ } Trançadeira			

12. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a crise de saúde mental que ronda a sociedade moderna, na constante busca por produtividade e sobrevivência, este trabalho visou estabelecer os pijamas como uma roupa para além da hora do sono, como verdadeiros reguladores da mente e do corpo físico e um ponto de partida para que o corpo compreenda a chegada do momento de descansar e recarregar. A partir da revisão teórica foi possível observar, primeiramente, a importância de se estabelecer pausas para se situar em meio a rotina, principalmente para as mulheres que têm tendência a se sobrecarregar. Além do físico, a busca por alta produtividade pode impactar sua saúde mental no que alimenta mais estresse e ansiedade, reduzindo também sua qualidade de vida e de sono, que depende de diversos fatores – mentais, emocionais ou ambientais – para se regular.

A dificuldade de dormir pode ser pautada pela influência de sons, iluminação, segurança e sobretudo pelo conforto térmico e têxtil já que uma superfície áspera e temperatura do corpo desreguladas geram um desconforto e uma maior produção de suor impedindo o corpo de relaxar plenamente. Fato este atestado na pesquisa quantitativa realizada, em que a maioria das mulheres optou por tecidos leves ou até por dormir sem roupas, facilitando as trocas com o ambiente.

Por representar a segunda pele do indivíduo a roupa possui papel fundamental neste processo, ela deve ter maciez para proteger o corpo com conforto e também propiciar seu livre movimento durante a noite. Para além do fisiológico, podemos compreendê-la também como um acessório direcionador da mente para o descanso, por já haver uma associação simbólica e sensorial entre o ato de vestir o pijama e a preparação psicológica para pausar, relaxar e cuidar de si. O *sleepwear*, portanto, não atua apenas como um item funcional, mas como um gatilho emocional capaz de sinalizar ao organismo que é hora de desacelerar. Essa relação se torna ainda mais evidente quando se consideram os usos atribuídos ao pijama pelas participantes da pesquisa quantitativa. Além do momento de dormir, muitas mulheres já o utilizam em pequenos rituais cotidianos que permitem breves pausas no ritmo acelerado do dia a dia. Esses momentos, ainda que simples, reforçam a

sensação de conforto emocional, fortalecem a conexão com o próprio corpo e estimulam práticas de autocuidado que contribuem diretamente para o aumento da autoestima.

Vestir o pijama, assim, torna-se um gesto simbólico de retorno ao próprio eixo, o que contribui para o objetivo final deste trabalho: desenvolver uma coleção de sleepwear que para além de suas funções principais de proporcionar conforto e qualidade de sono, reconecte a mulher ao seu eu interior transformando a hora do descanso em um ritual para recarregar suas energias física, mental e espiritual.

Dessa forma traçamos uma linha clara entre moda e bem estar, em que a primeira pode ser compreendida tanto como uma série de elementos estéticos e funcionais que preparam o corpo para o descanso, quanto como um fator de representação de identidade da mulher, que a leve a uma satisfação através do ato de vestir com aumento da autoestima e autoconfiança, reduzindo seus níveis de estresse e ansiedade e as preparando para os desafios do mundo moderno.

13. REFERÊNCIAS

CARVALHO, Miriam. **Mercado da insônia: como a indústria do sono deve gerar US\$50 bilhões até 2030**. Macfor, 2023. Disponível em:

<https://macfor.com.br/mercado-da-insonia/>. Acesso em 27 jun. 2025

CEATOX. **Como a estética e a saúde mental se conectam para o bem-estar**.

Ceatox. s.d. Disponível em:

<https://ceatox.com.br/como-a-estetica-e-a-saude-mental-se-conectam-para-o-bem-e-star/>. Acesso em: 14 out. 2025.

CHALEGRA, Jessica. **Na nova era da beleza, bem-estar e autocuidado estão em foco**. Consumidor Moderno, 2024. Disponível em:

<https://consumidormoderno.com.br/bem-estar-autocuidado/>. Acesso em 27 jul. 2025

CHOW, Chin Moi; HALAKI, Mark; LI, Xinzhu. **How do sleepwear and bedding fibre types affect sleep quality:** a systematic review. *Journal of Sleep Research*, v. 33, n. 6, e14369, jun. 2024. DOI: <https://doi.org/10.1111/jsr.14369>.

COIMBRA, Mariane; SEIDL, Juliana. **Autoestima e sua relação com o cuidado de si.** Rede Longevidade, 2025. Disponível em: <https://redelongevidade.org.br/jornadaestar/autoestima-e-sua-relacao-com-o-cuidado-de-si/>. Acesso em 27 jul. 2025.

