UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA – UDESC
CENTRO DE ARTES, DESIGN E MODA - CEART
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN DE VESTUÁRIO E MODA

THIAGO AUGUSTO DE OLIVEIRA ROESE

ATRIBUTOS PARA A CRIAÇÃO DAS ROUPAS SUSTENTÁVEIS DAS MULHERES PARA IGREJAS EVANGÉLICAS

FLORIANÓPOLIS
2026

Ficha catalográfica elaborada pelo programa de geração automática da Biblioteca Universitária Udesc, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

DE OLIVEIRA ROESE, THIAGO AUGUSTO
ATRIBUTOS PARA A CRIAÇÃO DAS ROUPAS SUSTENTÁVEIS DAS MULHERES PARA IGREJAS EVANGÉLICAS / THIAGO AUGUSTO DE OLIVEIRA ROESE.
-- 2026.
274 p.

Orientadora: Icléia Silveira
Dissertação (mestrado) -- Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Design e Moda, Programa de Pós-Graduação Profissional em Design de Vestuário e Moda, Florianópolis, 2026.

1. Vestuário. 2. Mulheres. 3. Igreja Evangélica. 4. Atributos. 5. Sustentabilidade. I. Silveira, Icléia. II. Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Design e Moda, Programa de Pós-Graduação Profissional em Design de Vestuário e Moda. III. Título.

THIAGO AUGUSTO DE OLIVEIRA ROESE

ATRIBUTOS PARA A CRIAÇÃO DAS ROUPAS SUSTENTÁVEIS DAS MULHERES PARA IGREJAS EVANGÉLICAS.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Moda, da Universidade do Estado de Santa Catarina – Udesc, como requisito parcial para obtenção do título de mestre (a) em Design de Vestuário e Moda (Modalidade Profissional) na área de concentração em Ciências Sociais Aplicadas.
Orientador: Prof. Dra. Icléia Silveira

FLORIANÓPOLIS

2026

THIAGO AUGUSTO DE OLIVEIRA ROESE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Moda, da Universidade do Estado de Santa Catarina – Udesc, como requisito parcial para obtenção do título de mestre (a) em Design de Vestuário e Moda (Modalidade Profissional) na área de concentração em Ciências Sociais Aplicadas.
Orientador: Prof. Dra. Icléia Silveira

BANCA EXAMINADORA

Icléia Silveira - Doutora

Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC

Membros:

Daniela Novelli - Doutora

Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC

Jacqueline Keller – Doutora

Faculdade de Tecnologia SENAC de Florianópolis

Florianópolis, 26 de Outubro de 2026

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pela oportunidade de concluir este ciclo tão importante da minha trajetória acadêmica e pessoal.

Aos meus pais, expresso minha profunda gratidão pelo apoio, incentivo e por estarem sempre ao meu lado ao longo desta caminhada.

Agradeço à Igreja Assembleia de Deus do Itacorubi por acolher e permitir a realização desta pesquisa. Aos pastores Renato e Adriana, agradeço pela receptividade e colaboração, assim como a todos os membros da igreja, especialmente às mulheres que gentilmente participaram deste estudo e contribuíram para a sua realização.

Por fim, expresso minha sincera gratidão à minha orientadora, Icléia Silveira, pelo apoio, pela orientação e pela confiança ao longo de toda esta trajetória no mestrado. Sua contribuição foi fundamental para o desenvolvimento desta pesquisa e para a conclusão desta etapa.

RESUMO

A prática religiosa influencia no modo como as mulheres evangélicas se dedicam à escolha e ao consumo de vestuário. Este comportamento está relacionado à herança cultural, traços de identidade e valores religiosos. Isto faz com que elas se reconheçam e conservem a tradição religiosa. O objetivo da pesquisa é propor atributos para a criação das roupas sustentáveis a serem utilizadas pelas mulheres nas igrejas evangélicas. Destaca-se a relevância da proposta, por entender que são conhecimentos importantes para que os designers possam explorar, argumentar, investir na moda evangélica no Brasil, considerando que podem impactar nos negócios de moda, no atendimento de qualidade para muitas consumidoras evangélicas e na sustentabilidade na moda. A classificação da pesquisa foi definida com base em Marconi e Lakatos (2017), sendo que de acordo com a sua natureza é uma pesquisa aplicada em relação a abordagem do problema. Do ponto de vista de seus objetivos trata-se de uma pesquisa descritiva. Os procedimentos técnicos para a coleta de dados contemplam a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo, cuja amostra foi composta por representantes líderes da igreja Assembleia de Deus e as mulheres evangélicas da igreja Assembleia de Deus. Para a análise dos resultados, construiu-se o Discurso do Sujeito Coletivo, ao listarem-se as ideias centrais e as expressões chave coincidentes ou semelhantes, para o desenvolvimento do conhecimento compartilhado. Pretende-se com base nos resultados teóricos e da pesquisa de campo, definir os atributos para o vestuário sustentável no que se refere aos componentes físicos (estilo, a cor e o material), em relação aos critérios ergonômicos (usabilidade, vestibilidade e conforto) que podem influenciar na decisão de compra das mulheres evangélicas.

Palavras-chave: Vestuário; Mulheres; Igreja Evangélica; Atributos; Sustentabilidade.

ABSTRACT

Religious practice influences how evangelical women approach the selection and consumption of clothing. This behavior is linked to cultural heritage, identity traits, and religious values, which allow these women to recognize themselves and uphold their religious tradition. The objective of this research is to propose attributes for the creation of sustainable clothing intended for use by women in evangelical churches. The proposal is significant, as it provides valuable insights for designers to explore, discuss, and invest in the evangelical fashion market in Brazil—an area with the potential to impact fashion businesses, the quality of service provided to many evangelical consumers, and the advancement of sustainability within the fashion industry. Following the classification framework established by Marconi and Lakatos (2017), this study is categorized as applied research in terms of its approach to the problem, and as descriptive research in terms of its objectives. Data collection involved both a literature review and field research, with a sample consisting of female leaders and members of the Assemblies of God (Assembleia de Deus) church. To analyze the results, the Collective Subject Discourse method was employed, identifying recurring or similar central ideas and key expressions to develop a shared body of knowledge. Based on both theoretical findings and field research, the study aims to define attributes for sustainable clothing—covering physical components (style, color, and materials) as well as ergonomic criteria (usability, fit, and comfort)—that may influence the purchasing decisions of evangelical women.

Keywords: Clothing; Women; Evangelical Church; Attributes; Sustainability.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Infográfico da fundamentação teórica 26
Figura 2 - Infográfico da fundamentação teórica 26
Figura 3 - Infográfico da fundamentação teórica 27
Figura 4 - Linha do tempo na moda 28
Figura 5 - Operárias na revolução industrial 29
Figura *6* - Alta Costura de Charles Frederick Worth 29
Figura *7* - A moda no século XX 30
Figura *8* - Elizabeth Taylor em campanha de sabonete na década de 1950 31
Figura *9* - Campanha da década de 1950, focada no serviço ao lar e à família 31
Figura *10* - Revista Feminina "Manequim" na década de 1980 32
Figura *11* - publicação no Instagram da marca C&A 32
Figura *12* - Exemplo de estilo elegante 39
Figura *13* - Exemplo de estilo tradicional 40
Figura *14* - Exemplo de estilo casual 40
Figura *15* - Exemplo de estilo criativo 41
Figura *16* - Exemplo de estilo romântico 41
Figura 17 - Frida Vingren 44
Figura *18* - Diaconisa Emília Costa 45
Figura *19* - Exemplo de moda modesta 47
Figura *20* - Ilustração de mulheres nos tempos bíblicos 50
Figura *21* - 1° Templo da Igreja Assembleia de Deus 52
Figura *22* - Fotografia de algumas mulheres assembleianas na década de 1950 53
Figura *23* - Fotografia de algumas mulheres assembleianas na década de 1990 54
Figura *24* - Fotografia de algumas mulheres assembleianas no século XXI 55
Figura *25* - Exemplo de dress code 57
Figura *26* - Exemplo de vestimenta apropriada para o ambiente corporativo 58
Figura *27* - Captura de tela do website da marca Kauly 60
Figura 28 - Captura de tela do Portal Via Evangélica 61
Figura *29* - Captura de tela do website da marca Fascínius 61
Figura 30 - Captura de tela do website da marca Kibella 62
Figura *31* - Silhuetas principais do século XX 62
Figura *32* - Exemplo de estilo romântico 63
Figura 33 - Exemplo de estilo casual 63
Figura 34 - Exemplos de estilo executivo 64

Figura 35 - Exemplos de estilo esportivo.....64
Figura *36* - Captura de tela do feed de Instagram da influenciadora Cris Felix 65
Figura *37* – Instagram Renata Castanheira 65
Figura *38* - Captura de tela do perfil no Instagram da influenciadora Paola Santana.....66
Figura 39 - Alguns produtos da linha de cosméticos PS Beauty 66
Figura *40* - Tripé da sustentabilidade.....67
Figura *41* - Etapas da Avaliação do Ciclo de Vida 67
Figura 42 - Fibras têxteis 85
Figura *43* - Tecelagem plana e malharia.....87
Figura 44 - Tecido e nãotecido 88
Figura *45* - Atributos dos tecidos.....88
Figura 46 - Infográfico dos procedimentos metodológicos 92
Figura 47 - Infográfico dos procedimentos metodológicos 93
Figura *48* - Capa Revista Catálogo Atributos para uma Coleção Cristã Sustentável 224
Figura 49 - Sumário 225
Figura *50* - Da escuta ao design.....226
Figura *51* - O nosso compromisso com a sustentabilidade.....227
Figura 52 - Ser vista.....228
Figura 53 - Sentir-se bem.....229
Figura *54* - Vestir com propósito 230
Figura 55 - Funcionar bem.....231
Figura *56* - Expressar identidade 232
Figura 57 - Escolher Materiais.....233
Figura 58 - Consumir melhor.....234
Figura *59* - Sustentabilidade na moda.....235
Figura *60* - Sustentabilidade em todas as escolhas 236
Figura *61* - Beleza que permanece.....237

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Proporção em denominações, por sexo 43
Gráfico 2 - Descarte e reutilização de têxteis 68
Gráfico 3 - Trajetórias geográficas 109
Gráfico 4 - Diversidade de renda mensal 110
Gráfico 5 - Etnias 111
Gráfico 6 - Distribuição das participantes por faixa etária 112
Gráfico 7 - Locais de compra 113
Gráfico 8 - Prioridades na escolha do vestuário 114
Gráfico 9 172
Gráfico 10 173
Gráfico 11 175
Gráfico 12 176
Gráfico 13 177
Gráfico 14 179

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Classificação da pesquisa 24
Quadro 2 - Estilos 38
Quadro 3 - Tipos de ergonomia 71
Quadro 4 - Contribuições da ergonomia no Planejamento e Desenvolvimento Produtivo 73
Quadro *5* - Formulário utilizado como instrumento auxiliar na avaliação de produtos 74
Quadro *6* - Funções dos produtos 76
Quadro *7* - Critérios ergonômicos para a criação de produtos 77
Quadro *8* - Preocupações com a ergonomia no processo de uso do vestuário 78
Quadro 9 - Aspectos da usabilidade 79
Quadro *10* - Princípios da usabilidade 80
Quadro *11* - Atributos dos produtos 81
Quadro *12* - Simbologia das cores 83
Quadro *13* - Principais fibras utilizadas na produção do vestuário 85
Quadro *14* - Categorias e Subcategorias de análise 99
Quadro *15* - Resultados a observação não participativa 107

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 116
Tabela 2 117
Tabela 3 119
Tabela 4 120
Tabela 5 122
Tabela 6 123
Tabela 7 125
Tabela 8 126
Tabela 9 129
Tabela 10 130
Tabela 11 132
Tabela 12 133
Tabela 13 136
Tabela 14 137
Tabela 15 143
Tabela 16 144
Tabela 17 147
Tabela 18 148
Tabela 19 152
Tabela 20 153
Tabela 21 155
Tabela 22 156
Tabela 23 160
Tabela 24 161
Tabela 25 162
Tabela 26 163
Tabela 27 165
Tabela 28 166
Tabela 29 180
Tabela 30 181

ÍNDICE

1 INTRODUÇÃO 18

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA 18
1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA 20
1.3 OBJETIVOS 22
1.3.1 Objetivo geral 22
1.3.2 Objetivos específicos 22
1.3.2.1 Objetivos específicos relacionados a fundamentação teórica 22
1.3.2.2 Objetivos específicos relacionados ao caminho metodológico 22
1.4 JUSTIFICATIVA 23
1.5 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA 24
1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO 24

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 26

2.1 CONTEXTO DA MODA E O CONSUMO FEMININO 27
2.2 A LINGUAGEM DAS ROUPAS 33
2.2.1 Sistema de representação cultural: capitais e práticas discursivas 34
2.3 ESTILO 37
2.4 MODA EVANGÉLICA FEMININA E O COMPORTAMENTO DE CONSUMO 46
2.5 NORMAS DE USOS E COSTUMES PARA FREQUENTAR TEMPLOS RELIGIOSOS 49
2.5.1 Usos e costumes na igreja pentecostal Assembleia de Deus 51
2.6 MODA MODESTA: NOVAS PERCEPÇÕES SOBRE O CÓDIGO DE VESTIMENTA (*DRESS CODE)* 56
2.7 AS MULHERES NO CONTEXTO DA A MODA EVANGÉLICA 59
2.8 MODA E SUSTENTABILIDADE 66
2.8.1 A sustentabilidade e a moda nas igrejas 69
2.9 ERGONOMIA 70
2.9.1 Ergonomia de Produto 72
2.9.2.1 Ergonomia do produto de vestuário 74
2.9.2.2 Usabilidade aliada aos princípios de ergonomia 78
2.10 ATRIBUTOS DOS PRODUTOS 81
2.10.1 Atributos do vestuário 82
2.10.1.1 Cores 82
2.10.1.2 O impacto da cor do vestuário nas pessoas 83
2.11 MATERIAIS TÊXTEIS 84

2.11.1 O Tecido 87
2.11.1.1 Atributos dos tecidos 88
2.12 ASPECTOS DA TEORIA A SEREM APLICADOS NA PROPOSTA DA PESQUISA 89

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 92

3.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA 93
3.1.1 Quanto a natureza ou finalidade da pesquisa 93
3.1.2 Quanto à abordagem do problema 93
3.1.3 Quanto aos Objetivos 93
3.2 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS DE COLETA DE DADOS 94
3.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS 94
3.4 TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS 95
3.5 AMOSTRA DE PESQUISA 96
3.5.1 Critérios e justificativa da escolha da amostra 97
3.5.2 Delimitação da Pesquisa 97
3.6 DETALHAMENTO DAS ETAPAS DA PESQUISA 98
3.6.1 Primeira etapa – Fundamentação teórica 98
3.6.2 Segunda etapa – Seleção da amostra 99
3.6.3 Terceira etapa – Elaboração dos roteiros de entrevistas 99
3.6.4 Quarta etapa - Comitê de ética 100
3.6.5 Quinta etapa - Observação não participante 100
3.6.6 Sexta etapa - Entrevistas 101
3.6.7 Sétima etapa - Organização das informações e análise dos dados 101

4 ANÁLISE, RESULTADOS E DISCUSSÃO 104

4.1 ENTREVISTA COM INSTITUIÇÃO PARCEIRA 104
4.1.1 Caracterização da instituição 104
4.1.2 Critérios para vestimenta 105
4.2 OBSERVAÇÃO NÃO PARTICIPANTE 105
4.3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DO PRIMEIRO QUESTIONÁRIO 107
4.3.1 Caracterização da amostra 108
4.3.2 Resultados das questões de múltipla escolha 112
4.3.3 Análise e resultados das perguntas discursivas – pesquisa com as participantes membras da igreja (Apêndice C). 115
4.3.3.1 Perspectiva em relação ao vestir 115
4.3.3.2 Perspectivas sobre o vestir na atualidade 119

4.3.3.3 Percepções sobre mudanças ao longo do tempo 121
4.3.3.4 Opiniões sobre melhorias na moda evangélica 128
4.3.3.5 Dificuldades no consumo de vestimentas adequadas à crença de fé 132
3.3.3.6 Preferências sobre vestimenta 138
4.3.3.7 Análise descritiva do primeiro questionário 139
4.4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DO SEGUNDO QUESTIONÁRIO 141
4.4.1 Cores 142
4.4.2 Mudança de comportamento 146
4.4.3 Vestimenta em eventos de contexto religioso 147
4.4.4 Simbologia das cores 150
4.4.5 Introversão vs extroversão 151
4.4.6 Inovação vs conservadorismo 151
4.4.7 Percepção sobre as cores mais utilizadas na igreja 152
4.4.8 Proibição de cores 154
4.4.9 Julgamentos sobre a cor em terceiros 155
4.4.10 Escolha de tecidos e materiais para cultos 158
4.4.11 Tecidos e materiais evitados para contexto religioso 158
4.4.12 Código de vestimenta percebido 159
4.4.13 Sobre o uso de calças 162
4.4.14 Escolha do vestuário 164
4.4.15 Uso de saias e vestidos 167
4.4.16 Decotes e saias curtas 169
4.4.17 Atributos físicos e táteis 171
4.4.18 Critérios gerais na escolha do vestuário 173
4.4.19 Estilo pessoal 174
4.4.20 Atributos técnicos 176
4.4.21 Critérios de usabilidade 177
4.4.22 Aspectos estéticos 178
4.4.23 Sustentabilidade 179
4.5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS 182
4.5.1 Percepção em relação ao vestir 183
4.5.2 Perspectivas sobre o vestir na atualidade 184
4.5.3 Percepções sobre mudanças ao longo do tempo 186
4.5.4 Opiniões sobre melhorias na moda evangélica 191
4.5.5 Dificuldades no consumo de vestimentas adequadas à crença de fé 194

4.5.6 Preferências em relação a peças de roupa *196*
4.5.7 Cores *196*
4.5.8 Mudança de comportamento *198*
4.5.9 Vestimenta em eventos de contexto religioso *200*
4.5.10 Simbologia das cores *201*
4.5.11 Introversão vs extroversão *202*
4.5.12 Inovação vs conservadorismo *203*
4.5.13 Percepção sobre as cores mais utilizadas na igreja *204*
4.5.14 Proibição de cores *205*
4.5.15 Julgamentos sobre a cor em terceiros *205*
4.5.16 Escolha de tecidos e materiais para cultos *206*
4.5.17 Tecidos e materiais evitados para contexto religioso *207*
4.5.18 Código de vestimenta percebido *208*
4.5.19 Sobre o uso de calças *209*
4.5.20 Escolha do vestuário *210*
4.5.21 Uso de saias e vestidos *211*
4.5.22 Decotes e saias curtas *212*
4.5.23 Atributos do vestuário *214*
4.5.24 Estilo pessoal *219*
4.5.25 Sustentabilidade *220*

5 ATRIBUTOS ESTÉTICOS, FUNCIONAIS E ERGONÔMICOS PARA A CRIAÇÃO DE PEÇAS DE VESTUÁRIO SUSTENTÁVEL A SEREM UTILIZADAS PELAS MULHERES DAS IGREJAS EVANGÉLICAS **222**

6 CONCLUSÃO **239**

REFERÊNCIAS **245**

APÊNDICE A – PARECER CONSUBSTANCIADO COMITÊ DE ÉTICA **262**

APÊNDICE B – OFÍCIO DO JUIZ **267**

APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA APLICAR COM REPRESENTANTES DA IGREJA **268**

APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA APLICAR COM MULHERES EVANGÉLICAS **269**

APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO PARA APLICAÇÃO COM MULHERES EVANGÉLICAS **271**

ATESTADO FINAL 274

1 INTRODUÇÃO

A crença e a religião desde a antiguidade fazem parte da vida do ser humano e, com o passar do tempo, vem se difundindo cada vez mais seus usos e costumes. Com o crescimento do público das igrejas evangélicas, surgiu a necessidade de desenvolver peças de vestuário específicas, mediante suas restrições e preceitos religiosos. Isto porque o vestuário tem que atender a este público com produtos de qualidade, sustentáveis, com conforto e condizentes com as doutrinas religiosas. O capítulo introdutório apresenta o tema da dissertação, contextualiza o problema de pesquisa, apresenta o objetivo geral, objetivos específicos, a justificativa indicando a sua relevância, a metodologia utilizada e a estrutura do trabalho. O tema está vinculado à linha de pesquisa "Design e Tecnologia do Vestuário", do Programa de Pós-Graduação em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina (PPGModa/Udesc).

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA

Vestuário é o conjunto de peças de roupa usadas para cobrir o corpo, servindo a propósitos práticos, sociais e culturais. Ele inclui roupas essenciais como vestidos, calças e camisetas, além de acessórios e peças mais elaboradas, e acompanha a evolução da sociedade e da moda. Suas funções vão desde a proteção contra o clima até a expressão de identidade, profissão e crenças (Veblen, 1980, p. 104). As vestes incluem questões simbólicas e socioculturais, como identidade, *status*, valores e crenças de uma pessoa ou um grupo. Neste contexto, o vestuário se articula com a moda, maneira como os membros de uma sociedade expressam seus valores, ideologias, cultura, personalidade, religião entre outros. A moda pode, então, ser conceituada como "ethos das sociedades modernas e individualistas, que, constituído em significante, articula as relações entre os sujeitos sociais a partir da aparência e instaura o novo como categoria de hierarquização dos significados" (Sant'Anna, 2007, p. 88).

A moda é *ethos* (o termo que indica, de maneira geral, os traços característicos de um grupo, do ponto de vista social e cultural, que o diferencia de outros, seria assim, um valor de identidade social). Abrange a sociedade, do lazer e do desencaixe, do prazer de ver e ser visto. É o *ethos* da moda que permite a interação entre os sujeitos e o mundo por meio da experiência estética. É considerada uma forma de distinção de grupos sociais, onde o vestuário se torna uma identidade marcante (Sant'Anna, 2007). Sendo assim, porém, também é preciso pensar em roupas sustentáveis confeccionadas com materiais de baixo impacto ambiental, que sejam mais duráveis podendo ser pensado em modelos atemporais.

Visando atender as mulheres evangélicas, surge um nicho de mercado no contexto do consumo de moda evangélica que tem se intensificado e proporcionado novas identidades que vêm

sendo reiteradas pelas mulheres evangélicas (Silva, 2018). A escolha do vestuário para uso nas igrejas pode ser uma combinação de estilo pessoal com as exigências do ambiente religioso, onde existem um conjunto de regras, implícitas ou explícitas, que orientam o tipo de roupa mais adequada, que estabeleça um padrão visual em harmonia com os preceitos religiosos. Claro, sem deixar a elegância e o estilo de lado, afinal, as mulheres evangélicas também gostam de moda (Santos, 2022). Por isso, a moda evangélica se tornou um mercado promissor no Brasil e em contínua expansão porque as marcas que produzem roupas para esse nicho de mercado passaram a comunicar tendências de moda, saindo das roupas "evangélicas tradicionais" e inserindo produtos vinculados a moda, porém, dentro dos padrões evangélicos.