FARIA, Maria Eugênia Álvares de; ARAÚJO, Rubens Capistrano de. **Hora do sono: transformando a qualidade de vida.** [S. l.], 2024. 15 p. Disponível em: https://memoria.ifrn.edu.br/bitstream/handle/1044/2614/Hora%20do_2024_artigo.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 27 jul. 2025.

FLÜGEL, John Carl. **Sobre o valor afetivo das roupas.** *Psychê*, v. 12, n. 22, p. 13–26, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30711292002>. Acesso em: 27 jul. 2025.

FREIRE, T.; TAVARES, D. Influência da autoestima, da regulação emocional e do gênero no bem-estar subjetivo e psicológico de adolescentes. **Revista de Psiquiatria Clínica** (São Paulo), v. 38, n. 5, p. 184–188, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0101-60832011000500005>. Acesso em 03 jul. 2025.

GAMA, Giovanna. **Em meio à crise, vendas de pijama de grande marca brasileira cresce 400%.** Vogue, 2020. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2020/04/em-meio-crise-vendas-de-pijama-de-grande-marca-brasileira-cresce-400.html>. Acesso em 03 jul. 2025.

HOHENADEL, Kristin. **Designers Agree:** these are the most relaxing paint colors for any room. The Spruce, 2025. Disponível em: <https://www.thespruce.com/relaxing-paint-colors-of-the-year-designers-love-11745934?utm>. Acesso em 03 jul. 2025.

MARTINS, Suzana B. Ergonomia e moda. **dObra[s] – revista da Associação**

Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 3, n. 7, p. 83–88, 2009.

Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/264>. Acesso em: 03 jul. 2025.

MARTINS, Suzana Barreto. **O conforto no vestuário**: uma interpretação da

ergonomia: metodologia para avaliação de usabilidade e conforto no vestuário.

2005. 141 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) — Universidade

Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/102065>. 27 jul. 2025.

MENDES, Aline Rocha, et al. **Autoimagem, autoestima e autoconceito**:

contribuições pessoais e profissionais na docência. In: IX ANPEDSUL Seminário de

Pesquisa em Educação da Região Sul 2012. Disponível em:

<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/anpedsul/9anpedsul/paper/viewFile/724/374>. 27 jul. 2025.

PAGNAN, Andréia Salvan. O uso de ferramentas de pesquisa para avaliação de

conforto na moda íntima feminina. **ModaPalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 9, n.

18, p. 266–280, 2016. DOI: <https://doi.org/10.5965/1982615x09182016266>.

PALÁCIO, Clarissa. **Wellness em Alta, Saúde Mental em Baixa**: o paradoxo por

trás do mercado de bem-estar. Forbes, 2025. Disponível em:

<https://forbes.com.br/forbeslife/2025/01/wellness-em-alta-saude-mental-em-baixa-o-paradoxo-por-tras-do-mercado-de-bem-estar/>. Acesso em 02 jul. 2025

PEREGRINO, Fernanda. **Bem-estar e autocuidado seguem pautando o**

mercado. Varejo S.A, 2022, Disponível em:

<https://cndl.org.br/varejosa/bem-estar-e-autocuidado-seguem-pautando-o-mercado/>.

Acesso em 03 jul. 2025.

PINHEIRO, Ana Patrícia de Oliveira Ribeiro Silva; SENA, Maria Carolina Dantas de;

GONÇALVES, Ruth Damasceno Almeida; SOUZA, Jackeline Maria de. **Autoestima**

como fator protetivo para a saúde mental. **Id on Line Revista de Psicologia**, v. 17,

n. 68, p. 46–56, out. 2023. Disponível em:

<https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/4251>. Acesso em: 03 jul. 2025.

RACHID, Ítalo. **Wellness**: compreendendo o conceito. Longevidade Saudável, 2022. Disponível em:

<https://longevidadesaudavel.com.br/wellness-compreendendo-o-conceito/>. Acesso em 06 jul. 2025.

RUVIARO, Almerly Júnior; GHISLENI, Taís Steffenello; BECKER, Elsbeth Léia Spode. Reflexões sobre o processo de criação de vestuário de moda.

Disciplinarum Scientia | Ciências Humanas, Santa Maria (RS, Brasil), v. 24, n. 2, p. 21–31, 2024. DOI: <https://doi.org/10.37780/ch.v24i2.4326>.