Destaca-se que o aumento da população evangélica no Brasil tem provocado mudanças não só no perfil religioso do país, como também no comportamento de consumo. Segundo dados do Censo 2022, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os evangélicos já representam 26,9% da população brasileira. A pesquisa Gospel Power 2025, da Zygon Adtech em parceria com a EIXO *part of B &Partners,* mostra que o crescimento da comunidade evangélica impulsiona mudanças no consumo, na estética, no comportamento e no mercado, consolidando um segmento econômico bilionário.

No entanto, no consumo de roupa evangélica, as mulheres são diretamente influenciadas pelos grupos sociais nos quais estão inseridas. No momento da compra, a escolha precisa atender uma série de normativas que não se resumem somente ao estilo próprio, mas também às premissas sociais que culminam na sensação de bem-estar e senso de pertencimento ao grupo, portanto, a compra geralmente tem ligação direta com "usos e costumes" relacionados à igreja diretamente ligadas aos cultos e eventos sociais que sugerem diferentes escolhas de vestimenta: congressos, ensaios, cultos semanais, entre outros (Rossi, 2015).

Sendo assim, o contexto teórico traz o código de vestimentas, por ser um conjunto de regras que ditam a forma de apresentação do vestuário a ser aplicado no meio em que as pessoas estão inseridas, bem como a comunicação por meio da linguagem das roupas. Como trata-se da criação de vestuário (que corresponde ao conjunto das peças de roupas), aborda-se os processos de design e de moda para o desenvolvimento de produtos, trazendo os atributos que compõem as características dos produtos, envolvendo a cor e o material, que podem influenciar o interesse do consumidor em relação ao produto. Porém, no caso das mulheres evangélicas, estas podem avaliar os atributos de uma peça de vestuário de forma diferente, levando em consideração seu estilo, crenças e o ambiente social.

Nesta conjuntura, é necessário conhecer as qualidades do tecido (estéticas e funcionais) e a maneira como se modelam ao corpo, sua textura, cor, estampa, superfície seu caimento que darão conforto ao corpo. Indica-se nesta pesquisa os atributos dos tecidos para o vestuário, visando serem feitos por parte das mulheres evangélicas a escolha do tecido ideal, que vai depender da finalidade da

peça, da estação do ano e das preferências individuais destas consumidoras. Isto pode ser influenciado pelo estilo próprio de cada pessoa.

Como os produtos de vestuário se destinam a satisfação e o conforto dos usuários, a aplicação dos aspectos da ergonomia física é necessária para conhecer a forma e as medidas do corpo do usuário, tendo em vista a relação direta com sua forma física, ações, movimentos e equilíbrio do corpo. Neste contexto aborda-se a usabilidade que trata da adequação entre o produto e as tarefas, cujo desempenho ele se destina, envolvendo o usuário (como ele utilizará) e o contexto (onde será utilizado). Neste mesmo sentido, aborda-se a vestibilidade que se refere ao grau de conforto (físico, mental, emocional e social) proporcionado por um objeto ou dispositivo montado no corpo. Sendo essencial para a interação entre o corpo do usuário e a forma física do dispositivo - ergonomia do objeto montado no corpo.

Portanto, os atributos do vestuário incluem suas funções básicas (proteção e adorno), sua classificação por tipo de peça (conforto, usabilidade, vestibilidade) sua composição (tecido, material), e características estéticas (cor, formas, estilo), além do seu significado cultural e social, que pode transmitir uma imagem tradicional, seguindo tendências de moda para um estilo mais contemporâneo.

1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

Na esfera religiosa, as mulheres exprimem significados por meio de suas vestimentas para valorização da identidade social. Sendo identificadas, assim pelo seu grupo ou por indivíduos de grupos distintos como sendo uma mulher evangélica. Neste sentido, a moda e vestuário fazem parte da sociedade, representam uma linguagem de comunicação para com as demais pessoas. Segundo Barnard (2003, p. 49), são fenômenos culturais, com vários significados, dependendo das experiências, dos valores e crenças de uma sociedade. Essa relação pode ser percebida em todas as culturas, pois marcam a que grupo se pertence. Da mesma forma, as mulheres evangélicas também se valem das roupas para informar ao mundo quem são, sem que haja conflito com as tradições e costumes, sobretudo aquelas fiéis as igrejas evangélicas. No entanto, não é fácil para estas mulheres encontrar roupas que vão de encontro aos seus estilos, estando vinculadas a moda e que se alinhem aos seus valores e aos conceitos de uma moda sustentável. A indústria da moda é a segunda maior poluente do mundo, segundo a Veja (2025), gerando 92 milhões de toneladas de resíduos por ano (Niinimäki et. al., 2020). Por esta razão, a moda necessita de um olhar sustentável, prezando pelo ciclo de vida do produto e o não descarte. A sustentabilidade não é apenas uma forma de conscientização para o universo da moda, mas pode aparecer de forma rentável, gerando lucros e ampliando negócios, uma vez que é um mercado em expansão (Galleli et. al., 2015). A moda sustentável é um assunto abordado de forma recorrente na sociedade, para mudar o comportamento

de consumo. Procura gerar no cliente uma experiência de compra associada ao compromisso social e ambiental (Ertekin; Atik, 2000).

Nesse contexto, os produtos de vestuário trazem significados culturais embutidos, que para os consumidores podem estar explícitos ou implícitos. Na esfera do consumo, os aspectos simbólicos e culturais constituem fácil percepção de ligação com o ato de comprar moda. Neste mercado consumidor, a moda se destaca por entrelaçar valores e significados sociais e psicológicos que se fazem relevantes no seu entendimento, expressando a construção da identidade por meio de vestuário, acessórios, entre outros. Neste sentido, a moda é um construto que cria e transfere distintos significados culturais. Inúmeros fenômenos são afetados pela dinâmica da moda, sejam eles culturais ou artísticos de vestuário, entre outros (Dulci, 2009).

Portanto, o vestuário auxilia no desempenho de distintos papéis sociais que as mulheres podem representar. Funciona como um sistema complexo de marcadores sociais, comunicando e refletindo a identidade, o *status*, o pertencimento a grupos e as normas culturais de uma pessoa. Vai além da simples função de proteção, servindo como uma linguagem visual poderosa.

Neste contexto, as mulheres evangélicas podem utilizar as roupas para manter a sua religiosidade, mas sem perder o que a moda tem para oferecer, como os recursos da estética (cores, formas), dos tecidos com caimento adequado, observando os aspectos ergonomia para o conforto das peças, sem que contraste com os preceitos da igreja. Na medida, em que o relacionamento da moda e da religião se enfrentam dentro da sociedade contemporânea, é fundamental levar em consideração os valores (de caráter social e psicológico), os costumes e as tradições religiosas no que diz respeito ao uso das roupas por mulheres evangélicas nos espaços religiosos e em outros ambientes de convívio social. As mulheres anseiam por consumir a moda não apenas pelo vestuário, mas principalmente pelo autoconceito, identidade, modos de expressão e suas características individuais de estilo.

No entanto, para as mulheres que tem uma religião onde existem condutas específicas para as práticas nos espaços religiosos, esta questão indica que há necessidade de definir atributos para a criação de vestuários que possam serem são utilizados nestes ambientes e que precisam ser do conhecimento dos designers de moda. O corpo é uma linguagem, o vestuário precisa estar adequado para cada espaço específico, observando sua função de uso. Assim sendo, a moda tem o poder de trabalhar o psicológico, a comunicação e a aparência, fatores que são de extrema importância para a inserção social e pertencimento ao grupo religioso, acatando um estilo de vida, que é respeitado e seguido por todos os integrantes da igreja.

No entanto, o vestuário criado para mulheres evangélicas com tendências de moda, não são oferecidos em quantidades diversificadas e qualidades necessárias. Os criadores da moda precisam conhecer e incluir nas suas coleções significados simbólicos que representem e expressem crenças, valores e o sagrado da religião, bem como aspectos socioculturais profundos, e contextos específicos

de cada comunidade de fé. Mais do que apenas cobrir o corpo, a roupa funciona como um marcador de identidade religiosa e um meio de expressar publicamente a fé e a adesão a certos princípios.

Neste contexto de mercado, os designers de moda com base em informações pertinentes sobre as características da consumidora evangélica, podem criar roupas que estejam de acordo com as restrições de vestuário que são impostas pela igreja. Porém, é importante interpretar o universo de pertencimento das mulheres evangélicas no decorrer do desenvolvimento de produtos, pois estas são potenciais consumidoras, que podem utilizar a moda, por meio de escolhas feitas na composição de sua apresentação pessoal e no seu autoconceito que considerem ideal aos costumes religiosos. Diante destas questões o problema de pesquisa é: Como aplicar atributos (estéticos, funcionais e ergonômicos) para a criação de vestuário sustentável para as mulheres evangélicas?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Propor atributos estéticos, funcionais e ergonômicos para a criação de peças de vestuário sustentável a serem utilizadas pelas mulheres das igrejas evangélicas.

1.3.2 Objetivos específicos

1.3.2.1 Objetivos específicos relacionados a fundamentação teórica

a) Abordar o contexto da moda e o consumo feminino;
b) Contextualizar a moda evangélica feminina e o comportamento de consumo;
c) Destacar as normas de usos e costumes no contexto da moda para frequentar templos religiosos;
d) Abordar o código do vestir e a linguagem das roupas;
e) Identificar atributos estéticos, funcionais e ergonômicos para uso de vestuário;
f) Observar a relação entre as mulheres religiosas e a moda evangélica;
g) Verificar como a utilização das roupas podem contribuir para a sustentabilidade na moda.

1.3.2.2 Objetivos específicos relacionados ao caminho metodológico

a) Realizar observação não participativa do modo de vestir das mulheres evangélicas durante o culto e eventos sociais;

b) Entrevistar dirigentes da Igreja Assembleia de Deus para conhecer as orientações sobre o uso do vestuário impostas pela igreja;

c) Selecionar para entrevista 3 grupos de mulheres evangélicas de diferentes idades: grupo 1-mulheres acima de 60 anos; grupo 2- mulheres com 40 até 50 anos; grupo 3 – mulheres de 18 a 30 anos para entender suas perspectivas, prioridades e preferencias distintas na escolha do vestuário;

d) Identificar quais atributos com mulheres da Igreja Assembleia de Deus que consideram importantes para a escolha de peças de vestuário.

1.4 JUSTIFICATIVA

A motivação deste projeto é pessoal, pois o autor é cristão e frequenta a igreja Assembleia de Deus, onde pode observar a problemática que ocorre com o vestuário das mulheres. Existem dúvidas por meio das fiéis em relação ao vestir, como conectar as regras da igreja à moda, havendo modéstia e equilíbrio. Contudo este tema é importante pois está relacionado diretamente a obediência da mulher em Deus em relação ao vestir, ao servir à igreja e a sua crença de fé. Uma vez que as fiéis se sintam seguras no vestir, tendo acesso às informações de moda juntamente as regras cristãs, podem proporcionar resultados positivos em seu desempenho na sociedade.

No âmbito das Igrejas Evangélicas, destaca-se a relevância da pesquisa por entender a importância das relações sociais e a vida cotidiana, pois as roupas refletem a identidade, os valores, as crenças e as práticas de um grupo religioso. A pesquisa contribui para compreender a evolução dos usos e costumes dentro da igreja, a interpretação das normas das igrejas, o papel da moda integrada a fé religiosa e a sustentabilidade na moda. As roupas usadas na Igreja Assembleia de Deus são um indicador de identidade e valores pessoais, bem como das práticas religiosas e sociais que compõem a identidade das pessoas dentro desse contexto subcultural.

O mercado consumidor evangélico já movimenta R$ 21,5 bilhões por ano no Brasil e influencia hábitos de consumo, representatividade, comunicação, política, estética e consumo. Segundo o estudo chamado “lifestyle gospel” o mercado movimenta R$ 21,5 bilhões por ano, valor superior ao mercado nacional de influenciadores digitais. A pesquisa analisou 228 mil menções no TikTok, Instagram e Twitter, além de entrevistas com líderes religiosos e análise documental (Gospel Power, 2025).

Portanto, o consumo de roupas femininas evangélicas é um mercado em expansão que se caracteriza pela busca de peças que aliem modéstia e estilo, como saias, vestidos e blusas com mangas mais compridas e decotes discretos, priorizando peças de roupas para o vestuário que se alinhem com a fé.

No entanto, o comportamento das consumidoras é influenciado por valores pessoais e pela prática religiosa. É necessário compreender este público, que possui características peculiares que os diferencia das demais, para que o mercado da moda possa atingi-los com eficiência utilizando os atributos que valorizam para o seu vestuário. E por sua vez, contribuir para o design de moda com informações pertinentes sobre o consumidor evangélico para que possam ser criadas roupas que estejam de acordo com as restrições de vestuário que são impostas pela igreja Assembleia de Deus e ao mesmo tempo com atributos que venham de encontro com os consumidores finais.

Uma pesquisa sobre vestuário evangélico está relacionada a diversos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), principalmente o ODS 8 (TRABALHO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÔMICO) devido ao impacto no mercado de trabalho e na produção e o ODS 12 (CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS) pela influência na demanda e nos padrões de consumo, assim como na sustentabilidade. Adicionalmente, há ligações com o ODS 10 (Redução das Desigualdades), ao abordar questões de nicho e marketing direcionado, e potencialmente com o ODS 3 (Boa Saúde e Bem-Estar) ao promover a modéstia e o bem-estar psicológico por meio da moda.

1.5 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

A classificação da pesquisa foi definida com base em Marconi e Lakatos (2017), sendo de acordo com a sua natureza pesquisa aplicada; em relação a abordagem do problema pesquisa qualitativa e quantitativa; do ponto de vista de seus objetivos pesquisa descritiva. O Quadro 1 mostra o resumo da classificação da pesquisa.

Quadro 1 - Classificação da pesquisa

Natureza da Pesquisa	Aplicada
Quanto à abordagem do problema	Qualitativa e Quantitativa
Quanto à abordagem do Objetivo	Descritiva
Procedimentos técnicos para coleta de dados	Pesquisa Bibliográfica Pesquisa de campo
Instrumentos para a coleta de dados	Observação Não Participativa Entrevista Questionário
Local	Igreja Evangélica

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2025).

Os procedimentos técnicos e metodológicos citados no Quadro 1 estão explicados com mais detalhes no capítulo três desta dissertação.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

Primeiro Capítulo – Introdução - Traz à contextualização do tema, a definição do problema, o objeto geral e os específicos da pesquisa, a justificativa da escolha do tema, sua relevância, metodologias usadas e a estrutura da dissertação.

Segundo Capítulo – Fundamentação Teórica - Aborda os embasamentos teóricos que darão suporte a obtenção dos objetivos da dissertação. Conforme o estudo, faz o detalhamento das seções abordadas.

Terceiro Capítulo – Procedimentos Metodológicos - Descreve os Procedimentos Metodológicos e fases da pesquisa realizada, na elaboração da proposta da coleção de estampas. Conforme o estudo, faz o detalhamento adequado.

Quarto Capítulo – Apresentação dos Resultados da Pesquisa - Responde ao objetivo Geral.

Quinto Capítulo – Título conforme o estudo - Resultado contendo a proposta pesquisa.

Sexto Capítulo – Conclusão ou Considerações Finais - Apresenta as conclusões finais, respondendo aos objetivos da pesquisa e do caminho metodológico que constam na INTRODUÇÃO.

Referências - Finaliza o trabalho com as referências bibliográficas usadas na elaboração teórica da dissertação (todas referenciadas no estudo).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica tem como objetivo desenvolver o embasamento que sustenta a investigação, contextualizando os conceitos e teorias mais relevantes para solucionar o problema de pesquisa. Serão abordados os conhecimentos sobre: Normas de usos e costumes para frequentar templos religiosos, o código do vestir, linguagem da roupa, finalmente Atributos do Vestuário, como mostram as Figuras 1 a 3.

Figura 1 - Infográfico da fundamentação teórica

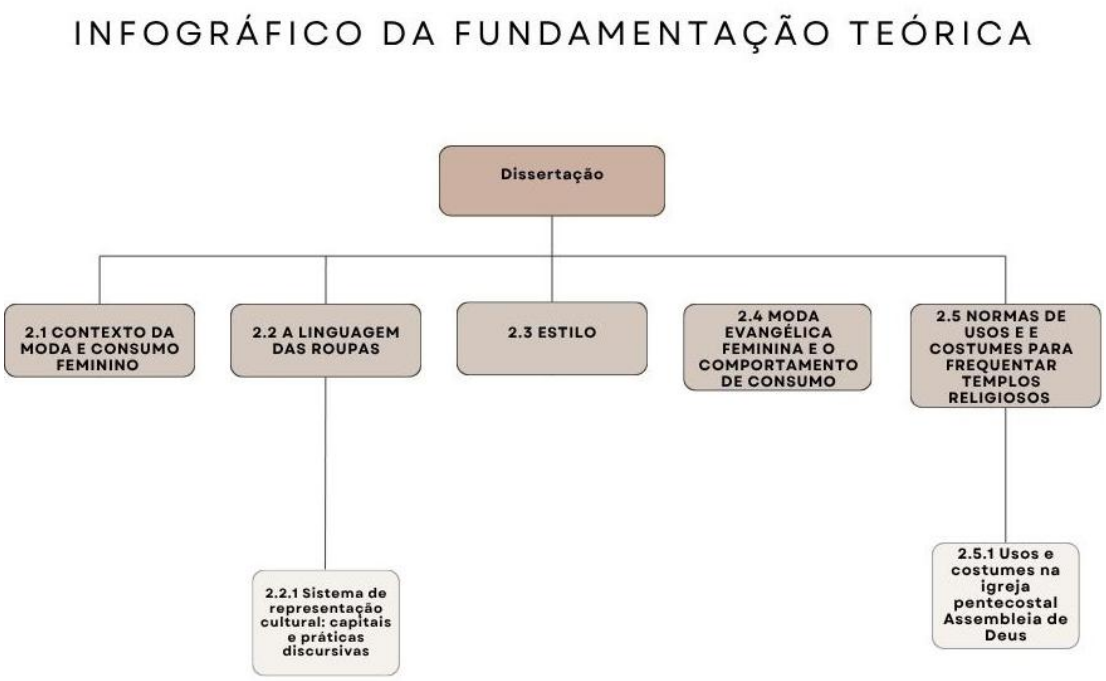


Figura 2 - Infográfico da fundamentação teórica

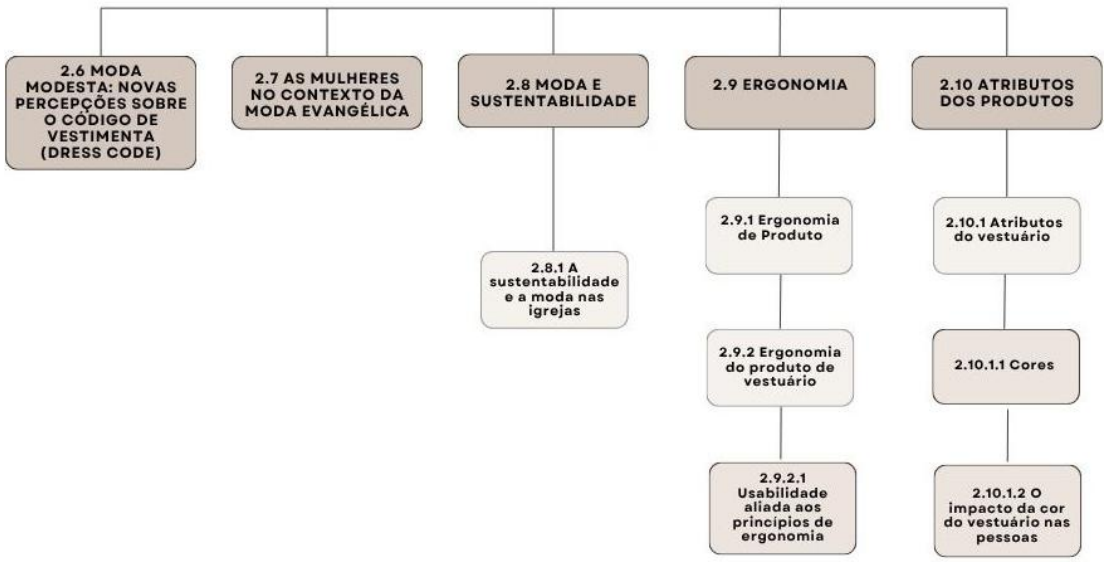


Figura 3 - Infográfico da fundamentação teórica



Fonte: Elaborado pelo autor, 2026.

Todos os fundamentos teóricos apontados nas figuras estão devidamente descritos na sequência.

2.1 CONTEXTO DA MODA E O CONSUMO FEMININO

A moda e o consumo feminino estão diretamente ligados, uma vez que o comércio de moda está sempre mudando e trazendo novidades para manter a engrenagem do consumo girando. Dito isso, Pollini (2007) cita que a palavra moda vem de *mode* (origem francesa), que significa “modo” e passou a ser usada no contexto de vestuário a respeito dos gostos, escolhas e preferências estéticas. A autora ainda afirma que a moda é um “sistema de funcionamento social” e “ocidental” (Pollini (2007, p.17), que passou a funcionar no final da idade média, na Europa. Lipovetsky (1987, p. 24) contextualiza essa ideia, afirmando que “a fantasia exibe seus artifícios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria de formas e ornamentações já não é exceção, mas regra permanente: a moda nasceu”.

Sendo assim, Lipovetsky (1987) segue o seu raciocínio, onde a moda passou a existir e mudar com frequência, sendo um mecanismo de diferenciação social, onde as classes sociais mais abastardas da época criavam suas vestes, diferenciando cores e modelagens, para se sobreporem as classes consideradas inferiores. Ainda em relação a mudança, o autor cita que o novo passou a ser importante para as elites e que a novidade era sempre algo a ser “seguido”. A Figura 4, mostra uma linha do tempo, onde ocorreram mudanças no vestuário.

Figura 4 - Linha do tempo na moda

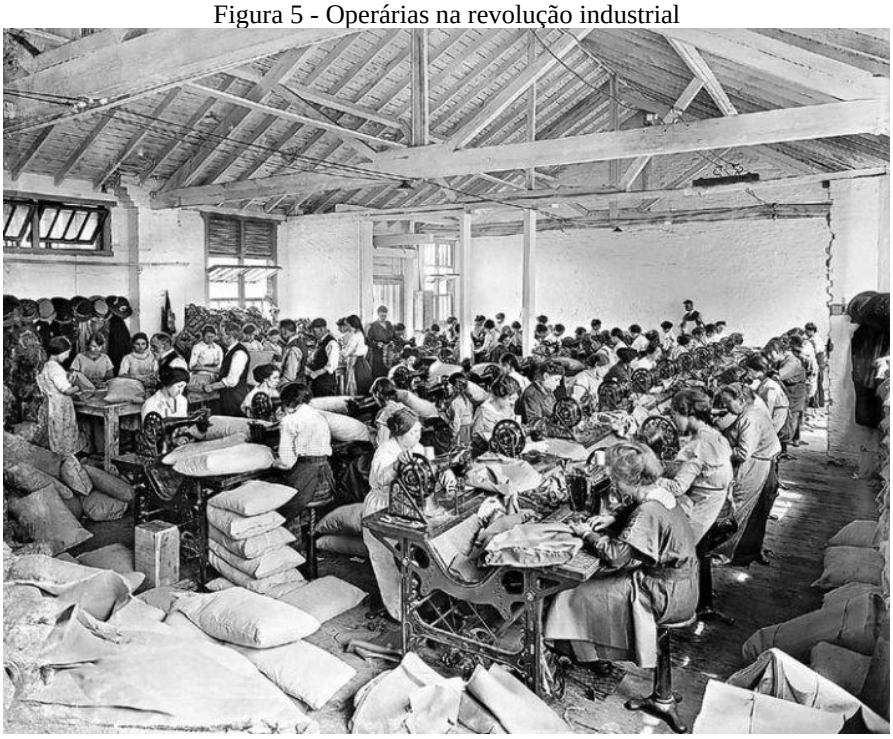


Fonte: https://areademulher.r7.com/curiosidades/historia-da-moda/

Alguns marcos dentro da história da moda, segundo Pollini (2007), foram a ascensão da burguesia, a revolução francesa e a revolução industrial. Em relação a burguesia, devido ao crescimento do comércio, os burgueses passaram a ter maiores condições financeiras e começaram a buscar por regalias, algo antes restrito aos nobres. A revolução francesa marcou a chegada da burguesia ao poder, dando acessos ao governo, o que antes era impossível. E na moda, houve uma quebra de paradigma, onde as leis suntuárias passaram a não ser mais vigentes. Se antes as pessoas não nobres eram obrigadas a se vestirem de uma certa maneira para serem distinguidas da nobreza, agora elas tinham liberdade de usarem o que quisessem.

Já a revolução industrial trouxe a industrialização para o campo da moda, onde a rapidez, o barateio de custo e os maquinários passaram a ser presentes no vestuário, o que lá na frente se transformaria no *Prêt-à-porter* (pronto para vestir). Na mesma época, surge na França, a Alta Costura, comandada pelo inglês Charles Frederick Worth, seguindo na contramão do que a revolução industrial propunha, focando no sob medida, na qualidade, em poucas peças e na exclusividade, apenas para os clientes mais afortunados (Pollini, 2007). As Figuras 5 e 6 mostram as imagens de operárias na revolução industrial e da Alta Costura de Charles Frederick Worth.

Figura 5 - Operárias na revolução industrial



Fonte: HTTPS://FAKINIMALHAS.WORDPRESS.COM/2018/06/05/HISTORIA-DA-COSTURA/

Figura *6* - Alta Costura de Charles Frederick Worth



Fonte: https://www.sortiraparis.com/pt/o-que-visitar-em-paris/exposicao-museu/articles/316760-vale-a-pena-o-nascimento-da-alta-costura-a-exposicao-de-moda-original-sobre-o-costureiro-no-petit-palais

Em relação ao gênero no vestuário, Pollini (2007, p. 20) chama atenção para os séculos XIV e XV, onde as roupas passaram a ser diferenciadas em masculino e feminino na estruturação e nos desenhos, antes disso a diferenciação ficava apenas nos acessórios. Nestes séculos o vestuário masculino era mais extravagante do que o feminino. Benstock e Ferriss (2002) citam que só a partir do século XVIII as mulheres tiveram destaque no vestir, onde suas roupas representavam a riqueza do seu marido. Ultrapassando assim o masculino e tornando-se protagonista na moda (Pollini, 2007).

No século XX, várias mudanças ocorreram no vestuário. Duas guerras mundiais, a calça feminina, o *new look*, a chegada da minissaia e o protagonismo da mulher no mercado de trabalho causaram um verdadeiro reboliço na moda. Estilistas como Coco Chanel, Christian Dior e Yves Saint Laurent deixaram sua marca na história (Pollini, 2007). A maior revolução deste século foi a chegada do *Prêt-à-porter*, que teve tem a função de unir a moda com a indústria, a estética e a criatividade dos estilistas com a produção industrial, criando um produto acessível a todos (Lipovetsky, 1987). A, Figura 7 mostra a moda no século XX.

Figura *7* - A moda no século XX



Fonte: HTTPS://WWW.NUCLEODOCONHECIMENTO.COM.BR/ARTE/MODA-COM-A-ARTE

Por meio destas transformações sociais e culturais, a mulher passou a desfrutar de um status social, com poder aquisitivo de compra, gerando o consumo feminino. Nunes (2012) reitera que na década de 1950, as revistas femininas tinham publicidades feitas para as mulheres, porém focando na mulher que cuida do lar e da família. Apesar do olhar tradicional, já existiam naquela época propagandas incentivando o consumo feminino, a autora cita alguns produtos como: "maquiagens, sabonetes, tonicos, loções, produtos de cabelo, uma gama de cosméticos que ajudavam a mulher a se cuidar sem perder tempo" (p. 150). As duas campanhas publicitárias em revistas femininas da década de 1950 pode serem visualizadas nas Figuras 8 e 9.

Figura *8* - Elizabeth Taylor em campanha de sabonete na década de 1950



Fonte: HTTPS://MUSEUDAPROPAGANDA.COM/2018/06/25/LEVER-ANOS-50/

Figura *9* - Campanha da década de 1950, focada no serviço ao lar e à família



Fonte: https://WWW.PROPAGANDASHISTORICAS.COM.BR/2020/03/ANUARIO-DE-SENHORAS.HTML

Nota-se que o consumo é para uma mulher que serve ao lar e a família. Apesar da época mais conservadora, Nunes (2012) afirma que esse *start* foi fundamental para criar a mulher do século XXI. As mudanças continuaram a ocorrer e a partir da década de 1980, a mulher passou a ocupar diversas posições no mercado de trabalho, gerando autonomia financeira e aumentando o seu poder de compra (Coelho, 2006). Na década de 1990, os autores reiteram que a mulher buscava consumir por sastifação pessoal e não mais em prol do outro, como foi fundamentado na década de 50. O exemplo de capa de revista feminina dos anos 1980 (Figura 10).

Figura *10* - Revista Feminina “Manequim” na década de 1980



Fonte: https://abcdmoda.blogspot.com/2011/07/capas-de-revistas-decada-de-80.html

Percebe-se que o foco é na própria mulher e sua autonomia. Com a entrada do século XXI e a chegada da tecnologia, o consumo passou a ser digitalizado. Medeiros *et. al.* (2014, p. 2) cita que devido à internet “as distâncias foram encurtadas, tornando o consumo de moda globalizado”. Deste modo, o consumo passou a ser facilitado, uma vez que não é preciso sair de casa para consumir. No caso das mulheres, segundo o site da Agência Rezz, a pesquisa da Nielsen com a Opinion Box (2023) cita que 90% das mulheres têm acesso a internet diariamente e em relações aos anúncios públicos, “as maiores conversões em compras vêm de roupas, sapatos e acessórios (48%)” (Agência Rezz, 2023). A Figura 11 destaca um anúncio de moda da marca C&A na rede social *Instagram*.

Figura *11* - publicação no Instagram da marca C&A



Fonte: https://www.instagram.com/p/DTQ5WXZjbES/?img_index=1

A pesquisa ABComm (2025) afirma que em janeiro de 2025 o principal nicho do *e-commerce* foi o de roupas e acessórios lucrando 68,5 milhões em vendas. O site Selia (2025) confirma que o

público feminino é protagonista no mercado consumidor brasileiro e que segundo pesquisas da ABComm, no *e-commerce* 60% a 80% das compras são feitas por mulheres, sendo moda e acessórios o principal nicho de vendas. Medeiros *et al.* (2014) afirmam que as redes sociais são responsáveis por anúncios de publicidade e várias marcas de moda investem nas mídias sociais para venderem seus produtos.

Conclui-se que a moda evoluiu de acordo com as mudanças sociais, assim como o consumo feminino. Neste contexto, as pessoas podem se comunicar com as suas roupas, tema a seguir.

2.2 A LINGUAGEM DAS ROUPAS

A roupa não é somente um objeto funcional que tem por finalidade a proteção do corpo contra as intempéries do ambiente, mas também é uma forma que as pessoas têm na totalidade de demonstrar suas particularidades entre os semelhantes e manter o relacionamento com o seu grupo. A roupa carrega signos, significados e gera uma comunicação. Com o olhar dos pesquisadores atentos à indumentária, pôde-se perceber que a roupa é um meio de comunicação entre as pessoas e indica vários aspectos, dentre eles o sexo, a idade, a classe social, o humor, o contexto social, os gostos, a personalidade, os desejos sexuais, dentre outras informações, como por exemplo, o tipo de trabalho que se exerce. A comunicação conforme (Castilho, 2005) utiliza o corpo como meio de significação e, consequentemente as interferências que são utilizadas no mesmo, alteram seu significado e constrói linguagens não verbais. De acordo com as pesquisas de (Lurie, 1997), a maneira de vestir é comparada a um idioma, que precisa ser traduzido. Mas assim, como no vocabulário humano não existe só um idioma, também não existe uma única língua para as roupas. Cada lugar, contexto histórico, social e religioso, apresentam as diferentes formas de vestir, assim como também de significar.

Segundo (Castilho, 2005), quando o designer de moda pensa na roupa, ele utiliza elementos característicos da construção da linguagem da moda, como formas, volumes, texturas, cores e variações de materiais. As roupas possuem o seu vocabulário e se complementam com o uso de acessórios, joias, maquiagem, estilos de cabelos e decoração do corpo. Todos esses elementos compõem o estilo de cada pessoa e acabam sendo um vocabulário tão vasto quanto o de qualquer língua falada.

Segundo Rafaeli e Pratt (1993, p. 35) por meio das roupas pode-se comunicar mensagens fortes e poderosas. Assim, os autores propõem que os significados da indumentária são transmitidos de duas formas: através dos atributos das peças e através das comparações do vestuário. Essas comparações, por sua vez, se dividem em: confronto das vestimentas entre membros da organização – homogeneidade – e entre estes e aqueles que estão fora dela – conspicuidade. Para compreender a comunicação do vestuário evangélico, é necessário destrinchar o seu sistema de representação

cultural, analisando seu *habitus*, campo social, capitais, signos, linguagem e práticas discursivas, assunto a seguir.

2.2.1 Sistema de representação cultural: capitais e práticas discursivas

Como apresentado no tópico anterior, o vestuário traz consigo signos, comunicando visualmente suas influências. Para compreender o funcionamento das práticas culturais e sociais que influenciam o comportamento de vestuário das igrejas Assembleia de Deus, é necessário investigar o significado do sistema de representação cultural e suas nuances. Pierre Bourdieu traduz esse sistema com os conceitos de *habitus*, campo social e os capitais.

Segundo Bourdieu (2011), o *habitus* é produzido de acordo com "os condicionamentos associados a uma classe particular de condições de existência" (2011, p. 87). Ou seja, o seu cotidiano. Janowski (2024) reforça essa ideia, refletindo que o *habitus* é fruto do meio social em que se convive, isso envolve as práticas diretas e indiretas daquele ambiente e suas interações, podendo ser suscetíveis a mudanças ou não. No caso do vestuário evangélico, o *habitus* está relacionados às regras e aos usos e costumes da igreja. Fagundes (2017, p.107) afirma que a função do *habitus* "é orientar as ações dos sujeitos dentro das estruturas sociais") e que suas práticas sociais "se apresentam com propriedades simbólicas de posição social de quem as produz, porque a própria subjetividade dos sujeitos, sua visão do mundo, suas escolhas e seus gostos estariam previamente definidos e estruturados". Neste caso, os gostos em relação ao vestir já estariam previamente estabelecidos pela igreja.

O campo social está diretamente ligado ao *habitus*, afinal, um privilegia o outro, respectivamente (Fagundes, 2017). Campo é o local onde ocorrem "as disputas e os interesses específicos que estão em jogo. Para que um campo funcione é preciso que haja lutas, ou seja, indivíduos que estejam motivados a jogar o jogo [...]" (Bourdieu, 1980, p. 89). Essas lutas são travadas pelos agentes sociais deste campo, que em suas respectivas funções ditam as regras do jogo, podendo mudá-las ou não (Bourdieu, 1996). "O indivíduo dentro do campo específico busca adequar o seu modo de pensar, perceber e agir às exigências daquele campo" (Fagundes, 2017, p. 108). No ambiente cristão, a igreja é o campo social e as mulheres cristãs se adaptam às suas normas.

Por fim, ligado ao campo, está o capital, que pode ser dividido em: cultural, simbólico, social e econômico (Janowski, 2024). A autora ainda cita que para a permanência dos indivíduos no campo, é necessário a acumulação de capital, sendo ele o motor dessa engrenagem. "O capital é trabalho acumulado (na sua forma materializada ou a sua forma "incorporada", encarnada)" (Bourdieu, 1986, p. 241). O capital cultural está relacionado ao intelecto, à família, ao conhecimento e à escola (Thiry-Cherques, 2006). Observando este conceito, Fagundes (2017) reflete que pessoas mais abastardas financeiramente e socialmente tem mais acessos à uma boa educação e consequentemente a um

sucesso profissional. “O capital cultural expressa o comportamento próprio da cultura dominante, favorecendo a identificação com seus códigos culturais” (Fagundes, 2017, p. 113). O resultado desta equação evidencia a realidade financeira de um público, gerando impacto no seu vestuário, pois a partir desta matemática o indivíduo garante o poder de compra das suas roupas. Do Valle e Gimenez (2021, p. 76352) reforçam essa ideia, mostrando que: “[...] a moda está presente na luta de classes, pois reproduz, sinaliza e constitui posições das mais diversas camadas sociais, assegurando a sua materialidade através da indumentária”.

Dito isso, pessoas com mais acessos econômicos e à informação de moda têm uma maior variedade de escolhas em relação aos tecidos e modelagens das suas vestes, assegurando automaticamente a qualidade no vestir. Diante disso, Do Valle e Gimenez (202, p. 763521) afirmam que: “[...] a moda é importante para a manutenção da dominação de classes, além da identidade social”), ou seja, evidenciando as desigualdades sociais por meio da indumentária, alimentando a engrenagem da exploração de classes, não garantindo as mesmas oportunidades e o mesmo poder de compra para todos. Thiry- Cherques (2006, p. 39) diz que Bourdieu dividiu o capital cultural em três partes: “o estado incorporado, como disposição durável do corpo (por exemplo, a forma de se apresentar em público); o estado objetivo, como a posse de bens culturais (por exemplo, a posse de obras de arte); estado institucionalizado, sancionado pelas instituições, como os títulos acadêmicos”. “O capital simbólico está ligado ao prestígio social, ao status” (Thiry- Cherques, 2006, p. 39). O autor segue o raciocínio, explicando que o capital social está atrelado “ao conjunto de acessos sociais, que compreende o relacionamento e a rede de contatos” E por fim, o capital econômico está relacionado aos bens materiais (Janowski, 2024). Isso inclui: “a riqueza material, o dinheiro, as ações etc. (bens, patrimônio, trabalho)” (Thiry- Cherques, 2006, p. 38). Os capitais se correlacionam entre si e podem se converter um no outro (Bourdieu, 1984). Por essa razão, no campo religioso, essas capitais podem conversar entre si, mudarem de posição, substituir um ao outro ou existirem em menor ou maior quantidade.

Na visão de Hall (2016, p. 37), a representação tem a ver com os significados, com os signos de uma determinada cultura. Os signos podem representar “palavras, sons ou imagens”), indicar “conceitos” e ser “organizados em linguagens”. No caso da igreja Assembleia de Deus, o ambiente é focado na espiritualidade, representado pela bíblia, pela fé, pelas regras da igreja, pelo modo de se comportar e de vestir. Esses signos são produtos da cultura assembleiana. Hall (2016) também afirma que a representação pode ser traduzida pela linguagem ou pelo imagético. Um exemplo disso é o significado da cruz para o público cristão, abordado por Hall (2016, p. 33), nesta afirmação:

> [...] a cruz consiste simplesmente em duas tábuas de madeira dispostas perpendicularmente, mas, no contexto da fé e do ensinamento cristãos, ela se investe, simboliza ou passa a representar uma gama maior de sentidos ou significados sobre a crucificação do filho de Deus – e este é um conceito que podemos colocar em palavras e imagens.

Da mesma forma, a moda e o vestir representam uma linguagem, podendo informar por meio do código do vestuário: pertencimento, um grupo específico, uma cultura ou um modo de pensar e agir. Monteiro (1997, p. 4) afirma que a língua é um "sistema de códigos" que a moda seria um código metalinguístico. Seguindo o raciocínio, o autor reforça esse pensamento, dizendo que o vestir possui uma simbologia e que "varia de cultura para cultura" (Monteiro, 1997, p. 1 e 2), assim como tem o poder de "marcar uma distinção, ou seja, é capaz de marcar a criação de subgrupos dentro de um grupo". Dessa forma funciona o universo evangélico, onde algumas denominações são mais rígidas em relação ao vestir do que outras, criando subgrupos dentro de um grande grupo, como no caso das mulheres assembleianas.

Hall (2016, p. 34 e 66,) enxerga a representação como "a produção do significado dos conceitos da nossa mente por meio da linguagem" existindo assim os sistemas de representação. A linguagem pode ser um deles e a partir da abordagem semiótica, que foca nos "signos da cultura, e da cultura como um tipo de "linguagem" conceito esse projetado por Saussure, a moda ganha a sua própria linguagem, pois "as roupas, por elas mesmas, são os significantes" (Hall. 2016, p. 68 e 69). Além de construírem "significados" e carregarem "uma mensagem". Mensagem essa facilmente identificada no vestuário de uma mulher assembleiana, que transmite a sua fé e a modéstia. Os signos formados por saias e roupas compostas (Da Silva, 2016), caracterizam um universo crescente.

Já o discurso é enxergado por Foucault como um "sistema de representação" (Hall, 2016, p. 80). Ou seja, trazendo a "linguagem" e a "prática" gerando "sentido". É a partir do discurso, que as ideias são postas em prática. Hall (2016, p. 80) sintetiza que:

> O discurso, argumenta Foucault, constrói o assunto. Ele define e produz os objetos do nosso conhecimento, governa a forma com que o assunto pode ser significativamente falado e debatido, e também influencia como as ideias são postas em prática e usadas para regular a conduta dos outros.

No campo social assembleiano, o discurso local, incluindo o bíblico, as regras e os usos e costumes, resultam na prática discursiva do vestuário e moda das mulheres frequentadoras, traduzindo-se nos signos do vestir, decodificando uma mensagem ao mundo. Hall (2016, p. 85) contempla o relato de Foucault sobre o contexto histórico e de tempo e como eles influenciam o papel dos "sujeitos e as práticas ao redor deles"). O relato prossegue em sua linha de raciocínio, observando o viés do "conhecimento e poder" (Hall, 2026, p. 86) dentro das práticas discursivas e o seu "*aparato*". Em relação às igrejas, o conhecimento está relacionado à bíblia e o poder relacionado às regras, criando um aparato religioso e espiritual a ser seguido e respeitado. O envolvimento do "conhecimento, poder e corpo na sociedade moderna" (Hall, 2016, p. 86), resulta na "regulação da conduta social na prática". Construindo assim um conjunto de normas, a serem seguidas pelos corpos sociais daquele campo específico. Dentro deste conjunto, derivam-se os estilos das mulheres assembleianas, tópico abordado a seguir.

2.3 ESTILO

Para desvendar o significado de estilo, é preciso continuar navegando nos conceitos de poder e status como aspectos simbólicos ligados à identidade e pertencimento. Esses são atravessados por marcadores sociais (classe, gênero, raça/etnia, geração etc.). Aprofundando o olhar de poder, Hall (2016, p. 90) cita na visão de Foucault que o poder é circular, que os sujeitos podem estar em funções distintas, em diferentes períodos. Da mesma forma o poder se encontra presente em todas as esferas e se apresenta como algo "produtivo". Sendo assim, existem vários tipos de poder, como o simbólico, político, religioso, educacional, institucional, financeiro etc. Hall (2016, p. 1933) conceitua o poder simbólico como o de "representar alguém ou alguma coisa de certa maneira – dentro de um determinado "regime de apresentação".

Na Assembleia de Deus, existe uma hierarquia de poder, onde cada função representa algo. O site Raydfran Oliveira (2011) cita o Pastor Presidente como maior autoridade, seguido pelos pastores, evangelistas, presbíteros, missionários, cooperadores, obreiros, superintendentes e professores da Escola Bíblica Dominical, coordenadores, líderes de departamentos, membros e outras funções. As mulheres ocupam uma parte dessas funções. Alves (2024, p. 55) relata que as mulheres exercem papéis importantes dentro da igreja, sendo alguns deles: intercessoras, organizadoras, missionárias, líderes e professoras. Porém ainda não são tão presentes na pregação e na leitura da palavra, "que na maioria das vezes são lidas pelos homens".

O principal ministério desenvolvido pelas mulheres dentro da igreja é o Círculo de Oração. Alves (2024, p. 93) relata que naquele espaço existe "uma dinâmica de poder que transcende a estrutura formal da organização" e que são essas mulheres "as principais responsáveis pelos trabalhos sociais, da igreja" (Alves, 2024, p. 56). A autora ainda cita que: "São as mulheres do Círculo de Oração que implantam e lideram os círculos de oração". O círculo teria sido criado em 1911, em Belém, por Celina Albuquerque (Alencar, 2013, p. 127).

Para além do poder simbólico, os poderes citados no começo deste tópico regem os estilos que uma mulher assembleiana pode se vestir. Afinal, moda e poder estão atrelados. Lipovetsky (1987, p.35) justifica esta afirmação, dizendo que "a moda começa o poder social dos signos ínfimos, o espantoso dispositivo de distinção social conferido ao porte das novidades sutis". Ou seja, de acordo com o poder econômico, social, religioso e educacional do indivíduo, pode-se construir um estilo e distinguir o seu lugar na sociedade.

Quando se trata de moda, a diversidade de estilo de roupas femininas é infinita. Desde o clássico até o alternativo, há uma ou várias opções para cada personalidade e ocasião. Na moda, Mesquita (2009, p. 6) define os estilos como "variáveis que emolduram modos de existência", tudo isso baseado nos poderes citados neste tópico. Do estilo dos vestuários podem-se extrair determinadas

características, especialmente aquelas relacionadas a *status* e poder (Rafaeli; Pratt, 1993). Assim, certos estilos muitas vezes são associados a *status* mais altos comparados a outros. Os autores fazem duas distinções importantes quanto ao estilo: a primeira em relação à formalidade do vestuário e a segunda em relação à diferença dos sexos (em relação ao vestuário). Ollivier (2009) conceitua *status* de duas formas: a primeira relacionada à prestígio, estima, superioridade ou inferioridade. A segunda está relacionada a posições sociais.