Sebrae Digital. **Conheça o Mercado de Moda Comfy**. Sebrae Digital, 2023.

Disponível em:

<https://digital.sebraers.com.br/blog/mercado/conheca-o-mercado-de-moda-comfy/>.

Acesso em 03 jun. 2025

SESSIONS, Debbie L. **1920s Nightgowns, Pajamas and Robes History**. The Vintage Dancer, 2020. Disponível em:

<https://vintagedancer.com/1920s/1920s-nightgowns-pajamas-and-robres-history/>.

Acesso em 27 jun. 2025.

SILVA, Geyza M. M. **Moda e psicologia**: uma interseção possível? 2018. 26 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Psicologia) — Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2018. Acesso em 27 jun. 2025.

The Good Patch. **How To Connect With Yourself & Why You Should**. The Good Patch, 2024. Disponível em:

<https://thegoodpatch.com/blogs/news/connect-with-yourself#:~:text=Uma%20das%20coisas%20mais%20importantes,autoconex%C3%A3o%20pode%20ser%20incrivelmente%20ben%C3%A9fico>. Acesso em 06 jul. 2025.

The Vintage Traveler. **Pajamas for Women, Part 2**. The Vintage Traveler, 2021.

Disponível em:

<https://thevintagetraveler.wordpress.com/2021/11/16/pajamas-for-women-part-2/>.

Acesso em 27 jun. 2025.

This Moodboard. **Soft Hues, Big Impact**: how pastel interiors promote calm and comfort. This Moodboard, 2025. Disponível em:

<https://thismoodboard.com/soft-hues-big-impact-how-pastel-colors-promote-calm-and-comfort/?utm>. Acesso em 03 jul. 2025.

Think with Google. **Além da Estética**. Disponível em:

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/tendencias-de-comportamento/visual-stories/story/tendencias-moda-beleza-bemestar-autocuidado/>.

Acesso em 27 jul. 2025.

VALLE, Isabel. **Por que meditar e nutrir hábitos de conexão consigo mesmo?**.

Bambual Editora, 2020. Disponível em:

<https://bambuaeditora.com.br/blog-por-que-meditar/#:~:text=2.,a%20mente%20e%20conseguir%20meditar>. Acesso em 27 jun. 2025.

VELASCO, Ana. **Como a moda de rua indiana deu origem aos pijamas**

ocidentais. National Geographic, 2025. Disponível em:

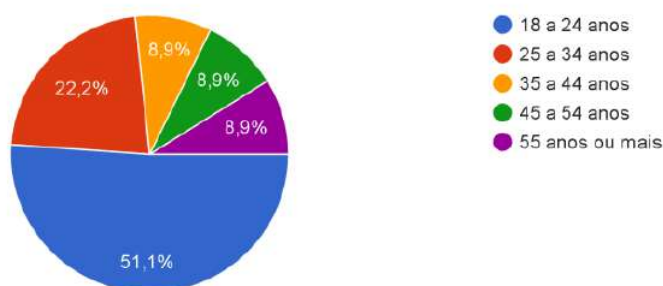
https://www.nationalgeographic.pt/historia/como-moda-rua-indiana-deu-origem-pijamas-ocidentais_5739. Acesso em 27 jun. 2025

APÊNDICES:

APÊNDICE A – Pesquisa Qualitativa: Pesquisa Qualitativa: Moda + Bem Estar: A influência da roupa no relaxamento e autocuidado

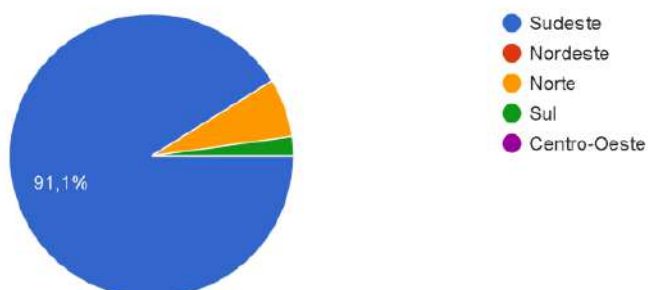
Qual a sua faixa etária?

45 respostas



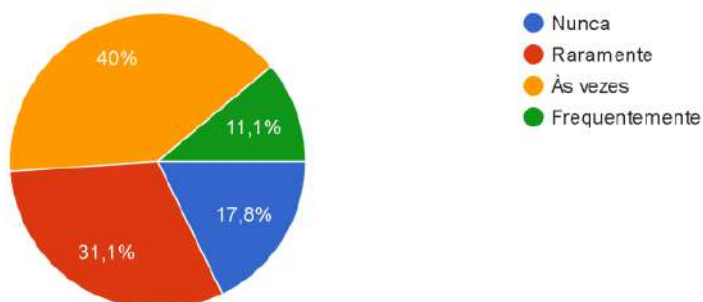
Em que região do país você reside?

45 respostas



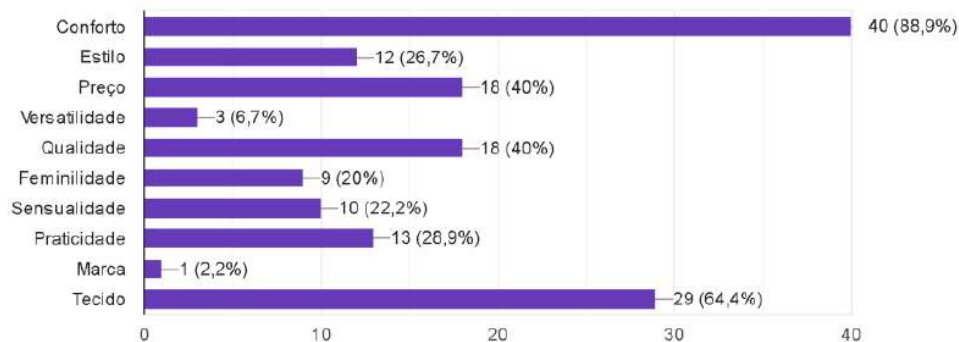
Você possui alguma dificuldade para dormir?

45 respostas



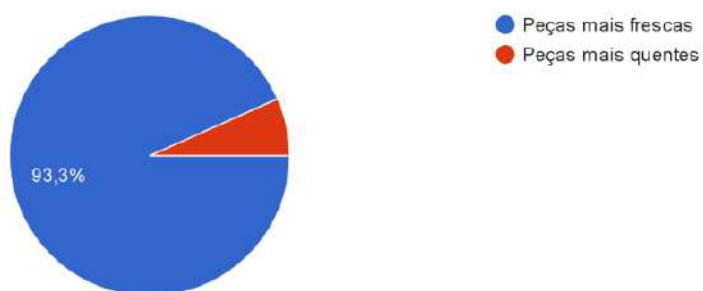
Quais fatores pesam mais no momento de compra de um pijama?

45 respostas



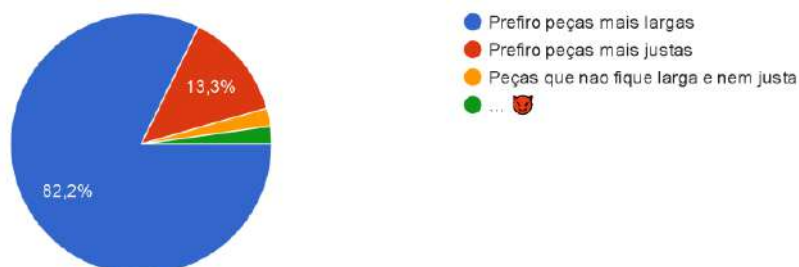
Independente do clima, você tem alguma preferência em relação a roupas de dormir?

45 respostas



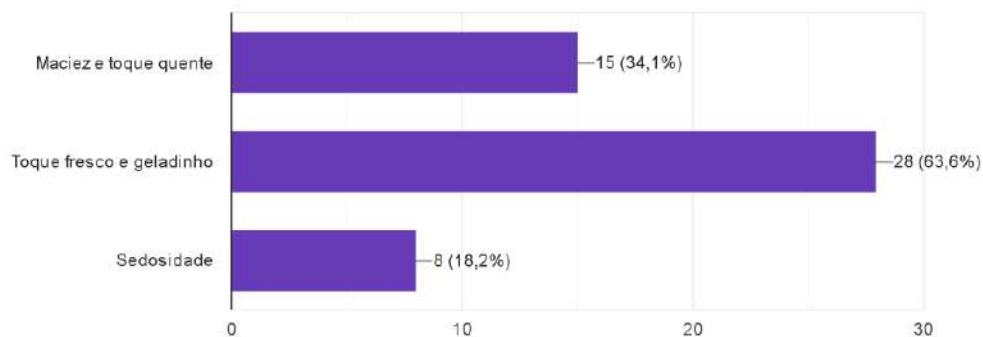
E sobre o caimento?