O foco no estilo da mulher evangélica é a modéstia, como já foi abordado neste trabalho. Sendo assim, Lima (2020, p. 45) afirma que existe uma diversidade de estilos na moda cristã, "porém com uma releitura quanto aos decotes, comprimento da medida das peças bottom e tops". Dito isso, a mulher evangélica pode passear por estilos diferentes, contanto que os usos e costumes de sua denominação sejam respeitados, assim como a modéstia e a decência. A autora também cita que algumas denominações seguem fiéis na palavra das sagras escrituras em relação ao vestir, sendo assim mais tradicionalistas

Segundo Alyce Parsons, existem Sete Estilos Universais (Audaces, 2025). Dentre eles, alguns se adequam a realidade das mulheres evangélicas, de acordo com os fatores necessários para o vestir desse público, abordados anteriormente. Seriam eles: Elegante, tradicional, casual, criativo e romântico, conforme Quadro 2.

Quadro 2 - Estilos

Estilo	Descrição
Estilo Elegante	O estilo de roupa elegante transborda sofisticação, o que não está ligado diretamente ao preço de uma peça de roupa ou acessório. Mesmo assim, quem tem um estilo de moda elegante costuma investir um pouco mais em bons tecidos, de caimento impecável, além de acessórios e sapatos atemporais. Assim como o estilo clássico, faz uso de alfaiatarias, mas em designs mais contemporâneos. Para quem tem um estilo elegante, vai bem aquele acessório que imita joia (ou uma joia autêntica!), looks preto e branco, estampas discretas, além de vestidos e camisas de tecidos nobres.
Estilo Tradicional	O estilo tradicional é aquele de quem adora alfaiatarias, linhas retas e cores mais sóbrias, como o preto, o branco e o cinza. Vai muito bem no ambiente de trabalho, mas não se prende ao escritório: quem tem um estilo clássico, gosta de uma sobriedade elegante no look e investe em tecidos de bom caimento e qualidade. Exemplos de estilo clássico são: Saia lápis; Camisas; Calças de alfaiataria; Terninhos; Blazers.
Estilo Casual (Esporte)	Muitas pessoas ainda confundem estilo casual com moda básica, e apesar das semelhanças entre ambos os conceitos, eles possuem características distintas. O estilo casual apresenta um equilíbrio peculiar. Embora preze por roupas práticas e confortáveis, é capaz de injetar uma sensação descontraída e vívida em seu visual. Assim, além de enfatizar o conforto, o estilo casual não negligencia as tendências da moda. Peças consideradas básicas ou simples podem ser harmonizadas sem qualquer obstáculo em suas combinações. Outro ponto notável é que esse estilo carrega consigo um toque de jovialidade, tornando-o ideal para a rotina da mulher contemporânea. Devido à versatilidade inerente a esse estilo, ele se torna um favorito entre as mulheres, frequentemente se mostrando como a solução quando se trata de montar um conjunto de roupa.
Estilo Criativo	A proposta de quem tem um estilo criativo é brincar com cores, formas, texturas e estampas. Bem diferente do estilo clássico, o estilo criativo é mais ousado e mistura estilos e épocas, mesmo em ambientes mais formais, apenas adaptando a dose de criatividade, se necessário. Como ela é a palavra-chave, é normal que no estilo criativo estejam presentes: estampas de todos os tamanhos como o animal print, o floral e o geométrico; Misturas de jeans com tecidos fluidos; Peças clássicas com tênis; muita informação de moda, especialmente com cores e texturas.

Estilo Romântico	O estilo de moda romântico enfatiza a feminilidade, com diversos elementos de influência vintage, como o Lady Like. Os looks românticos costumam ter cintura marcada e muita inspiração na moda dos anos 50 e 60, mas podem apresentar um compilado de épocas e peças mais contemporâneas, sempre muito delicadas. Os principais elementos encontrados nas peças são: Laços; Babados; Rendas; Transparências; florais delicados; Pérolas e pedrarias; Plissados; Mangas bufantes; Tecidos fluídos como tule, cetim e chiffon.

Fonte: Audaces (2025). Adaptado pelo autor.

A seguir, alguns exemplos de mulheres evangélicas nos estilos citados no Quadro 2 (Figuras 12 a 16):

Figura *12* - Exemplo de estilo elegante



Fonte: HTTPS://BR.PINTEREST.COM/PIN/7599893116014311/

Figura *13* - Exemplo de estilo tradicional



Fonte: HTTPS://BR.PINTEREST.COM/PIN/2392606047660420

Figura *14* - Exemplo de estilo casual



Fonte: HTTPS://BR.PINTEREST.COM/PIN/112519690685617035/

Figura *15* - Exemplo de estilo criativo



Fonte: https://br.pinterest.com/pin/330030097646042O1/

Figura *16* - Exemplo de estilo romântico



Fonte: https:// www.instagram.com/p/DQUwVX3Ea5W/?img_index=1

Para a construção dos estilos abordados neste tópico, é preciso analisar os marcadores sociais. Barros (2023, p.37) cita que esses marcadores "não são variáveis independentes, mas se entrelaçam de modo a possibilitar a configuração de sistemas de classificação social nos quais produzidas maior ou menor inclusão/ exclusão social" No caso da igreja Assembleia de Deus, os marcadores podem ser de "classe social, raça, gênero [...]" (Barros, 2023, p. 37), de religião, de geração, de escolaridade, dentro outros. Esses fatores influenciam o *lifestyle* da mulher assembleiana. A casa onde vive, o bairro onde mora, a igreja que frequenta, a sua vizinhança, o seu círculo social, o seu poder aquisitivo e o seu poder de instrução, por exemplo. Alguns desses marcadores serão trabalhados a seguir.

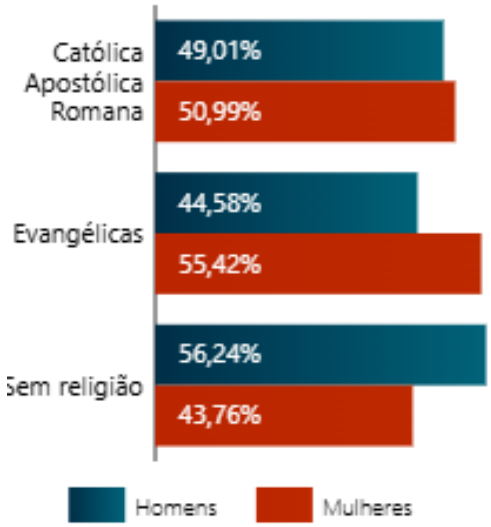
A classe social é um fator predominante na ascensão social de um indivíduo. Barros (2023, p. 40) justifica esta passagem, citando que a condição financeira e as "qualificações pessoais" de uma pessoa a destacam socialmente, substituindo as suas "potencialidades" e "capacidades individuais"). A consequência deste acontecimento, é a segmentação dessas pessoas em grupos sociais, gerando mais ou menos acessos à sociedade, assim como a invisibilização dos que não possuem materialidades, criando uma falta de pertencimento. Mafra (2001) cita que as igrejas evangélicas estão atreladas as camadas menos abastardas, porém, a busca por estes locais por pessoas de camadas sociais superiores, levaram essas igrejas à um patamar de proeminência.

Em relação as classes sociais, o público da Assembleia de Deus é diverso, Alencar (2014, p. 289) cita que a igreja é um "caleidoscópio multifacetado e plural" Por isso, as classes sociais dentro da Assembleia de Deus são múltiplas. Mariano (2008) afirma a existência de um público periférico, considerado de classe popular e com baixa escolaridade. Porém, não se pode rotular uma denominação religiosa tão abrangente no país, com apenas um tipo de público. Para além disso, ocorreram mudanças no decorrer da história da Assembleia de Deus, que transformaram a vida de muitos fiéis. Um desses exemplos é citado pelo autor Santos (2009, p. 236), em respeito às congregações de Porto Alegre – RS: "[...] os depoimentos atestam para um considerável aumento da escolaridade entre os jovens desta denominação. Segundo alguns entrevistados, a maioria das lideranças atuais tem ensino médio, pelo menos, e boa parte possui nível superior".

Alencar (2014, p. 291-292) segue o raciocínio, afirmando o crescimento dos assembleianos nas universidades: "Na atualidade, o subcampo pentecostal assembleiano, na base da pirâmide social, também teve ascensão social e ingressou no ensino de terceiro grau" Ainda sobre classe social e escolaridade, o autor afirma que existem lideranças com acessos à pós-graduações (mestrado e doutorado), que estão "em processo de ascensão econômica" Por esta razão, o poder econômico de cada fiel pode variar, é possível ter mais de uma classe social frequentando a mesma igreja. Dito isso, o alcance em relação ao vestuário e ao estilo também variam, podendo haver diferentes acessos em relação ao poder de compra das roupas.

A presença do gênero feminino na Assembleia de Deus é grande. O último Censo Demográfico do IBGE, realizado em 2022, afirma que na religião evangélica, 55,42% desta população é formada por mulheres e 44,58% por homens, como mostra o gráfico 1:

Gráfico *1* - Proporção em denominações, por sexo



Fonte: Censo (2022)

A importância das mulheres na Assembleia começa com a sua fundação, onde Fonseca e Farias (2010) citam a cooperação das fiéis nos afazeres na igreja, mesmo se serem nomeadas a papéis eclesiásticos na época. Os autores destacam o protagonismo de Frida Strandberg Vingren, esposa de Gunnar Vingren, um dos fundadores da Assembleia de Deus. Frida foi além dos limites, chegando a dirigir cultos na ausência de seu esposo, prática exercida por homens. Para além disso, era missionária, cantava, ensinava e segundo Bandini (2015, p. 115) "foi a única mulher a participar ativamente das sessões convencionais da convenção geral de 1930 defendendo o ministério feminino". Gomes (2015, p. 146) cita alguns trabalhos exercidos por Frida:

> Dados biográficos da Frida demonstram que ela dirigiu o jornal o *Som Alegre*; foi a única mulher a escrever comentários da revista de escola dominical *Lições Bíblicas*; foi autora de hinos da *Harpa Cristã*; escreveu artigos e poesias no jornal *Mensageiro da Paz*; dirigiu cultos na Assembleia de Deus em São Cristóvão; dirigiu cultos ao ar livre nas praças do Rio de Janeiro; participou da primeira CGAD, em 1930.

Porém este protagonismo foi interrompido logo após a convenção de 1930, pois Bandini (2015) afirma a decisão de que as mulheres não iriam atuar como dirigentes de cultos. Nas seguintes convenções, onde o ministério feminino foi dito como umas das pautas, manteve-se a decisão ao veto em relação a presenças das mulheres no pastoreio. A Figura 17 mostra um registro fotográfico da sueca Frida Vingren.

Figura 17 - Frida Vingren



Fonte: HTTPS://WWW.OBSERVATORIOEVANGELICO.ORG/QUEM-FOI-A-PASTORA-FRIDA-VINGREN-DA-ASSEMBLEIA-DE-DEUS-E-POR-QUE-CONHECE-LA-E-IMPORTANTE/

Atualmente, conforme Carreiro (2014), a Assembleia de Deus possui duas vertentes principais, sendo elas: a CGADB (Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil) ligada aos fundadores suecos já aqui citados e a CONAMAD (Convenção Nacional das Assembleias de Deus Ministério de Madureira) originada por Paulo Leivas Macalão.

Para compreender o contexto histórico, a CONAMAD – Ministério de Madureira surgiu na década de 1930, se tornando o "mais expressivo dos ministérios independentes originários da CGADB" (1930, p. 193), sendo desligado da CGADB numa convenção em Salvador - BA. Dito isso, existem diferenças em relação as funções e postos ocupados pelas mulheres nas duas vertentes. Enquanto na tradicional CGADB, as mulheres não podem ser pastoras, no entanto Costa (2016) afirma que na CONAMAD esse acesso já é permitido, existindo assim o pastoreio feminino.

No recorte de raça e gênero, Santos (2009) relata que as mulheres negras ocupam um grande espaço na Assembleia, sendo maioria entre as fiéis. Em relação ao protagonismo negro feminino, Santos (2024) destaca a presença de Emília Costa, primeira pessoa, mulher e negra a ser consagrada como diaconisa em 1928 (Araujo, 2015a) por Gunnar Vingren, um dos fundadores da Assembleia. Essa importância é ressaltada uma vez que atualmente só homens são consagrados a diáconos. Araújo (2015a) e Araújo (2015b) citam que Emília evangelizava nos cultos realizados nas cadeias do Rio de Janeiro juntamente a Frida Vingren, foi aluna da primeira Escola Bíblica de São Cristovão – RJ e participou da Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil (CGADB) em 1933. A Figura 18 traz um registro fotográfico da Diaconisa Emília Costa.

Figura *18* - Diaconisa Emília Costa



Fonte:https://www.facebook.com/historiaadnobrasil/posts/emilia-costa-foi-a-primeira-mulher-a-ser-consagrada-diaconisa-na-assembleia-de-d/140407571055928/

Por fim, o marcador geracional é um divisor de águas no comportamento de vestuário das fiéis assembleianas, pois de acordo com o contexto vivido de cada época, a mulher pôde desenvolver o seu estilo. Alves (2009) reflete que uma geração tem seu próprio vocabulário e códigos que influenciam as ações e trajetórias individuais daquele grupo. Dito isso, no campo da moda não seria diferente. Os códigos de uma geração, ou seja, o seu habitat, status social, estilo de vida, locais frequentados, dentre outros, irão influenciar a forma de vestir e de consumir moda.

Por ser uma igreja centenária, a Assembleia já teve várias gerações de mulheres. As gerações mais antigas eram mais severas em relação ao vestir, devido as regras decididas nas primeiras convenções, já abordadas. O comprimento das roupas era abaixo do joelho e eram proibidos o uso de maquiagem e do corte de cabelo (Cezar, 2010). Já a geração dos anos 2000 teve mais acessos, pois a última mudança em relação ao vestuário feminino na Assembleia, segundo Pancieri (2019) ocorreu em 1999, permitindo o uso leve de maquiagem e corte de cabelo.

Já a geração atual de assembleianas, "totalmente *instagramável*" (Ferrari; Álvares, 2020, p. 3), tem acesso às redes sociais e as grandes influenciadoras de moda cristãs. Albuquerque *et al*. (2021) afirma que as mulheres evangélicas "passaram a criar canais nas redes sociais, *blogs* e *vlogs* que em geral passaram a dar dicas de moda e comportamento cristão (valores morais e doutrinários)" (p. 33483, 33484). Por essa razão, Matuzawa (2019, p. 14) afirma que devido ao digital, a geração atual tem mais acessos a informações de moda, produzindo "um consumidor mais esclarecido"), diferentemente das gerações anteriores. Albuquerque *et al.* (2017) ainda citam o consumo das *fast-fashions* (moda rápida) nesta geração, que tenta equilibrar a modéstia e os usos e costumes da igreja com a moda e suas mudanças.

O consumo digital é uma realidade para este grupo, Matuzawa (2019, p.15 e 29) aborda a migração das lojas de varejo para o *e-commerce*, lojas que já "nasceram no *online*" e "que o brasileiro

perdeu o medo de comprar *on-line*". Sendo assim, a junção desses fatores abordados nesse parágrafo traz uma nova realidade, com novos signos para o atual grupo de assembleianas, como a de consumo e informação totalmente digitalizadas, distantes da realidade das primeiras gerações, porém ainda equilibrando e respeitando a modéstia e os preceitos da igreja frequentada.

Conclui-se que para a construção do estilo, é preciso analisar vários fatores que influenciam no seu poder de compra, informação, acesso e comportamento. Os marcadores sociais da diferença são fundamentais nesta análise, pois a partir deles, consegue-se denotar as características de cada mulher e seus estilos. O próximo tópico abordará a moda evangélica e o seu consumo.

2.4 MODA EVANGÉLICA FEMININA E O COMPORTAMENTO DE CONSUMO

A junção da fé e moda feminina atualmente é um assunto complexo que envolve muitos fatores diferentes, como crenças religiosas, cultura, política e tendências da moda. Embora a religião possa ter uma forte influência na vestimenta feminina, é importante lembrar que as mulheres devem ter o direito de escolher o que vestem e como se expressam, independentemente de suas crenças religiosas ou culturais. Neste contexto, a moda modesta está se tornando cada vez mais popular entre as mulheres em todo o mundo, independentemente de suas crenças religiosas. No entanto, a influência da religião na vestimenta feminina também pode ter efeitos negativos, como a opressão das mulheres e a imposição de padrões de beleza irrealistas. Por exemplo, em algumas culturas, as mulheres são forçadas a usar roupas que as cobrem completamente para protegê-las do assédio sexual ou para evitar ofender a moralidade pública. Essas restrições podem ser extremamente limitantes e podem impedir as mulheres de se expressarem livremente e se sentirem confortáveis em seu próprio corpo.

No entanto, a moda evangélica é um estilo que une modéstia, elegância e modernidade, seguindo normas de uso e costume, com peças que cobrem mais o corpo. Segundo Martinez (2015), a forma comportada de se vestir que a igreja sugere influência na vida dos praticantes religiosos, isso por determinar um padrão no estilo de roupa. Exemplo da moda modesta destacada na Figura 19.

Figura *19* - Exemplo de moda modesta



Fonte: senhoritamodamodesta.com.br (2025).

A moda modesta é um conceito global que valoriza discrição e elegância, independente de religião ou crença. Ela respeita regras de vestimenta específicas, como o comprimento das saias, o uso de mangas e o decote discreto. A consumidora evangélica valoriza roupas que durem, lavem bem e ofereçam qualidade e conforto.

No entanto, o movimento de moda religiosa nas plataformas digitais como *Facebook* e *Whatsapp* intensifica o consumo mostrando como ferramentas primordiais para esse nicho de mercado tendo como seguidores mulheres evangélicas (Silva, 2018).

Segundo a Associação Brasileira de Empresas e Profissionais Evangélicos (Abeproe), o grupo já movimenta em torno de 21,5 bilhões de reais por ano. E o cristão é um consumidor exigente. Conforme dados do *Gospel Power*, 58% dos evangélicos afirmam que a fé influencia suas decisões de compra e dizem estar dispostos a pagar mais por produtos customizados ou que estejam alinhados aos seus valores. Por outro lado, três em cada dez crentes declaram já ter boicotado marcas cuja propaganda ou produção contrariam suas convicções.

Aliado ao crescimento acelerado dos evangélicos no Brasil, que já atinge 30% da população (IBGE) já era de se esperar que o seu estilo de vida também ganhasse força. O mercado consumidor varejista voltado aos crentes alcança cifras bilionárias.

Albuquerque *et al*. (2017), ao estudarem mulheres evangélicas assembleianas, observaram que as práticas de consumo retomavam o modelo *fast fashion* - o que configura a inserção da mulher em espaços dicotômicos (religiosos e não religiosos). Ajala (2017), por outro lado, afirma que a mídia social tem procurado promover uma imagem de consumidores religiosos detentores de conhecimento digital, antenados sobre moda, que combinam perfeitamente fé e modernidade.

Portanto, no consumo de roupa evangélica, as mulheres são diretamente influenciadas pelos grupos sociais nos quais estão inseridas. No momento da compra, a escolha visa atender uma série de normativas que não se resumem aos seus gostos, mas também às premissas sociais que culminam na sensação de bem-estar em meio àquelas pessoas e senso de pertencimento ao grupo, portanto, a compra geralmente se relaciona diretamente com "usos e costumes" relacionados à igreja e estão diretamente ligadas aos cultos e eventos sociais que sugerem diferentes escolhas de vestimenta: congressos, ensaios, cultos semanais, entre outros (Rossi, 2015). No passado as mulheres se vestiam de forma conservadora obedecendo um padrão simples em suas apresentações de vestuário, contudo, o segmento de moda evangélica vem crescendo em busca de atender uma linguagem diferenciada, proporcionando um novo olhar para imagem da mulher que demonstra estar confortável e bem resolvida ao se identificar como uma pessoa evangélica (Silva, 2018).

Muitas mulheres utilizam as mídias sociais em busca de dicas sobre o modo de se vestir respeitando os preceitos religiosos (Albuquerque et. Al., 2017). Tal comportamento pode ser reforçado, uma vez que "a principal discussão estética que se coloca para a mulher evangélica contemporânea é: como ser bonita sem deixar de ser identificada como uma 'mulher de Deus'?" **(**ALVES, 2016, p. 15).

O consumo feminino da moda evangélica nas redes sociais é impulsionado por um mercado em forte crescimento, com mulheres buscando ativamente por roupas modestas, modernas e elegantes. Mesmo que se possam ocorrer as trocas econômicas nas mídias sociais, elas estendem a sua infraestrutura para além deste momento específico, estruturando formas organizadas de sociabilidade 'digital', ou seja, gostar de seguir (Alaimo; Kallinikos, 2019).

Para Kotler *et al.* (2006), a *Internet* oferece novos recursos aos consumidores e produtores. Na situação atual, o consumidor é na maioria das vezes o responsável por iniciar e controlar esse processo de troca de informações. É ele quem dialoga diretamente como as empresas, informando suas necessidades específicas, propondo o preço, definindo como quer receber os produtos e decidindo até mesmo se permitirá que a empresa lhe transmita informações e propaganda. As ferramentas de *e-business*, que tem como intuito facilitar a compra (seja ela virtual ou não), como localizadores de produtos e comparadores de preço, estão cada vez mais presentes nas operações empresariais e nos hábitos de comprados consumidores (Hooley *et al. apud* Costa, 2009).

Além dos dados, os usuários com milhares de seguidores (personalidades de mídia) exercem significativa influência nos mercados. Alaimo e Kallinikos (2019) argumentam que as mídias sociais redefinem as formas primárias do relacionamento humano, visto que há uma padronização da interação social. Segundo as autoras, as mídias sociais são desenhadas para estabelecer relações por uma lógica estrita de eficiência funcional e dos objetivos de negócios, como, por exemplo, por meio de indicadores de taxa e tempo de resposta, engajamento com o conteúdo e página, reputação, entre

outros (Araújo, 2018). Terra (2019) afirma que existem estratégias que podem ser usadas para 'driblar' o algoritmo, seja por meio do conteúdo viral, ou pela utilização de influenciadores para a disseminação de conteúdo.

As plataformas digitais, especialmente *Instagram* e *Pinterest*, funcionam como vitrines essenciais e ferramentas de engajamento para esse público fiel. As redes sociais são dominantes nesse nicho, com influenciadoras digitais, como Renata Castanheira do perfil @crentechic, desempenhando um papel fundamental na definição de tendências e na conexão entre marcas e consumidoras. Essa influenciadora possui 1 milhão de seguidores nas redes sociais, compartilha dicas de moda evangélica e executiva, escolhendo as marcas que refletem total compromisso com a modéstia.

Para concluir destaca-se que as tendências contemporâneas na conexão entre marcas e consumidoras apontam para um foco em bem-estar imediato, personalização de produtos, cocriação, e sustentabilidade autêntica, com consumidores buscando conexão emocional, valores reais, e experiências significativas que vão além do preço, valorizando marcas que oferecem conteúdo humano, diversidade e praticidade, com o *Instagram* e o *WhatsApp* sendo canais chave para interação. No entanto, as mulheres evangélicas existem normas e costumes para frequentar os cultos e eventos religiosos, assunto a seguir.