45 respostas



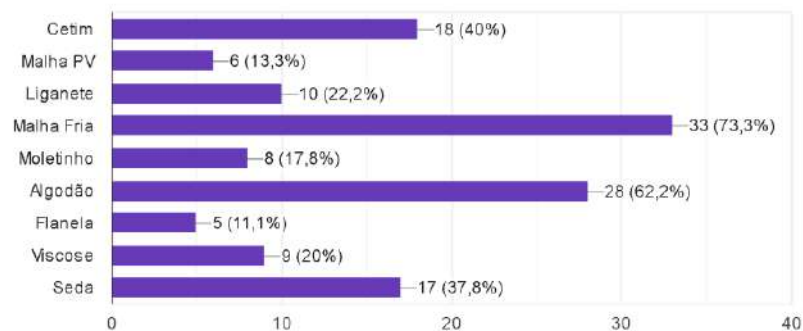
Quais sensações você mais gosta de sentir ao dormir?

44 respostas



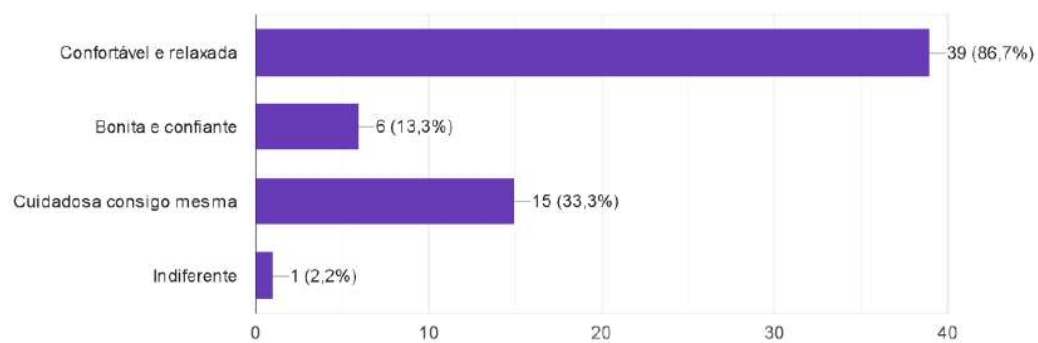
Quais tecidos você considera mais confortáveis para dormir? Marque todos os pertinentes

45 respostas



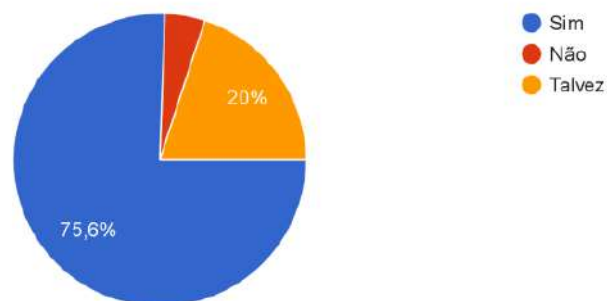
Quando você usa uma roupa de dormir que ama, como costuma se sentir?

45 respostas



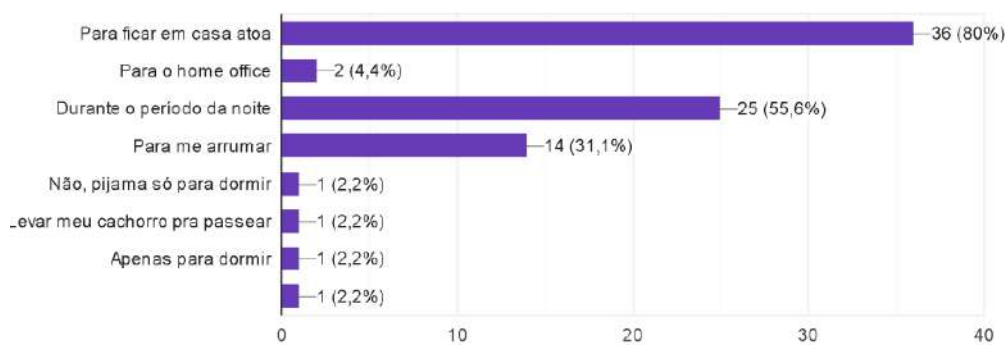
Você investiria em um pijama com a proposta de ter um aumento de autoestima/relaxamento?