2.5 NORMAS DE USOS E COSTUMES PARA FREQUENTAR TEMPLOS RELIGIOSOS

As normas de uso e costumes para frequentar templos religiosos variam de acordo com a vertente da igreja. É preciso entender primeiramente o que significam os termos "usos" e costumes". Uso é conceituado como "ação ou resultado de usar algo" e costume como "prática ou comportamento habitual, também pode ser entendido como prática ou modo de viver comum a uma sociedade" (Souza, 2017, p. 679). Para entender os usos e costumes dos templos religiosos, é necessário voltar às origens bíblicas. Como era o vestuário naquela época? O que as mulheres vestiam? Gower (2002) afirma que nos templos bíblicos as vestes eram básicas, devido ao clima quente, sendo a túnica a maior protagonista. Para as mulheres, as túnicas chegavam ao tornozelo e para os homens eram curtas (na maioria das vezes). Eram confeccionadas em dois tipos de tecidos, podendo ser "lã, linho ou até algodão" (Gower, 2002, p. 12), com costura horizontal, "à altura da cintura". De acordo com este autor, essas vestes tinham gola V e abertura para encaixar os braços. "Calçados e casaco eram opcionais". A túnicas femininas eram azuis e adornadas com bordados na gola, já as masculinas eram coloridas. Quando os habitantes daquela época precisavam expressar "luto ou arrependimento" (Gower, 2002, p. 12), usavam "túnicas feitas de pano de saco ou pelo de cabra" o que gerava desconforto, por causar alergias. Usava-se um "cinto de couro ou tecido áspero" para prender as túnicas ao corpo, podendo ter bolsos ou não. Gower (2002, p.14) cita que outro item

de vestuário usado na época eram os mantos, porém, para obter esta peça era necessário ter dinheiro, pois custava caro. Podiam ser feitos de lã, seda (traje de gala) ou "como um vestido frouxo com mangas largas". Estas vestes tinham a função de proteger os habitantes do frio ou mostrar a classe social de um indivíduo, como por exemplo, as pessoas ricas que usavam os mantos de seda como trajes de gala. Já os fariseus, tinham "franjas azuis" adornadas na gola de seus mantos, para mostrar a sociedade que "guardavam a lei registrada em Números 15.38,39" prática essa condenada por Cristo. Um item de vestuário predominante feminino era o véu, usado naquela época. Os adornos também eram presentes, as mulheres usavam "brincos braceletes e pingentes" (Gower, 2002, p. 18, 19), assim como maquiagem. Ainda de acordo com o autor (2002) a ornamentação "era tão importante para as mulheres da época do Novo Testamento que as cristãs foram advertidas a se enfeitarem com um espírito manso e tranquilo. Isso justifica o porquê da modéstia, pregada hoje nas igrejas em relação ao vestuário feminino. Mulheres nos tempos bíblicos (Figura 20).

Figura *20* - Ilustração de mulheres nos tempos bíblicos



Fonte: Ralph Gower (2002).

Muitos usos e costumes das mulheres evangélicas na atualidade são justificados pelos usos e costumes dos tempos bíblicos, como por exemplo: a saia e seu comprimento abaixo do joelho, o uso do cabelo comprido e a modéstia nas vestes e ornamentação. A igreja a ser trabalhada nesta dissertação é a Assembleia de Deus e a sua vertente é a pentecostal clássica. Para isso é necessário

entender a história do pentecostalismo, o surgimento da Assembleia de Deus e seus usos e costumes, trabalhados no próximo tópico. Será analisado o vestuário, segundo as regras do ambiente religioso.

2.5.1 Usos e costumes na igreja pentecostal Assembleia de Deus

A palavra "pentecostal" vem de Pentecostes, que significa "quinquagésimo" (Fernandes, 2006). O autor cita que Pentecostes está presente no antigo testamento da Bíblia, como uma festa hebraica. Ocorria no calendário judeu no quinquagésimo dia, marcando "o início da colheita do trigo, e agia como espécie de santificação do povo durante toda a colheita. Nessa celebração os israelitas ofereciam o melhor do fruto da terra, ou seja, as primícias para Deus" (Fernandes, 2006, p.18). Já no novo testamento, Pentecostes significa a descida do Espírito Santo sobre a igreja (Champlin, 2002). "As igrejas pentecostais surgiram como dissidência das igrejas históricas, herdeiras da Reforma Protestante do século XVI" (Almeida, 2007, p. 25). O autor ainda afirma que o pontapé do pentecostalismo no mundo no século XX foi os fiéis falarem em línguas estranhas por meio do Espírito Santo, numa escola bíblica no Kansas, Estados Unidos. O fato se espalhou de tal forma, "que no final da primeira década, sabia-se de experiências pentecostais na Ásia, África, Europa e América Latina" (Almeida, 2007, p. 26), multiplicando-se assim o pentecostalismo pelo mundo.

O movimento pentecostal é pautado pelo resgate às sagradas escrituras, segundo Alencar (2000). O autor justifica essa afirmação caracterizando o movimento como o retorno ao livro bíblico: "Atos dos Apóstolos", onde busca-se o real cristianismo, crendo no batismo e no fogo do Espírito Santo, longe da frieza da liturgia e do abandono espiritual. Os avivamentos ocorridos pelo mundo provam essa ideia, como o da igreja na Rua Azusa, 312, em Los Angeles, no ano de 1906 (Bartleman, 2016), bem conhecido na cultura pentecostal. Dias (2023) explica que o avivamento é um movimento de renovação espiritual por meio do Espírito Santo, onde acontece uma aproximação com Deus, independente do lugar, trazendo um sentimento de paz e alegria. Almeida (2007) relata que a experiência em Azusa foi liderada por William J. Seymour, pregador negro, filho de um homem que foi escravizado. O avivamento foi marcado por "profecias, visões e línguas" (p.30) e pelo fenômeno da glossolalia, que significa falar em línguas estranhas. Almeida (2007) cita que a igreja deste líder foi ocupada por pessoas de todas as etnias, numa época em que brancos e negros não conviviam bem. Alencar (2000) destaca o marco desse movimento por duas razões: ser um movimento urbano e inter-racial no começo do século XX.

Já o avivamento na Universidade de Asbury, no Kentucky, em 2021 (Dias, 2023), 115 anos depois da Rua Azusa, comprova a permanência da presença de Deus e seus mistérios. Dias (2023, p.32) relata o ocorrido foi marcado por "proclamações da Palavra de Deus, confissões públicas, orações individuais e coletivas, leituras bíblicas e cânticos". Os sentimentos de paz e presença de

Deus foram sentidos pelos participantes e o fenômeno viralizou na rede social *Tik Tok* com a *hashtag*: *#asburyrevival,* "com mais de 100 milhões de visualizações" (Dias, 2023, p.32). Este autor ainda ressalta que apesar de rodar o mundo, o real sentido do movimento foi "fisicalidade e simplicidade".

O pentecostalismo é dividido em três fases ou ondas no Brasil, o Pentecostalismo Clássico, o Deuteropentecostalismo e o Neopentecostalismo. Freston (1993) criou essa divisão, sendo a primeira onda o Pentecostalismo Clássico, que será explicada neste tópico. O pentecostalismo clássico tem raízes norte americanas e chegou ao Brasil há mais de 100 anos, com o italiano Louis Francescon e os suecos Daniel Berg e Gunnar Vingren. As primeiras igrejas foram a Congregação Cristã e a Missão Fé Apostólica (Que em 1918 se transformaria em Assembleia de Deus) entre 1910 e 1911 (Campos, 2005). Primeiro templo da igreja Assembleia de Deus (Figura 21).

Figura *21* - 1° Templo da Igreja Assembleia de Deus



Fonte: https:// ad.org.br/113-anos-de-assembleia-de-deus-no-brasil/

A Assembleia de Deus é oriunda do "entrelaçamento de elementos do protestantismo sueco e do pentecostalismo estadunidense" (Fajardo, 2024, p. 164). As igrejas começaram a crescer no Brasil pelo Norte e Nordeste e de lá alcançara outras regiões do Brasil. Até o ano de 1950, fiéis assembleianos já haviam evangelizado vários estados do país: Ceará, Alagoas, Pernambuco, Amapá, Amazonas, Rio Grande do Norte, Paraíba, Maranhão, Rondônia, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Piauí, Minas Gerais, Sergipe, Bahia, São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Paraná, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul (Almeida, 2007). Com o crescimento das igrejas, Souza (2017) afirma que as Convenções Gerais das Assembleias de Deus no Brasil (CGADB) foram criadas e os usos e costumes

assembleianos foram abordados pela primeira vez na convenção de 1946 em Recife. Lá discutiu-se sobre um artigo do ministério da Assembleia de Deus de São Cristóvão, Rio de Janeiro:

> Em vista do exposto, a igreja unanimemente, na sua sessão ordinária de 4 de junho de 1946, resolveu o seguinte:
> 1. Não será permitido a nenhuma irmã membro desta igreja raspar sobrancelhas, cabelo solto, cortado ou tingido, permanente ou outras extravagâncias de penteado, conforme usa o mundo, mas que se penteiam simplesmente como convém às que professam a Cristo como salvador e rei.
> 2. Os vestidos devem ser suficientes compridos para cobrir o corpo com todo o pudor e modéstia, sem decotes exagerados e as mangas devem ser compridas.
> 3. Se recomenda às irmãs que usem meias, especialmente as esposas dos pastores, anciãos, diáconos professoras de Escola Dominical, e dos que cantam no coro ou tocam.
> 4. Esta resolução regerá também as congregações desta igreja.
> 5. As irmãs que não obedecem ao que acima foi exposto serão desligadas da comunhão por um período de três meses. Terminando este prazo, e não havendo obedecido à resolução da igreja, serão cortadas definitivamente por pecado de rebelião.
> 6. Nenhuma irmã será aceita em comunhão se não obedecer a estas regras de boa moral, separação do mundo e uma vida santa com Jesus.
> Estamos certos de que todas as irmãs que amam ao senhor Jesus cumpriram, com gozo, o que foi resolvido pela igreja (Ribas, 2013, n.p.).

Exemplo de mulheres assembleianas na década de 50 (Figura 22).

Figura *22* - Fotografia de algumas mulheres assembleianas na década de 1950



Fonte: https:// www.facebook.com/groups/1368286989853656/posts/8846283108720636/

Os usos e costumes assembleianos foram adquiridos dos preceitos bíblicos e dos missionários suecos que fundaram a Assembleia de Deus no Brasil, a exemplo disto estão o pudor e a simplicidade. Estes usos e costumes fogem de modismos e tentam se manter fiéis as escrituras, sendo o seu maior desafio equilibrar os valores cristãos com as transformações da sociedade mundana (Almeida, 2007). De acordo com a Bíblia, as vestes devem ser modestas, ou seja, não devem chamar atenção, por isso cada denominação tem seu conjunto de regras quanto ao vestir. Cezar (2010) afirma que entre as mulheres, prevaleciam os usos costumes: o uso de saias longas, proibição de maquiagem, de

acessórios e a preservação dos cabelos longos. O foco está na santidade e a verdadeira beleza está no fazer caridade, onde a vaidade e a sensualidade não devem tomar o lugar da espiritualidade.

Cezar (2010) afirma que as mulheres evangélicas têm um cuidado com a saúde e a higiene, considerados aspectos importantes para o bem-estar, porém o excesso que beira a vaidade não é bem-visto. As roupas são separadas em masculinas e femininas e o uso da saia e cabelo comprido pertencem e referenciam o universo feminino. Souza (2017) cita que a segunda convenção a abordar este tema foi em 1975, em Santo André, SP, onde foi decretado:

> A convenção Geral das Assembleias de Deu no Brasil, reunida m Santo André SP, reafirma o seu ponto de vista no tocante aos sadios princípios estabelecidos como doutrinas na Palavra de Deus. A pedido do pastor Túlio Barros Ferreira e lida pelo pastor Geziel Gomes.
> 1. Uso de cabelo crescido pelos membros do sexo masculino.
> 2. Uso de traje masculino por parte dos membros ou congregados do sexo feminino.
> 3. Uso de pintura nos olhos, unhas e outros órgãos da face.
> 4. Corte de cabelo por parte das irmãs.
> 5. Sobrancelhas alteradas.
> 6. Uso de minissaias e outras roupas contrárias ao bom testemunho da vida cristã.
> 7. Uso de aparelho de televisão.
> 8. Uso de bebidas alcoólicas.

Exemplo de mulheres assembleianas na década de 90 (Figura 23).

Figura *23* - Fotografia de algumas mulheres assembleianas na década de 1990



Fonte: https:// www.facebook.com/Assembleianosdevalor/posts/nessa-época-aonde-se-andasse-de-longe-já-era-possível-reconhecer-um-crente-da-as/833696380702342/

Estas regras foram baseadas na Bíblia, como é citado em 1 Timóteo 2:9-10, prezando a sensatez, a simplicidade e a decência entre as mulheres. Suas vestes devem ser discretas e equilibradas e a sua maior preocupação deve ser o servir a Deus. Já em 1a Coríntios 11: 15 é citado que os cabelos longos são motivo de orgulho para as mulheres, pois representa o véu sagrado. Cezar (2010, p. 104) cita que os cabelos longos para as evangélicas simbolizam “o véu e a obediência”, como também destacam a diferença dos sexos. E por fim, em 2a Reis 9:30 explica o porquê da proibição da

maquiagem. Cita-se na passagem que antes de ser morta, Jezabel, mulher considerada malvista aos olhos de Deus por cometer idolatria, pintou os olhos.

Pancieri (2019) cita que em 1999 ocorreu a última alteração sobre usos e costumes no 5º Encontro dos Líderes das Assembleias de Deus (ELAD), havendo leve mudanças. Agora fica proibido o "uso exagerado de pintura e maquiagem -unhas, tatuagens e cabelos" e "uso de cabelos curtos em detrimento da recomendação bíblica" (Corobim, 2008, p.15). Os usos e costumes são suscetíveis "a inevitáveis mudanças, afinal de contas, nenhuma instituição humana é capaz de permanecer incólume ante a passagem do tempo" (Reis, 2020, p. 7). Essas mudanças acontecem "a partir do diálogo e interação direta ou indireta com os demais atores do campo religioso" (Reis, 2020, p. 12).

Com as transformações sociais, algumas denominações entenderam que a roupa pode ser modesta e descente, tolerando o corte e a pintura dos cabelos, o uso leve de maquiagens e o uso de acessórios (Da Silva, 2024). O importante é que tudo seja feito com equilíbrio e modéstia, não desrespeitando os preceitos bíblicos, porém a tradição continua igual, havendo apenas uma flexibilidade a leves mudanças. Martinez (2015) reforça esse pensamento, afirmando que existe hoje uma tolerância no pentecostalismo, com distintas interpretações, a exemplo disso está a calça, hoje usada entre as mulheres. Porém as igrejas ainda prezam pelo uso da saia, peça de vestuário utilizada pela maioria das fiéis. Exemplo de mulheres assembleianas no século XXI (Figura 24):

Figura *24* - Fotografia de algumas mulheres assembleianas no século XXI



Fonte: HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/PHOTO/?FBID=904285390310107&SET=A.431703584234959

O conceito de modéstia, segundo Alves (2016), é o que diferencia as pessoas evangélicas das pessoas não evangélicas, vestir-se com discrição, sem apelo sexual e sem chamar atenção excessiva. Lima (2020) endossa que a modéstia não tem apenas a ver com o vestir, mas é um comportamento,

ligado ao cristianismo, ao caráter e as atitudes. E por fim Miranda (2008) diz que o conceito de modéstia pode ser modificado de acordo com os anos e dependendo da cultura local. O importante é ter a consciência que o corpo humano é a morada do Espírito Santo e isso deve ser respeitado, havendo modéstia e simplicidade (Martinez, 2015).

Cezar (2010, p. 104) pontua que todas as regras estabelecidas em relação as vestimentas femininas em uma igreja têm um propósito: identificar as mulheres evangélicas. Diferenciá-las do mundo facilita a "propagação do evangelho", mostrando pelas vestes a sua crença de fé e abrindo portas para suas pregações que podem ser em qualquer hora ou local. A autora ainda afirma que as evangélicas não se preocupam apenas com as suas atitudes, mas também com o seu guarda-roupa. O vestir possui um código visual, sem que uma sequer palavra seja dita. No caso das mulheres evangélicas, Cezar (2010) afirma que é importante se preocupar com a aparência e a visualidade, para que suas vestes estejam de acordo com os seus valores cristãos.

Conclui-se que a igreja Assembleia de Deus tem seu próprio código de vestimenta, baseado na bíblia e na modéstia, assim como cada denominação cristã tem suas regras. Por esta razão é necessário entender como funcionam esses códigos, quais são as características necessárias para detectar um *dress code*, tópico este trabalhado a seguir.

2.6 MODA MODESTA: NOVAS PERCEPÇÕES SOBRE O CÓDIGO DE VESTIMENTA (*DRESS CODE)*

O segmento de moda modesta é contemporâneo e possui uma ligação muito próxima com o *dress code*, pois foi a partir dos padrões de vestimenta religiosos que surgiu a demanda de contemplar esse público, que é mais recatado no modo de se vestir, e assim, a iniciativa de algumas marcas em tornar isso concreto, porém esse segmento abrange, não só o público evangélico, mas também todas as mulheres que buscam por obedecer às regras de sofisticação e feminilidade. O conceito de moda modesta trazido por Lewis (2013), reforça esta ideia:

> A moda modesta refere-se às diversas maneiras pelas quais as mulheres usam roupas para uma apresentação pública que esteja de acordo com sua compreensão dos requisitos de modéstia de sua fé [...] um conceito mutável que muda ao longo do tempo e é adotado de várias maneiras, com suas rejeições e modificações. (Lewis, 2013, p.1, tradução livre)

A autora reflete que a moda modesta não é algo estático ou parado e sim um conceito mutável, em constante movimento que acompanha as gerações e seu conjunto de ideias. No caso da igreja Assembleia de Deus, como citado no capítulo anterior, houve uma flexibilização nos costumes, acompanhando as mudanças ocorridas na sociedade, porém, respeitando os preceitos bíblicos e as regras da congregação. Esse *match* seria o desafio enfrentando pelas congregações, gerar uma fórmula variável, entre o mundo externo e mundo espiritual. Sendo assim, as gerações mudam e isso justifica o grande número de adeptos, que prioriza a elegância discreta, a autenticidade e a expressão de valores

pessoais (espirituais ou não), sem abrir mão da beleza ou das tendências, focando em peças sofisticadas, bem cortadas, que cobrem o corpo de forma equilibrada (ombros, colo, joelhos) e valorizam a individualidade por meio de processos de criatividade, tecidos de qualidade e sobreposições inteligentes, distanciando-se da hipersexualização e sendo abraçada por marcas e ícones de estilo como. Já *Dress Code*, ou código de vestimenta, é um termo em inglês usado para designar a maneira correta de se vestir em diferentes ambientes. O *dress code* é uma expressão em inglês que designa código de vestimenta, que se traduz em um "conjunto de regras para o que você pode vestir; uma forma aceita de vestir para uma ocasião particular ou em um grupo social particular" (Cambridge, 2020). O código de vestimenta e aparência pode ser conceituado como "um conjunto de regras que ditam a forma de apresentação e vestuário a aplicar a um grupo de pessoas consoante as circunstâncias em que elas se encontram e o meio em que estão inseridas" (Pinheiro, 2020). Exemplos de *Dress Code* (Figura 25).

Figura *25* - Exemplo de dress code



Fonte: https:// pt.linkedin.com/pulse/o-que-você-precisa-saber-sobre-dress-code-jéssica-danesi (2017).

As características do código de vestimenta variam de acordo com o perfil da organização (conservador ou moderno), o setor econômico (banco, escritório de advocacia, agência de publicidade, tecnologia da informação etc.) ou com a atividade desempenhada pelos empregados, como advogado(a)(s), vendedores(a) (s) em lojas de luxo e executivo(a)(s) que devem se vestir ordinariamente de roupa social. Exemplo na Figura 26 vestimentas para organizações.

Figura *26* - Exemplo de vestimenta apropriada para o ambiente corporativo



Fonte: http://www.ibresp.com.br/blogs/2025/dress-code-no-trabalho-qual-e-a-roupa-do-corretor-de-imoveis/(2025).

No *dress code*, constará orientações sobre que vestuário pode ou não pode ser usado para o trabalho, seja no âmbito interno ou externo à empresa, bem como poderá versar sobre uso de maquiagem, barba, cabelos compridos para os homens ou tatuagens aparentes, nas lições de Cassar (2018, p. 770), já que a aparência ajuda a compor a imagem da organização ou pelo menos a não a desvirtuar.

A ideia de padronização da vestimenta e aparência remete ao *habitus* de Pierre Bourdieu (1996), traduzida na práxis de reprodução do estilo, vestimenta, aparência, comportamento, entre outros, de determinado grupo ou classe social, incluindo-se a do trabalho, que dado indivíduo se impõe, por vontade própria ou pela ordem social, a fim de se adequar a estes. É importante na medida em que oferece aos interessados a consciência de que estão vestidos adequadamente, o que lhes garante maior confiança, principalmente quando se trata de ambientes desconhecidos, além de fazer com que os outros se sintam mais confortável (Langford, 2012, p. 160).

Fischer-Mirkin (2001, p. 95) deixa muito clara a importância de se compreender os significados das vestimentas, uma vez que a "sua roupa é uma forma taquigráfica, mas muito efetiva, de transmitir a sua personalidade profissional, e, para aqueles que determinam, de suas intenções alcançarem um desfecho favorável." Entretanto, para Langford (2012, p. 57), embora a roupa seja uma forma importante de comunicação não verbal, ela não é única e todo o contexto deve ser considerado, isto é, um único sinal não-verbal negativo não deve ser levado em conta se os outros elementos não-verbais (como os gestos e as expressões das pessoas) forem positivos.

A moda modesta é um fenômeno global de estilo que combina recato pessoal (discrição, não ostentação) com as tendências contemporâneas da moda. O conceito de moda modesta, traz novas percepções do código de vestuário já que o vestir despretensioso está se tornando uma tendência bem aceita atualmente com uma proposta que não se limita apenas a formalidade ou adequação, mas a elegância, reverência e modernidade, o que permite cada vez mais o interesse de mulheres de diferentes estilos e ideologias por essa categoria

No Brasil, por exemplo o comportamento das mulheres evangélicas é diferenciado. Não é difícil identificar uma mulher cristã evangélica pelas suas indumentárias, acessórios de moda e estilo de roupas. As igrejas mais tradicionais, orientam as mulheres a usarem vestidos ou saias, blusas com mangas longas ou médias, cabelos longos, poucos acessórios ou joias – ou nada. Nessas igrejas, as calças são permitidas basicamente para frequentarem escolas ou para trabalhar (Silva, 2018). Diante do exposto é importante as mulheres no contexto da moda Evangélica, a seguir.

2.7 AS MULHERES NO CONTEXTO DA A MODA EVANGÉLICA

A moda possui um viés histórico e dependendo do contexto da época vivida, a roupa conta a história de uma determinado tempo e espaço, de acordo com os costumes adquiridos e vividos naquele período. Sant'anna (2007, p. 20) cita que "toda aparência, portanto, constrói uma ética social, cuja principal função é de se construir como *ethos*, estabelecer uma ética". Sendo assim, não seria diferente com a moda evangélica, que possui uma trajetória por meio de uma linha do tempo.

Em relação a história da moda, Sant'anna (2007, p. 25) destaca as mudanças ocorridas no século XX, logo após a década de 40, citando novos vetores, como: "a obsolescência do novo", "o domínio das imagens, signos e sinais", "o predomínio do espetáculo em detrimento da produção" e "a formulação de um novo sentido da tradição". A autora cita "o domínio tecnológico" e a "apropriação dos desejos" como "estratégias de ação" desta mudança. Intercalando a essa ideia, Lipovetsky (1987, 187) apresenta a ideia de moda consumada, atrelando essa moda a uma alienação de massa e consumo, não mais focada em apenas uma classe social, e sim numa "sociedade de consumo" "centrada na expansão das necessidades" e suas formas de lucro.

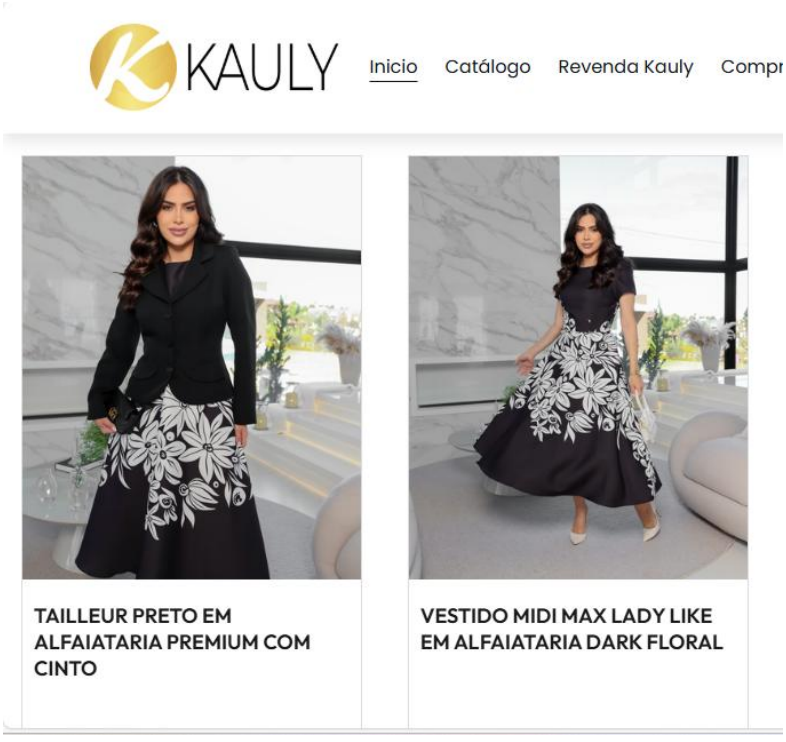
Dito isso, as características dessa moda citada por Lipovetsky (1987, p.180) são: "o efêmero, a sedução, a diferenciação marginal". Os produtos feitos para não durar, a sedução e os desejos perpetuados pelas propagandas, organizadas por meio da publicidade e tecnologia e o consumo de massa. Sendo assim, é nesse contexto de mundo social que nasce a moda evangélica, na contramão mundana em relação ao vestir, mas se inserindo e participando do mercado e capital de moda. Sant'anna (2007) reúne aparência, imagem e poder num mesmo pacote, denotando um grupo social. Diante do exposto, qual seria a imagem do grupo das mulheres evangélicas?

Quando se pensa em moda e religião, Cezar (2010) cita que ambos geralmente são interpretados como mundos opostos, onde a moda é mutável e a religião preserva o conservadorismo. Porém é possível haver um caminho os dois tópicos se cruzam. A princípio, Ortega (2022) contextualiza que a moda evangélica nasceu da necessidade da criação de roupas

para o público de fiéis, seguindo os preceitos bíblicos e da modéstia, indo na contramão das roupas consideradas mundanas. Desta forma, Dantas (2020) reforça que a partir dos anos 1990, a dificuldade de encontrar roupas neste estilo era grande, por isso, as próprias fiéis passaram a fabricá-las. Já Santos (2018) afirma que nos anos 2000, o mercado detectou que havia um público com necessidades de vestuário específicas e assim foram criadas as lojas com foco no nicho evangélico. O resultado foi positivo e Ortega (2022) cita a popularização das blogueiras evangélicas e a presença desta moda na internet e redes sociais atualmente.

Outro aspecto de sucesso da moda evangélica no Brasil, foi a criação da primeira semana de moda cristã do país, a Cristã Fashion Week (CFW), ocorrida no Paraná em 2018 (Dantas, 2020). A autora ainda chama atenção para o núcleo de moda executivo, que possui uma grande parcela de clientes evangélicos. Em relação as marcas atuantes no mercado, a autora cita a paulistana Kauly, surgida em 2002 e referência no atacado varejista evangélico, trazendo tendências de moda para este universo. Mostra-se a foto do *site* da marca Kauly (Figura 27).

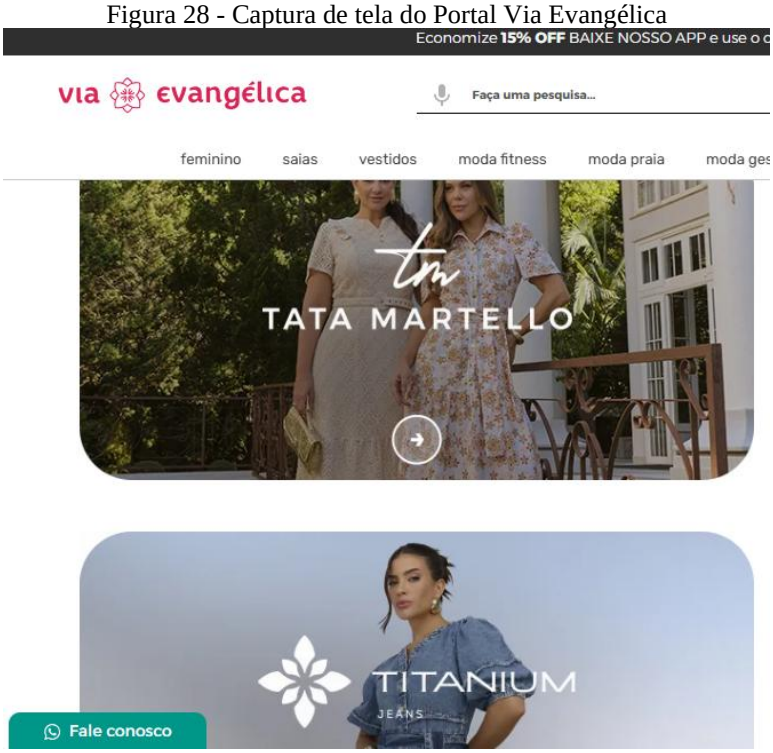
Figura *27* - Captura de tela do website da marca Kauly



Fonte: HTTPS://KAULY.COM.BR.

Já a Via Evangélica (2026), é um *e-commerce* focado no vestuário evangélico feminino, reunindo várias marcas em um só local, assim como uma variedade de produtos em vários setores da moda como: Casual, clássico, executivo, praia, *fitness*, gestantes e *plus size.* A Figura 28 mostra a foto do site.

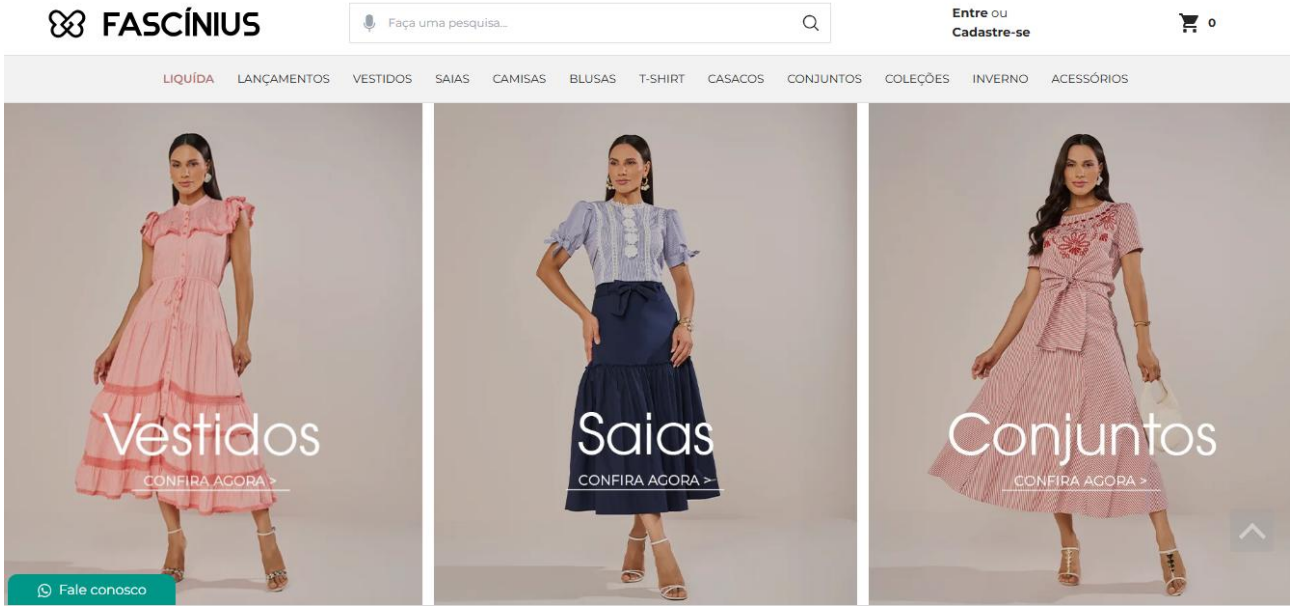
Figura 28 - Captura de tela do Portal Via Evangélica



fonte:https://www.viaevangelica.com.br/?srsltid=afmbooope8bt2r7mjl8ow8apj82r97z07fguanp_fjtqas4v5erx7zvk.

A marca paranaense Fascínius tem o foco na moda elegante, “acabamentos diferenciados, caimento impecável e tecidos exclusivos” (Site Facínius, 2026). A Figura 29 traz a foto do site.

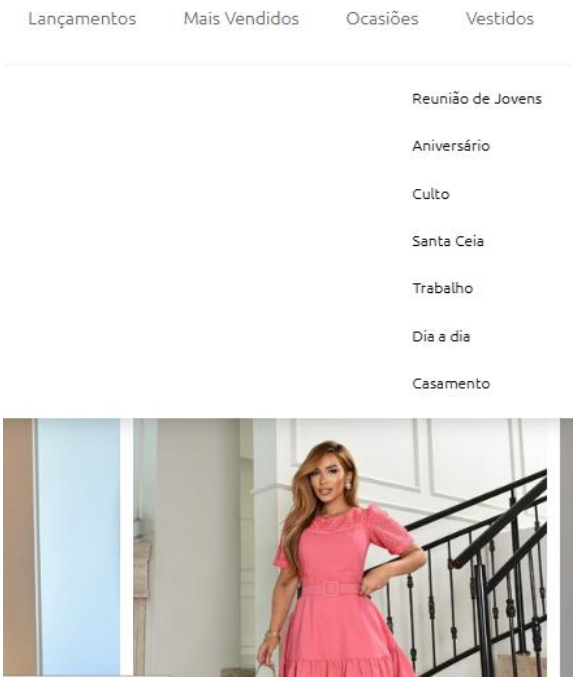
Figura *29* - Captura de tela do website da marca Fascínius



Fonte: https:// www.usofascinius.com.br.

A paulistana Kibella (2026) possui um diferencial em seu *e-commerce*, dedicando uma sessão de seu site para quais roupas usar em ocasiões vivenciadas por mulheres evangélicas, como: Reunião de jovens, aniversários, cultos, trabalho, dia a dia e casamentos. A Figura 30 destaca a foto do site.

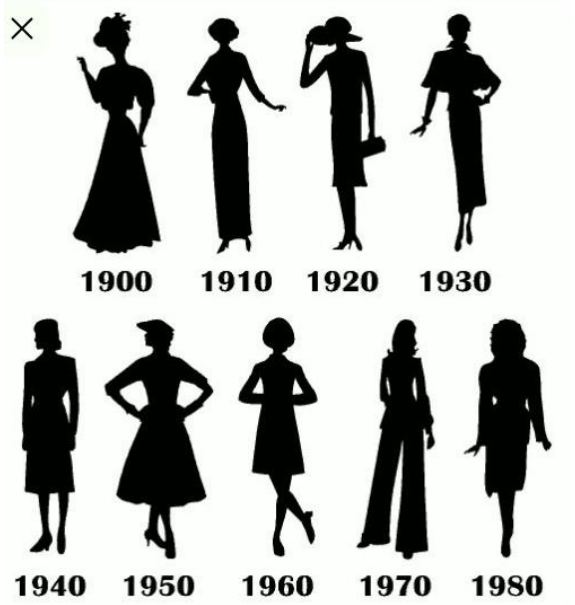
Figura 30 - Captura de tela do website da marca Kibella



Fonte: HTTPS://WWW.KIBELLAMODAEVANGELICA.COM.BR.

Em relação as silhuetas, nota-se na moda evangélica, várias referências de silhuetas do século XX, como por exemplo as da foto na Figura 31, exceto a de 1960, devido à altura do vestido.

Figura *31* - Silhuetas principais do século XX



Fonte: https://br.pinterest.com/pin/438979635679797 5/.

Os estilos e tendências também são variados, passando desde o estilo romântico ao casual, do executivo ao *fitness*, como nas fotos nas Figuras 33 a 35).

Figura *32* - Exemplo de estilo romântico



Fonte: https://www.viaevangelica.com.br/feminino/roupas/vestidos/longos.

Figura 33 - Exemplo de estilo casual



fonte: HTTPS://WWW.VIAEVANGELICA.COM.BR/FEMININO/ROUPAS/T-SHIRT.

Figura 34 - Exemplos de estilo executivo



Fonte: HTTPS://WWW.VIAEVANGELICA.COM.BR/FEMININO/ROUPAS/BLAZERS

Figura 35 - Exemplos de estilo esportivo

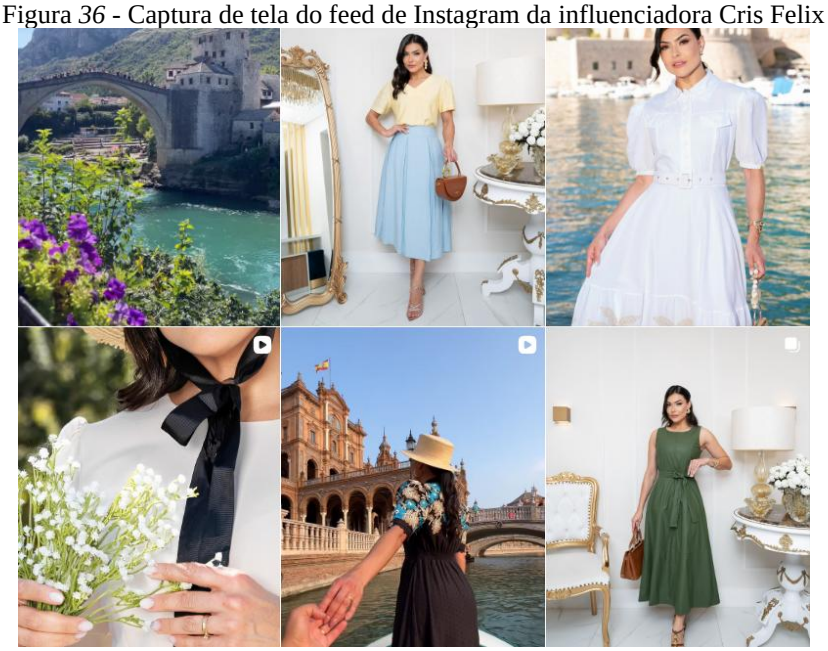


Fonte: https://WWW.VIAEVANGELICA.COM.BR/FEMININO/ROUPAS/MODA-FITNESS/BLUSA.

Por fim, as influenciadoras evangélicas atuam no meio digital, onde difundem informações sobre moda, viagens e *lifestyle*. Alguns exemplos de influenciadoras serão mostrados a seguir.

A influenciadora Cris Felix possui mais de 300 mil seguidores e fala sobre moda, viagens e família nas suas redes sociais. A seguir, captura de tela do *Instagram* da influenciadora (Figura 36).

Figura *36* - Captura de tela do feed de Instagram da influenciadora Cris Felix



Fonte: https:// www.instagram.com/crisfeelix/.

Já a influenciadora Renata Castanheira possui o *Instagram* com o mesmo nome, com mais de 600 mil seguidores, onde dá dicas de moda modesta, beleza, saúde e *lifestyle*. A foto do blog "Crente Chic" (Figura 37).

Figura *37* – Instagram Renata Castanheira



Fonte: https://www.instagram.com/crentechic.

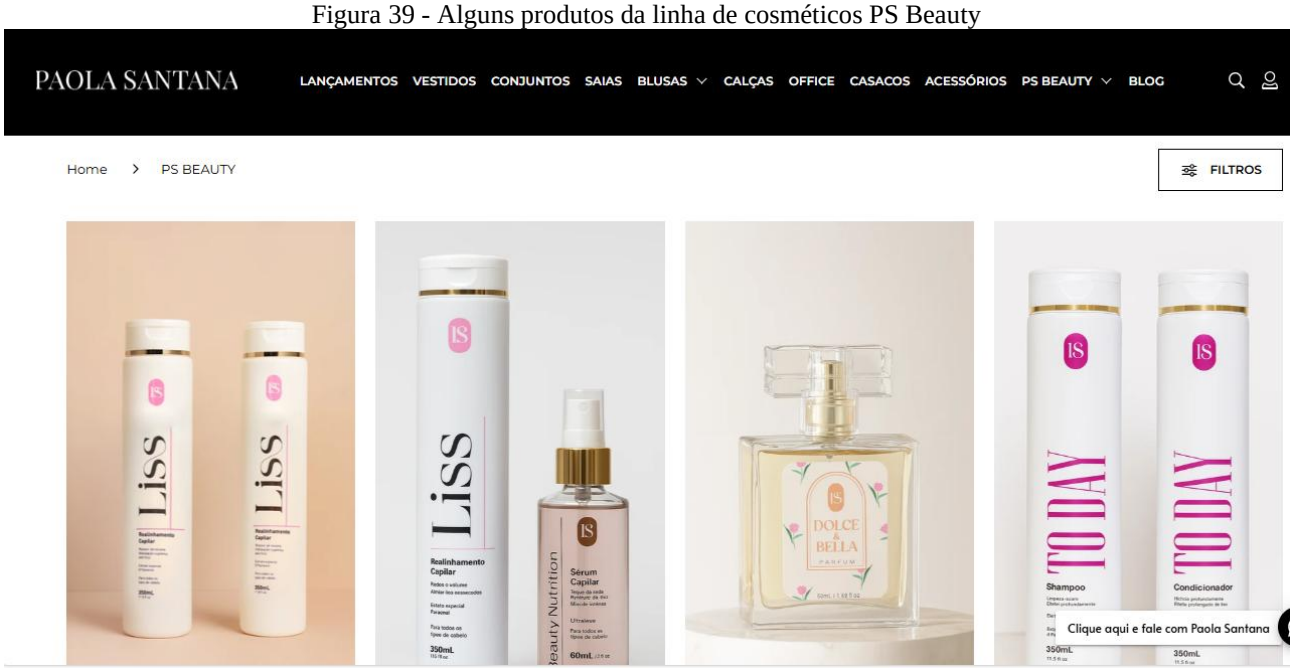
A influenciadora Paola Santana é uma das que mais se destaca neste nicho, com mais de 800 mil seguidores no Instagram, um *e-commerce* virtual de roupas, com direito a *outlet* e a sua própria linha de cosméticos, a PS *Beauty*. As fotos do *Instagram* e site (Figuras 38 e 39).

Figura *38* - Captura de tela do perfil no Instagram da influenciadora Paola Santana



Fonte: HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM/PAAOLASANTANAA/

Figura 39 - Alguns produtos da linha de cosméticos PS Beauty



Fonte: HTTPS://WWW.PAOLASANTANA.COM.BR/PSBEAUTY.

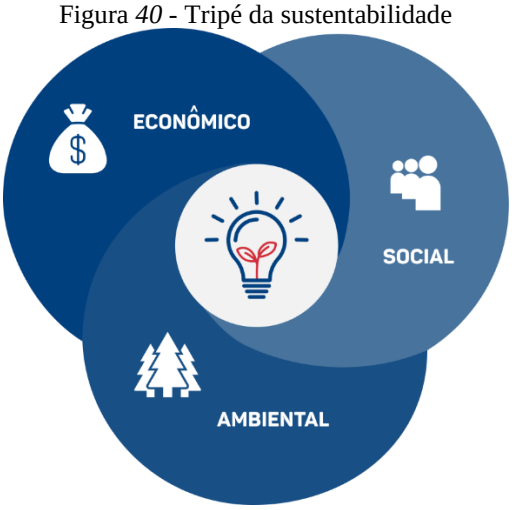
Conclui-se que a moda evangélica está em expansão e tem avançado nos últimos anos. Com a era digital, as fiéis têm mais acessos a uma moda modesta por meio dos *e-commerces* e lojas físicas, assim como a informações de moda por meio das influenciadoras cristãs. Os estilos são múltiplos, assim como as tendências, atendendo a um gama de mulheres plurais, desde gestantes ao público *plus size*. O próximo tópico tratará sobre moda e sustentabilidade.

2.8 MODA E SUSTENTABILIDADE

A moda e a sustentabilidade nem sempre trilharam o mesmo caminho. Segundo Schulte *et al*. (2013), a sustentabilidade passou a ser conceituada nos anos 1970, focando na preservação do meio ambiente diante de um cenário industrializado. Já o dicionário Michaelis (2026) define a palavra "sustentável" como algo "que se pode sustentar". Com o passar dos anos, a sustentabilidade foi desenvolvendo técnicas para conscientizar e ajudar na preservação do planeta. A exemplo tem-se o Tripé da Sustentabilidade ou *Triple Bottom Line* (Figura 40), dividido em econômico, social e

ambiental (Lima *et al*., 2019). Voltado para a indústria, os autores afirmam que este tripé tem a função de criar uma visão sustentável dentro de uma empresa e na criação de seus produtos por meio desses nichos (econômico, social e ambiental), gerando assim um ambiente saudável.