45 respostas



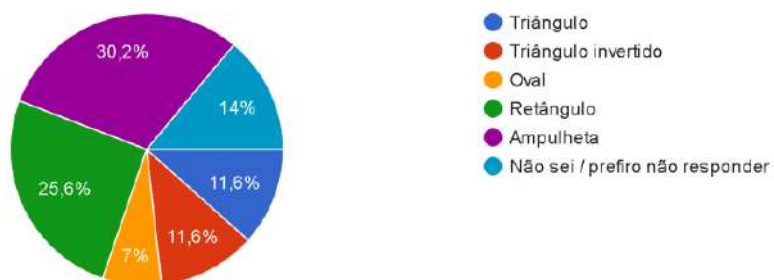
Você costuma usar o pijama para outras atividades além do sono?

45 respostas



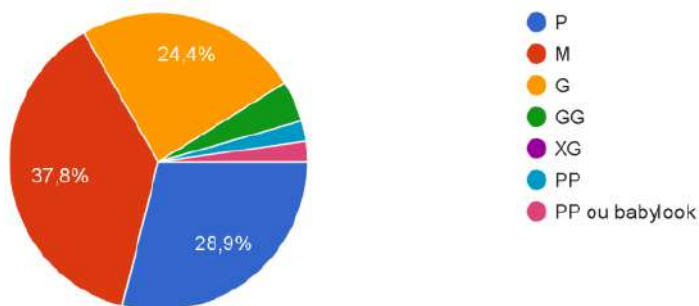
Como você descreveria seu tipo de corpo?

43 respostas



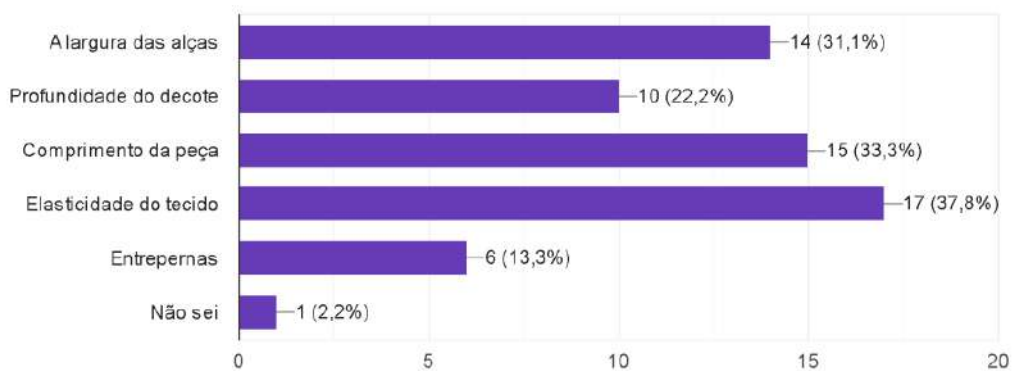
Qual numeração de roupa você geralmente usa?

45 respostas



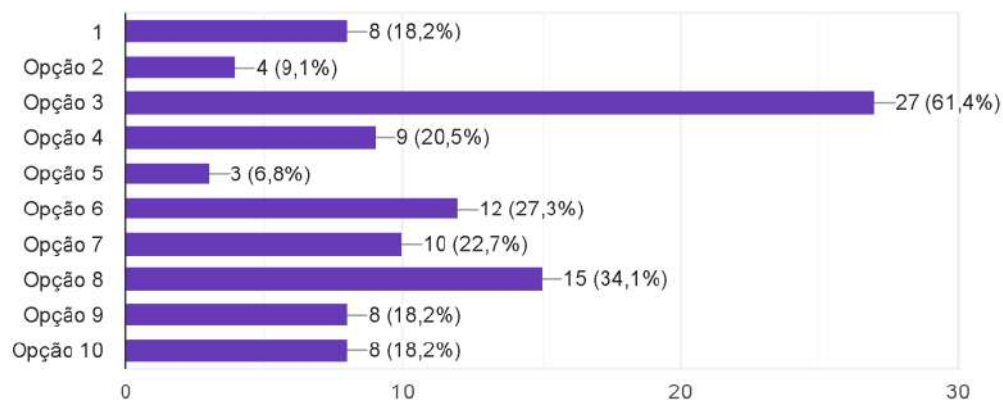
Quais elementos você gostaria que fossem melhor considerados em roupas feitas para o seu tipo de corpo?

45 respostas



Entre as peças a seguir, quais você considera mais confortáveis ao seu tipo de corpo?

44 respostas



Existe algum elemento que você sinta falta nas peças de sleepwear no geral? (Ex.: bolsos, capuz..)

45 respostas

Não

Bolsos

não

Bolso

Não.

Nao

Bolsos e as mangas que "viram" tipo luvas

Hgh