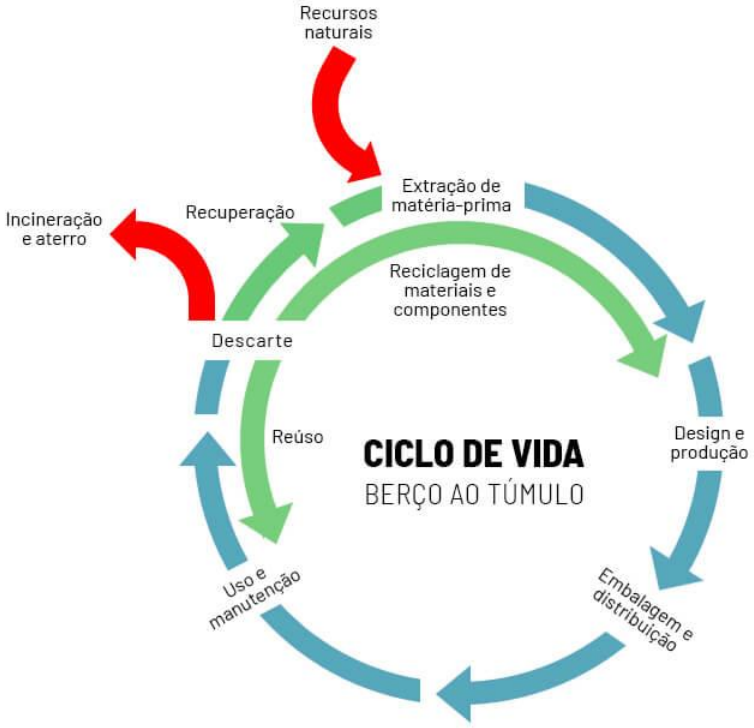
Figura *40* - Tripé da sustentabilidade



Fonte: https:// www.rbenergia.com.br/blog/tripe-da-sustentabilidade-e-o-mercado-livre-de-energia/

Para que este tripé seja funcional, é preciso compreender e observar o ciclo de vida do produto, também conhecido como Avaliação do Ciclo de Vida (ACV) (Wahrlich *et al*., 2020). Dentro desta avaliação, existem as etapas do ciclo de vida, onde observa-se desde a escolha da matéria prima ao descarte do produto e sua reutilização/reciclagem (Vigon, 1993). A Figura 41 mostra as etapas descritas no ciclo de vida do produto:

Figura *41* - Etapas da Avaliação do Ciclo de Vida



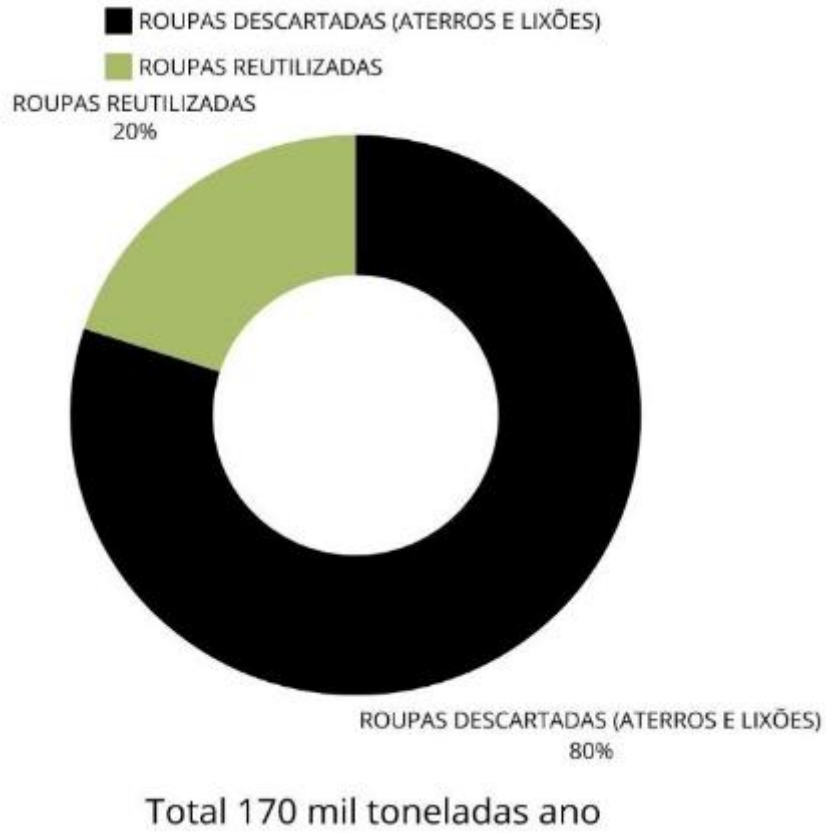
Fonte: https:// sustenare.com.br/o-que-e-avaliacao-do-ciclo-de-vida/

Sendo assim cria-se um produto consciente. Já em relação a moda, a sustentabilidade se apresenta de forma desafiadora, uma vez que esta indústria é a segunda mais poluente do mundo,

segundo dados do *site* Veja (2025). Criar um produto têxtil que respeite o tripé da sustentabilidade e a avaliação do ciclo de vida é a grande chave de virada. Fletcher e Grose (2012) citam que a poluição começa pelo primeiro estágio da criação do produto, ou seja, a extração da matéria prima. No caso da moda, as fibras têxteis, os tecidos. Seja no uso excessivo de água, no desmatamento ou em fibras químicas advindas da indústria petrolífera, tudo isso gera efeitos nocivos para o planeta. O ideal seria o uso de fibras renováveis e biodegradáveis, que respeitam o ciclo da natureza e possam ser recicláveis.

Já no processo de criação do design e produção até o processo de descarte, o grande empecilho em relação a sustentabilidade são as *Fast Fashions*. Estas geram um consumo desenfreado e desequilibrado, com uma produção de vestuário exacerbada, causando impactos ambientais e descarte (Gregori; Maier, 2023). No processo de descarte, Ferreira e Ricardo (2026) afirmam que a indústria têxtil descarta suas peças de forma incorreta, seja em lixões ou aterros sanitários. O Gráfico 2 demonstra o percentual de peças descartadas nestes locais:

Gráfico 2 - Descarte e reutilização de têxteis



Fonte: Ferreira e Ricardo (2026).

Um exemplo é o deserto do Atacama, no Chile, um dos maiores lixões a céu aberto do mundo, com uma grande concentração de descarte de roupas advindas da indústria têxtil (Ferreira; Ricardo, 2026). Por fim, os autores citam uma alternativa dentro da moda que visa seguir a sustentabilidade, indo na contramão de todo impactos negativos citados que a indústria causa no meio ambiente, são

as *Slow Fashions.* Estas, visam respeitar o ciclo de vida do produto, o tripe da sustentabilidade e criam produtos com consciência.

2.8.1 A sustentabilidade e a moda nas igrejas

Nas igrejas evangélicas, Proença (2002, p. 282) cita a respeito da sustentabilidade: "ausência deste assunto nas diferentes atividades das igrejas locais, como pregação, ensino, música, dentre outros". Uma das possíveis razões disso pode estar relacionada às crenças do público evangélico. Brissos-Lino (2023) explica que muitos evangélicos acreditam que o mundo está em caos e, por isso, o foco deve ser buscar a Cristo e a santificação. Além disso, outra ideia, segundo Proença (2022), é a volta de Jesus Cristo e o apocalipse. Para muitos, os desastres ambientais que vêm acontecendo já estão previstos na Bíblia. Um exemplo disso aparece em Lucas 21:10-11, p. 71: "E continuou: -Uma nação vai guerrear contra outra, e um país atacará outro. Em vários lugares haverá grandes tremores de terra, falta de alimentos e epidemias. Acontecerão coisas terríveis, e grandes sinais serão vistos no céu". Esse trecho cita situações que já estão acontecendo no mundo hoje, como a pandemia. Já em Apocalipse 8:7-12, p. 202, aparece a seguinte descrição:

> O primeiro anjo tocou a sua trombeta, e foi lançada sobre a terra uma chuva de pedra e fogo, misturados com sangue. E foi destruída pelo fogo a terça parte da terra, das árvores e de toda erva verde. Depois o segundo anjo tocou a sua trombeta, e uma coisa que parecia uma grande montanha pegando fogo foi jogada ao mar. A terça parte do mar virou sangue, morreu a terça parte dos animais do mar, e foi destruída a terça parte de todos os navios e barcos. Então o terceiro anjo tocou a sua trombeta, e uma grande estrela, queimando como uma tocha, caiu do céu sobre a terça parte dos rios e sobre as fontes de águas. O nome dessa estrela é Amargura. A terça parte das águas se tornou amarga, e por isso muitas pessoas morreram ao beberem daquelas águas. Aí o quarto anjo tocou a sua trombeta, e foi ferida a terça parte do sol, da lua e das estrelas, de modo que perderam a terça parte do seu brilho. Não houve luz durante a terça parte do dia e da noite.

Esse versículo descreve o fim do planeta com desastres ambientais, queimadas, enchentes e outros eventos. Por isso, muitos evangélicos acreditam que o mundo está perto do fim, e que tudo isso é cumprimento das profecias.

Mesmo assim, existem exceções dentro do meio evangélico. Há *ONG's* cristãs que se preocupam com o meio ambiente e lutam pela sustentabilidade. Limeira e Andrade (2012) citam, por exemplo, a IG 1.28, a Rocha Brasil e a Acerv Social como exemplos de ONG's evangélicas que cuidam do meio ambiente. Por isso, é necessário que as igrejas evangélicas também se conscientizem sobre a importância de falar de sustentabilidade dentro das suas atividades. Mesmo com todas as crenças, o cuidado com o planeta também é um valor cristão. Falar sobre isso dentro das igrejas pode fazer diferença.

A moda sustentável preza o ciclo de vida do produto. Nishimura *et al*. (2019) falam que é importante olhar para todas as etapas da produção, cuidando de cada fase e garantindo que tudo seja feito de forma mais consciente. Ou seja, é um cuidado com o planeta, assim como as igrejas cuidam

das pessoas. A moda sustentável combina com o ambiente da igreja, porque pensa em cada detalhe e busca o bem de todos.

O *Slow Fashion* (consumo mais consciente*)* também é uma forma de fazer moda que se encaixa com os princípios bíblicos. Segundo Fletcher (2007), esse modelo se preocupa com o todo — com a comunidade local, com as condições de quem trabalha na produção e com o tempo de uso das roupas. A Bíblia, em Gênesis 2.15, fala que a terra deve ser cuidada e cultivada. Em Levítico 25.1-5, diz que a terra precisa de descanso. Ou seja, o *Slow Fashion* está em sintonia com esses princípios: consumir com consciência, usar só o necessário e preservar o planeta.

Outra prática de moda sustentável são os brechós — e nisso as igrejas já estão envolvidas há muitos anos. Felippe e Feil (2019) falam que os fiéis sempre doaram roupas em bom estado, mostrando uma preocupação em doar o melhor para o próximo. Não é só caridade, é cuidado. As peças são escolhidas com atenção e entregues a quem precisa. O brechó, além de ser sustentável, fortalece o senso de comunidade e ajuda quem mais precisa — tudo isso dentro de valores cristãos.

Com isso, dá para perceber que o vestuário nas igrejas evangélicas, seja ele mais tradicional ou mais moderno, pode andar junto com práticas sustentáveis. A fé, unida à consciência social e ambiental, ajuda a formar comunidades mais responsáveis, cuidadosas e conectadas com o próximo e com a criação Felippe e Feil (2019). O próximo tópico abordará os atributos dos produtos, que afetam suas escolhas. O vestuário de moda além das qualidades estéticas precisa atender as qualidades técnicas que se consegue por meio dos aspectos ergonômicos.

2.9 ERGONOMIA

A aplicação dos aspectos ergonômicos e antropométricos são fundamentais no processo do desenvolvimento de vestuário, pois, interverem em possíveis problemáticas relativas a usabilidade e na vestibilidade destes produtos, por considerar o bem-estar do usuário na realização das tarefas do dia a dia. No que se refere a usabilidade, esta pode ser conseguida por meio das ferramentas da ergonomia aplicadas nas etapas da criação e da modelagem do vestuário, com a seleção da matéria-prima mais adequada ao modelo, com a adaptação das medidas fundamentais do corpo humano durante a interpretação do modelo, sobre o diagrama básico que representa o corpo e no acabamento do produto (Silveira, 2008). A ergonomia num sentido amplo estuda os critérios necessários para adaptar o ambiente e os produtos as características humanas. Para isso, ela aplica teorias, princípios, dados e métodos, que possam, previamente, preservar a vida humana, nos aspectos relativos a saúde, segurança, conforto e satisfação (Iida; Guimarães, 2016).

No âmbito internacional, a Associação Internacional de Ergonomia (*International Ergonomics Association* - IEA, 2014) conceitua a Ergonomia e suas especializações conforme a Quadro 3.

Quadro 3 - Tipos de ergonomia

Classificação	Descrição
Ergonomia Física	A ergonomia física é entendida como a relação entre as atividades desempenhadas pelos profissionais no ambiente de trabalho e as características anatômicas da pessoa: sua fisiologia, antropometria e biomecânica.
Ergonomia Cognitiva	A ergonomia cognitiva está ligada a todos os processos mentais usados pelas pessoas na realização das suas atividades e como eles afetam suas relações com outros elementos de um sistema. Sua função é verificar a carga mental exigida nos diferentes tipos e ambientes de trabalho.
Ergonomia Organizacional	Ergonomia Organizacional A ergonomia organizacional tem como missão promover alterações na estrutura organizacional de uma empresa. Estamos falando sobre a otimização dos aspectos sociotécnicos de uma organização – que incluem pessoas como partes inerentes do sistema -, incluindo também processos e políticas. Fonte: Iida; Guimarães (2016).

Fonte: (International Ergonomics Association – IEA (2014).

Portanto, a ergonomia estuda tanto as condições prévias como as consequências do trabalho e as interações que ocorrem entre o ser humano, o produto e o ambiente durante a realização de suas atividades. Para Silveira (2008), na aplicação dos aspectos da ergonomia física no caso específico do produto de vestuário é necessário conhecer a forma e as medidas do corpo do usuário, tendo em vista a relação direta com sua forma física, ações e movimentos e equilíbrio do corpo.

Como enfatiza Iida (2005, p. 316), um produto é destinado à satisfação de determinadas necessidades humanas, estando direta ou indiretamente em contato com as pessoas tendo a finalidade de ser utilizado efetivamente pelo usuário, por isso, precisam, estabelecer as qualidades essenciais, tais como:

a) Qualidade Técnica – é a parte que faz funcionar os produtos, do ponto de vista mecânico, elétrico, eletrônico ou químico, transformando uma forma de energia em outra, ou realizando operações como dobra, corte, solda.

b) Qualidade ergonômica – a qualidade ergonômica do produto é a que garante uma boa interação do produto com o usuário. Inclui a facilidade de manuseio, adaptação antropométrica, fornecimento claro de informações, facilidades de "navegação", compatibilidade de movimentos e demais itens de conforto e segurança.

c) Qualidade estética – a qualidade estética é a que proporciona prazer ao consumidor. Envolve a combinação de formas, cores, materiais, texturas, acabamentos e movimentos, para que os produtos sejam considerados atraentes e desejáveis, aos olhos do consumidor.

Dependendo do produto, pode ter uma qualidade que predomine em relação às outras. Quando, se projeta produtos para o vestuário, a qualidade estética é bem observada, no sentido de valorizá-los e torná-los mais atrativos. No entanto, deve-se agregar funções e conceitos básicos,

capazes de atender necessidades, transmitir segurança, bem como, proporcionar praticidade e conforto.

Montemezzo (2003) diz que as indústrias de vestuário têm se preocupado com as questões funcionais dos produtos, mas que ao mesmo tempo, para que possam ser articulados aos estilos particulares dos consumidores, é preciso que exista equilíbrio entre o visual e o funcional. Para que isso ocorra, os princípios de fabricação devem estar centrados no usuário e permeados por estudos ergonômicos, destacados a seguir.

2.9.1 Ergonomia de Produto

Apresenta-se inicialmente os conceitos de ergonomia. A definição do termo Ergonomia é abordada pela Associação Brasileira de Ergonomia (ABERGO, 2013), que o considera sinônimo de Fatores Humanos. A terminologia "Ergonomia" tem origem na abordagem europeia adotada pelos principais países europeus, com foco nos estudos específicos do trabalho e nas atividades do operador. Por outro lado, o termo "Fatores Humanos" reflete a abordagem americana, especialmente nos Estados Unidos, e tem como objetivo melhorar as condições de trabalho ao enfocar os estudos da relação entre o homem e o trabalho (Gomes Filho, 2010). De acordo com a *International Ergonomics Associatio*n (IEA, 2017), a Ergonomia é uma disciplina científica que busca compreender as interações entre os seres humanos e outros elementos de um sistema, aplicando teorias, princípios, dados e métodos para otimizar o bem-estar humano e o desempenho global do sistema.

Nesse contexto, a ciência da Ergonomia se baseia em conhecimentos multidisciplinares, abrangendo áreas como anatomia, fisiologia, psicologia, semiótica, antropometria e biomecânica. Seu objetivo é compreender a interação entre os seres humanos e as tecnologias relacionadas a moradia, vestuário, transporte e comunicação, a fim de identificar problemas e propor melhorias (Iida; Guimarães, 2016).

Iida e Guimarães (2016) afirmam, que a Ergonomia de produto tem como principal objetivo prático, associar os elementos tecnológicos, de mercado, práticos e estéticos, as necessidades dos usuários, levando em consideração as especificações do projeto de produto. Com isso, ela mostra-se como um importante fator mediador/auxiliador na conversão das necessidades dos usuários em requisitos projetuais, observando os aspectos de segurança, conforto e usabilidade. A aplicação da ergonomia no desenvolvimento dos produtos é uma tecnologia que visa criar produtos que funcionem bem em termos humanos. Seu foco é o usuário do produto, e seu principal objetivo é assegurar que os produtos sejam fáceis de usar, fáceis de aprender, produtivos e seguros (Rangel; Raposo, 2013).

Na visão de Moraes; Mont'Alvão (2009), a ergonomia é uma ciência preocupada com o projetar, com o design. A abordagem da ergonomia ao design, pode ser resumida como: o princípio

do design centrado no usuário. Sendo assim, se um objeto, um sistema ou um ambiente são projetados para o uso humano, então os seus projetos devem ser baseados nas características mentais e físicas de seus usuários, visando atingir a melhor combinação entre o produto e seu usuário no ambiente da tarefa a ser realizada (Moraes; Mont'Alvão, 2009). Então, entende-se que a ergonomia é a ciência que busca adaptar a tarefa ao trabalhador e o produto ao usuário, tendo alguns princípios.

Os princípios da ergonomia estão enraizados em valores sociotécnicos. Os princípios e metodologias de design participativo da ergonomia aplicam-se ao design de tarefas, trabalhos, produtos, ambientes, setores e tipos de trabalho. Para Read *et al*. (2021) os princípios da ergonomia estão enraizados em valores essenciais:

a) Humanos como ativos (recursos de valor);
b) A tecnologia como ferramenta para ajudar os humanos;
c) Promoção da qualidade de vida;
d) Respeito pelas diferenças individuais; e
e) Responsabilidade para com todas as partes interessadas.

Os princípios da ergonomia têm que serem tratados de modo organizado e científico, utilizando-se de metodologias para interferir tanto durante o desenvolvimento do produto (na criação e modelagem) como na sua produção, visando obter resultados satisfatórios.

Por isso, a ergonomia de produtos desempenha um papel essencial no PDP (Planejamento e Desenvolvimento Produtivo), garantindo que os produtos mantenham um padrão de qualidade equilibrado e ofereçam conforto, segurança e funcionalidade para o usuário. De acordo com Iida e Guimarães (2016), a ergonomia no PDP abrange atividades conforme descritas no Quadro 4.

Quadro 4 - Contribuições da ergonomia no Planejamento e Desenvolvimento Produtivo

Atividade	Descrição pela abordagem ergonômica
(I) Analisar o usuário e suas necessidades	Observar e descrever o perfil do usuário, seus valores e necessidades (físicas, psicológicas e sociológicas) que definirão características de agradabilidade e usabilidade; O ideal é analisar o usuário executando a atividade/tarefa (em movimento), no contexto natural;
(II) Aprimorar a usabilidade e a agradabilidade	Registrar as características do produto e listar tarefas a realizar nas relações de uso, a fim de melhorar propostas alternativas que contemplem a usabilidade (desempenho funcional, testar protótipos) e a agradabilidade (avaliar a emoção;
(III) Analisar a interface do produto	Compreender a comunicação, uso e emoções provocadas pelo produto nas interações durante o uso;
(IV) Verificar o processo produtivo (ciclo de vida)	Facilitar os processos produtivos (observar pilares da sustentabilidade) e cada etapa do ciclo de vida do produto;
(V) Identificar e prevenir riscos	Examinar as características do usuário, para prevenir e eliminar eventuais riscos e erros e acidentes na operação/uso do produto;
(VI) Aplicar a avaliação ergonômica do produto (experiência do usuário)	Avaliar a interação do usuário com o produto, se atende aos critérios de conforto, segurança, eficiência e satisfação na execução das tarefas. Testar os elementos físicos (materiais, estrutura, forma, acabamentos) e as reações emocionais (satisfação, frustração, prazer).

Fonte: Iida e Guimarães (2016).

O Quadro 5 é um instrumento para avaliar a ergonomia do produto.

Quadro 5 - Formulário utilizado como instrumento auxiliar na avaliação de produtos

Descrição do produto:					
Características desejáveis	Pouco Evidente				Muito evidente
Critérios técnicos	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Materiais, tecnologias e sustentabilidade					
Facilidade de armazenar e transportar					
Facilidade de lavar e conservar					
Resistência e Durabilidade					
Funcionalidade					
Total					
Critério de usabilidade	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Aspectos cognitivos: facilidade de usar e manipular					
Posturas corporais: liberdade de movimentos					
Pontos de estresse/dores: em modelagem, recortes, costuras, fechamentos, texturas e aviamentos					
Conforto e segurança: adequação antropométrica (medidas corpóreas) e biomecânica (acessibilidade aos movimentos articulares)					
Função de uso: quando usado na sua função principal, obtém melhor eficácia do produto					
Total					
Critérios Estéticos	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Aspectos estético-formais (formas, cores e relação com a temática de inspiração)					
Aspectos sensoriais e emocionais (acuidade visual, tato, pressão, temperatura e umidade relativa, fatores que afetam diretamente o desempenho humano)					
Aspectos sociais, culturais e simbólicos (capacidade de representação de poder, status, seu significado e capacidade de cognição e comunicação através de conceito, mensagem e imagem no contexto social em que o consumidor final está inserido)					
Aspectos informacionais (subsídios suficientes para que o cliente ou usuário possa inteirar-se da maneira correta de utilizar, manusear e higienizar o produto)					
Atratividade: desejo de compra do consumidor					
Total					

Adaptado de Schaefer (2019).

À medida que a pontuação for contabilizada os pontos obtidos em cada um dos eixos analisados (Critérios técnicos, de usabilidade e estéticos), se faz necessário fazer a relação com os critérios ergonômicos para o produto de vestuário com o equilíbrio entre os aspectos técnicos, de usabilidade e estéticos. É necessário também o conhecimento da estrutura básica do corpo já que se trata do suporte do vestuário. Neste sentido, aborda-se a antropometria a ser aplicada ao projeto e dimensionamento do vestuário.

2.9.2.1 Ergonomia do produto de vestuário

No projeto de vestuário a ergonomia deve considerar o corpo humano, a modelagem e os tecidos utilizados. Martins (2014) afirma que os designers de produtos de moda precisam equacionar a relação da ergonomia, materiais têxteis e modelagem em produtos de moda. Entendendo que o

design do vestuário é uma área que necessita relacionar-se mais com a ergonomia, tendo em vista que é um produto que será vestido pelo corpo.

Apesar de a ergonomia ter em sua definição a união entre bem-estar e desempenho global do sistema, ao observar os projetos de produto do vestuário que são desenvolvidos industrialmente e com base em tabelas de medidas, com o perfil do usuário, em muitos casos, percebe-se que seu alcance se torna restritivo. Dentre essas restrições se destacam: a íntima relação estabelecida entre o produto e o corpo humano, a diversidade de estilos e segmentos de mercado consumidor do vestuário e, o lançamento da maioria das peças sem testes de aceitação pelo usuário, devido aos altos custos, para concretizá-los e a consequente facilidade com que um novo produto é imitado ou copiado. No caso do vestuário que segue as tendências sazonais de moda, fica saturado na medida em que é consumido, porque na relação entre produtor e consumidor, cria-se constantemente, um ambiente que evoca a perda das características de novidade, após o seu uso (Montemezzo, 2003).

Na visão de Iida e Guimarães (2016) a ergonomia está presente não só no resultado de um produto de moda, mas também durante o seu projeto. Iida também destaca que a aplicação da ergonomia durante o projeto pode ser feita em, pelo menos em quatro etapas:

1.Durante a concepção, o designer pode antever possíveis problemas na realização do projeto, e corrigi-los antes mesmo de produzir o primeiro protótipo. A aplicação da ergonomia de concepção durante o projeto requer, segundo Iida e Guimarães (2016), maior experiência do designer em relação aos movimentos corporais e comportamento do material trabalhado;

2.Na correção do protótipo, aplicada em situações já existentes, o designer de moda pode detectar e corrigir o problema ao observar a peça vestida no corpo que represente o usuário, ou ouvindo o *feedback* do usuário sobre algum possível incômodo físico;

3. Ao conscientizar e **capacitar o usuário** sobre a detecção e ajuste de possíveis problemas no produto;

4. Ao **convidar o usuário** a participar na tentativa de solução de algum problema relacionado ao produto. Iida e Guimarães (2016) esclarece que a ergonomia da participação é uma alternativa para envolver o usuário mais ativamente no projeto, auxiliando na solução de problemas do desenvolvimento do produto.

De acordo com a visão de Montemezzo (2003), o vestuário, independentemente de ser um produto portador de conteúdo de moda, mantém com o usuário uma efetiva relação de uso no que diz respeito à proteção, ornamentação ou pudor. O vestuário faz parte do meio físico e material, antes da pessoa interagir com qualquer objeto, ou seja, é uma extensão do próprio corpo, interferindo na realização das ações do usuário, quer seja de forma positiva ou negativa.

Em razão disso, Saltzman (2004) destaca, que por ser um dos produtos mais consumidos ao longo da vida das pessoas, o vestuário apresenta certas características que precisam atender às

demandas dos usuários, em função da relação que o corpo estabelece com o seu entorno, como seu habitat. Desta forma, a relação entre o corpo e o volume em seu entorno é determinado pela proximidade ou distanciamento com o que se veste. Sendo assim, Martins (2014) destaca que o designer do vestuário deve entender o funcionamento no que se refere à interface entre o corpo e o vestuário por meio da inclusão de ambas as dimensões, pois, o vestuário fornece um "mini meio ambiente" para o corpo. Nesse contexto, na relação entre vestuário e o corpo existe a necessidade direta de se obter conforto.

Reilly (2010) afirma que para alcançar um nível de conforto compatível entre o corpo humano e o vestuário, os princípios de fabricação devem estar centrados no usuário e serem passíveis de absorver os estudos ergonômicos, para contribuir na elaboração do produto. Assim, a qualidade ergonômica presente no produto, desenvolvido para fins de vestuário, pode ser verificada quando este se harmoniza, de forma coerente, com as características do usuário. Por meio de testes, para verificar as qualidades de eficiência técnica do produto e em conjunto com os testes ergonômicos que irão avaliar a interação com o usuário, é possível prever situações de uso e aceitação no mercado, antecipando a necessidade de eventuais correções.

Diante disso, a etapa de concepção do produto deve incorporar qualidades ergonômicas que atendam aos níveis de exigências do usuário que estão relacionadas com as funções que segundo Löbach (2001), podem ser: prática, estética e simbólica, Quadro 6.

Quadro *6* - Funções dos produtos

Função	Descrição
Função prática	Envolve os aspectos de uso, ou seja, a antropometria, a usabilidade e praticidade de uso. Na concepção de produtos, o principal objetivo é criar a função adequada para o desempenho do objeto, de modo que satisfaça as necessidades e expectativas do usuário.
Função estética	Atende aos aspectos da percepção sensorial, durante a manipulação do produto e pode ser traduzida pela satisfação dos sentidos, do usuário.
Função simbólica	Deriva dos aspectos estéticos do produto e se efetiva quando ocorre a associação de ideias, com memórias anteriores.

Fonte: Löbach (2001).

O autor orienta para que as funções práticas sejam colocadas em primeiro plano de interesse, por se situarem no nível orgânico-corporal, ou seja, nos aspectos de uso, por isso, deve agregar os aspectos relacionados à segurança, conforto, facilidade de manutenção, manuseio e usabilidade.

O conforto é uma condição de comodidade e bem-estar, ou seja, é obtido por meio da sensação de bem-estar, comodidade e segurança, percebida pelo usuário nos níveis físico e sensorial. O conforto de um vestuário deve, ainda, proporcionar ao seu usuário liberdade de movimentos, conforto tátil, conforto térmico, conforto visual e bem-estar emocional (Martins, 2014). Para essa autora, a ergonomia permite condições para maior mobilidade, alcance, facilidade de vestir e despir, conforto, segurança e desempenho.

Iida (2005) explica que os fatores ergonômicos e de usabilidade em metodologias de desenvolvimento de produtos (e serviços) no design tem alta relevância, defendendo seu uso ao longo

do processo projetual. Utilizando essa abordagem para o desenvolvimento de vestuário, entende-se que é essencial a constante avaliação de fatores de usabilidade seja realizada ao longo do processo de concepção e construção de um produto de moda. O autor indica os procedimentos para a participação da ergonomia nas diversas etapas do desenvolvimento de produtos. Porém, precisa também serem comtemplados os critérios ergonômicos.

Dejean e Naël (2007, p. 394 a 396) indicam os critérios ergonômicos para orientar a criação e desenvolvimento de produtos (grifo nosso). Os critérios ergonômicos possibilitam revelar aspectos que devem ser observados e levados em consideração no projeto de produtos. São norteadores, na concepção, desenvolvimento, implementação e avaliação da qualidade dos produtos (Quadro 7).

Quadro *7* - Critérios ergonômicos para a criação de produtos

Critério	Descrição
Segurança	Este critério tem prioridade sobre os outros. A segurança diz respeito ao usuário, mas também aos atores passivos ou ativos da utilização do produto. Essa noção impõe uma análise do ciclo de vida do produto para identificar todas as pessoas envolvidas e as circunstâncias associadas. Assim, além dos usuários deve considerar os fabricantes, distribuidores, profissionais de assistência técnica, atores situados no ambiente de uso do produto, os profissionais encarregados da distribuição ou reciclagem. A segurança no curto prazo diz respeito à prevenção dos riscos de acidente, enquanto a segurança em longo prazo trata-se da prevenção de doenças, que aparecem em relação ao tempo de exposição aos riscos.
Eficácia	Este critério diz respeito à adaptação da função do produto aos objetivos que o usuário deseja alcançar. Quando esse critério não é considerado nem é bem integrado desde a concepção do produto, o critério de segurança pode ser questionado.
Utilidade	Os produtos são objetos ou artefatos utilizados para realizar um objetivo. Se as funções do produto, antes mesmo de sua formação, não respondem às necessidades de utilização do cliente, este produto não será utilizado, mesmo que tinha sido comprado sob a influência de um marketing influente. O cliente dispõe de uma margem de liberdade para selecionar ou rejeitar o produto que melhor atende às suas necessidades.
Tolerância aos erros	Trata-se de um critério clássico que a enorme variabilidade dos usuários e dos contextos de utilização dos produtos acentua consideravelmente. Erros durante a manipulação para uso dos produtos pode colocar em risco a segurança.
Primeiro contato	A facilidade do primeiro contado se refere à primeira utilização do produto, que inclui o procedimento de instalação, ou montagem. Quando na tentativa de usar os produtos ou suas funções os usuários encontram dificuldades, podem desistir e descartar o produto ou suas funções é subutilizada, e o comprador não aproveita as potencialidades do produto que tem nas mãos.
Conforto	Esta noção é difícil definir em termos absolutos e se mede mais em termos de desconforto. No conceito de Slater (2004, p. 1997), "O conforto é um estado afetivo definido pela ocorrência simultânea de bem-estar físico e psicológico, induzido por sensações que evoquem sentimentos e emoções prazerosas" [...].
Prazer	Este critério permite em particular relativizar e circunstanciar o peso dos outros critérios de eficácia e conforto. O prazer abrange várias dimensões: fisiológicas, sociológicas, psicológicas e ideológicas. Trata-se de uma experiência positiva para o usuário, nos planos do pensamento, das sensações e das emoções, que fica na memória e pode ser narrada com prazer.

Fonte: Dejean e Naël (2007, p. 394 a 396).

Neste sentido, Montemezzo (2003) complementa apontando que as qualidades de um produto de vestuário estão relacionadas aos aspectos de caimento e conforto (Ergonomia, modelagem, matéria-prima e acabamento) e estética (estilo e conteúdo de Moda). A autora elenca elementos

básicos que podem afetar a relação de uso do vestuário, e estabelece preocupações inerentes a conduta projetual de um vestuário (Quadro 8).

Quadro *8* - Preocupações com a ergonomia no processo de uso do vestuário

	O que proporcionar ao usuário	Ações corretas
	Segurança	Matéria prima, modelagem e aviamentos (usar os que não provoquem ferimentos e dados ao meio ambiente.
Conforto	Liberdade de movimentos	Matéria prima, Modelagem e Antropometria
	Conforto tátil	
	Conforto térmico	
	Conforto visual	Aspectos perceptíveis/estético/comunicação visual
	Bem-estar emocional	Exploração dos valores subjetivos/carga simbólica
	Facilidade de manuseio e uso	Matéria prima de fácil manutenção
		Funcionamento dos dispositivos diretos de interação (fechos, regulagens, elementos desacatáveis etc.
		Dispositivos de informação sobre uso e manutenção
		Função objetiva do produto

Fonte: adaptado de Montemezzo (2003, p. 47).

Como pode ser observado no Quadro 8 para a segurança do vestuário deve-se ter cuidados na escolha da matéria-prima, modelagem e aviamentos. Porém, o vestuário dever permitir ao usuário liberdade de movimentos. A escolha da matéria-prima deve ser adequada ao modelo e este a função de uso, deve observar o traçado da modelagem e aplicação das medidas antropométricas de acordo com o perfil do usuário. Com relação ao conforto tátil e térmico, a preocupação está relacionada também com a matéria-prima, com o traçado da modelagem e os acabamentos. Sobre a facilidade de manuseio e uso, o vestuário deve ser confeccionado com matéria-prima de fácil manutenção, e aviamentos de fácil interação, além de conter informações sobre o uso e manutenção (Montemezzo, 2003). Neste sentido as diretrizes ergonômicas precisam estarem aliadas com os critérios de usabilidade, assunto a seguir.

2.9.2.2 Usabilidade aliada aos princípios de ergonomia

Diante do exposto teórico sobre a ergonomia, compreende-se que esta inicia as análises do levantamento dos aspectos físicos, fisiológicos, emocionais, estéticos e simbólicos para identificar as necessidades, capacidades e limitações dos usuários. Com base nessas informações, são adotadas ferramentas de avaliação para verificar a qualidade do produto e aceitação pelo usuário, além de gerar requisitos para os próximos projetos. Envolve a escolha de materiais, a modelagem, a antropometria e as funções dos produtos, com avaliações técnicas e a viabilidade produtiva. Para o vestuário de moda, a qualidade de usabilidade é obtida com os critérios ergonômicos e a qualidade visual com a qualidade estética, sem renunciar à qualidade técnica funcional do produto (Iida; Guimarães, 2016).

O conceito de Usabilidade (neologismo traduzido do inglês *usability*) refere-se à facilidade e comodidade no uso dos produtos, tanto no ambiente doméstico como no profissional (Moraes;

Mont'Alvão, 2010; Iida; Guimarães, 2016). Jordan (1998) define como a facilidade de utilização de um produto. Usabilidade trata da adequação entre o produto e as tarefas, cujo desempenho ele se destina, envolvendo o usuário (como ele utilizará) e o contexto (onde será utilizado).

De acordo com a ABNT NBR ISO 9241-11 (2011, p.1), "projetar para a usabilidade contribuirá positivamente para os objetivos ergonômicos, como a redução de possíveis efeitos adversos de uso sobre a saúde, a segurança e o desempenho humano".

A essência da usabilidade para Cybis, Holtz e Faust (2010), está no acordo entre interface, usuário, tarefa e ambiente. De acordo com os autores, a ergonomia está em sua origem, pois ela visa a proporcionar eficácia e eficiência, além do bem-estar e saúde do usuário por meio da adequabilidade do trabalho ao homem. Um produto ou serviço para ter usabilidade deve compreender a interação entre produtos, usuários, tarefas e ambiente de modo a produzir qualidade funcional, alcançar os objetivos e uso amigável.

Segundo Falcão e Soares (2013), a importância da usabilidade no design de produto e sua aplicação como estratégia de mercado tiveram início na década de 1990. Desde então, o mercado tem aplicado o conhecimento gerado pela usabilidade na concepção de produtos de uso fácil, compreensível, acessível e confortável. No caso do produto vestuário ou objeto de vestir, que, por sua natureza envoltória ao corpo, apresenta peculiaridades de uso, diferentemente da maioria dos produtos estudados pela usabilidade.

Para Martins (2008), a usabilidade configura o campo de interação que viabiliza o uso correto dos produtos, os de vestuário em especial. Sendo o conforto a representação de um objetivo que se almeja no local em que se habita, realiza seu trabalho ou até mesmo diversão. Com isso, existirá a possibilidade de o vestuário ser uma vivência satisfatória sem que o corpo se sinta incomodado, usando a ergonomia a seu benefício, porque sem ergonomia o vestuário é um estorvo para o corpo. A autora ainda ressalta que, além da usabilidade aliada aos princípios de ergonomia, a aparência do vestuário se configura como um fator de relevância para atender a satisfação do usuário, pois contribui para a facilidade e eficácia durante o procedimento de seu uso. Entretanto, estes conceitos precisam estar interligados para satisfazer o usuário nos quesitos conforto e bem-estar (Martins, 2008).

A ISO 9241-11 (ISO, 2002) traz o mais clássico e reconhecido conceito de usabilidade: "o alcance pelo qual um produto pode ser usado por certos usuários para atingir objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em certo contexto de uso (Quadro 9).

Quadro 9 - Aspectos da usabilidade

Aspecto	Descrição
Eficácia ou Efetividade	Refere-se à dimensão pela qual um objetivo ou tarefa são atingidos. A eficácia mede a relação entre os resultados obtidos e os objetivos pretendidos, ou seja, ser eficaz é conseguir atingir um dado objetivo.
Eficiência	Refere-se à quantidade de esforço requerido para se atingir um objetivo. Quanto menor o esforço, maior a eficiência.

Satisfação	Refere-se ao nível de conforto que o usuário sente quando usa um produto e o quanto aceitável o produto é para o usuário em relação ao desejo de atingir os seus objetivos.

Fonte: ISO 9241-11 (ISO, 2018).

A usabilidade (Quadro 9) baseia-se nos dados levantados sobre o perfil do usuário (ergonomia física) e suas interações com o produto, ocupando-se também da avaliação técnica de cada uma das qualidades.

A efetividade da usabilidade é alcançada por meio do caimento das peças nas dimensões do corpo, no alinhamento das linhas estruturais da roupa sobre o seu contorno e na sensação de comodidade e bem-estar e conforto proporcionada pela matéria prima e pela modelagem (Martins, 2008).

A função estética está relacionada com o aprimoramento visual da aparência externa buscando o "encantamento" do cliente como sua principal característica. O desempenho visual vem sempre em primeiro lugar. Visto por esse ângulo, a estética ganha ares de elemento de diferenciação, contribuindo diretamente para o sucesso de muitos produtos (Silveira, 2008).

A função simbólica de um produto desperta confiança na medida em que reflete a "autoestima do consumidor" e ajuda a construir a sua imagem perante os outros. Além disso, a aparência visual do produto, sua imagem visual, "construída pela incorporação do estilo de vida, valores de grupos e emoções", ajuda a transmitir a impressão sobre o aspecto funcional do produto, quanto ao seu desempenho, mesmo antes do consumidor ter tido a oportunidade de verificar se funcionamento efetivo (Baxter, 2001).

A usabilidade e as funções prática, estética e simbólica aplicados ao vestuário estão associadas a satisfação que envolve os sentimentos de bem-estar, que no caso do vestuário, refere-se também ao nível de conforto que o usuário sente pelo produto ter atingido seu objetivo. Desse modo, a funcionalidade e a usabilidade dos produtos de vestuário estão relacionadas ao conforto proporcionado ao corpo. Assim, a usabilidade formula metas de desempenho para o produto, no início de cada projeto, cujo processo baseia-se no uso de critérios ergonômicos.

Na visão de Mello (2011), a usabilidade tem como princípios: (I) evidência; (II) consistência; (III) capacidade; (IV) compatibilidade; (V) prevenção e correção de erros; e (V) retroalimentação (Quadro 10).

Quadro *10* - Princípios da usabilidade

Princípio	Descrição
Evidência	A função e o modo de manusear/operar deve ser claro e evidentes para o usuário.
Consistência	Refere-se à familiaridade do usuário com certas ações sobre os produtos, como as formas habituais de vestir e despir peças de vestuário.
Capacidade	Relaciona-se com o respeito as capacidades motoras dos usuários, tais quais como força, previsão, velocidade e movimento.
Compatibilidade	Está relacionada com o atendimento as expectativas fisiológicas, culturais e relacionais (em comparação com outras experiências similares) dos usuários.

Prevenção e correção de erros	Considera o risco de erro em uma ação executado sobre o produto e, caso o risco ocorra, permite a rápida correção.
Retroalimentação	Os produtos devem trazer informações aos usuários sobe o uso e a ação desejada.

Fonte: Mello (2011).

A autora acrescenta que o produto deve respeitar, também, as características físicas e cognitivas dos usuários. Nesse sentido, menciona que as características físicas estão relacionadas **ergonomia física** com as dimensões, o porte, as formas e outros fatores tangíveis expressos na materialidade dos produtos. Por sua vez, "as características cognitivas estão relacionadas **ergonomia cognitiva** que se refere aos conhecimentos do usuário sobre o modo como usar o produto, baseando-se em suas experiências anteriores [...]" (Mello, 2011, p. 51, grifo nosso).

Portanto, a ergonomia e a usabilidade precisam do diagnóstico do perfil e das necessidades dos usuários, com suas características cognitivas, culturais e físicas diferentes, bem como a compreensão a que se destinam como, por exemplo, idade, sexo, educação, motivação, busca e uso de informação, na interação com os produtos. E neste contexto envolvem os requisitos para a avaliação da usabilidade do vestuário, assunto na sequência.

2.10 ATRIBUTOS DOS PRODUTOS

Os atributos são as características implícitas em um produto, como, por exemplo, a cor e o material, que influenciam o comportamento do consumidor em relação àquele produto. Cada consumidor pode avaliar os atributos de um produto de forma diferente, levando em consideração seus valores, crenças e experiências (Peter; Olson, 2010). Para Armstrong *et al*. (1999) os atributos podem estar envolvidos com a qualidade, os recursos, o design, a marca, o rótulo ou serviços de suporte de um produto. Além de compreender o que são atributos caracterizadores, é importante mencionar que ainda há três outras formas de definir um atributo. Alpert (1971) caracteriza os atributos em três grupos distintos: atributos salientes, atributos importantes e atributos determinantes (Quadro 11).

Quadro *11* - Atributos dos produtos

Atributos salientes	São atributos percebidos pelo consumidor em um produto, mas não são os responsáveis pela decisão final de compra, ou seja, não são importantes nesse quesito (Vieira; Slongo, 2009).
Atributos importantes	São atributos identificados como importantes pelo consumidor, porém não são capazes de diferenciar uma marca da outra em termos de decisão de compra. Ou seja, são atributos que não responsáveis pela ação da compra (Alpert, 1971).
Atributos determinantes	Atributos determinantes são aqueles classificados como as principais razões pela decisão de compra do consumidor, são os atributos mais importantes considerados por eles no ato da compra (Alpert, 2012).

Fonte: Alpert (1971).

Segundo Espinoza e Hirano (2003) a importância de cada atributo está diretamente ligada às percepções dos consumidores e podem ser seletivas ou relativas. Elas são seletivas quando o

consumidor está disposto a filtrar as informações que recebem acerca dos produtos e são relativas pois as experiências e as expectativas dos consumidores influenciam suas percepções.

Para Peter e Olson (2010), os atributos de um produto podem, ainda, ser tangíveis ou intangíveis. Essa definição significa que um atributo tangível pode ser, por exemplo, o material com que uma peça de roupa foi fabricada. Já um atributo intangível significa o nível de conforto que essa peça de roupa promove ao consumidor. Para os autores, muitos atributos podem estar envolvidos em um produto, e é importante que os profissionais do setor de vestuário consigam identificar quais são os atributos mais relevantes para os consumidores relacionados ao vestuário, tema a seguir.

2.10.1 Atributos do vestuário

Os atributos do vestuário incluem suas funções básicas (proteção e adorno), sua classificação por tipo de peça (vestido, calça etc.), composição (tecido, material), e características estéticas (cor, modelagem, estilo), além do seu significado cultural e social, que pode transmitir uma imagem de força ou delicadeza, ou seguir tendências de moda específicas. Rafaeli e Pratt (1993, p. 35) identificaram, em sua pesquisa, três atributos que podem conduzir a análise do vestuário corporativo: cor, material e estilo. A seguir, cada um desses atributos será analisado mais profundamente.

2.10.1.1 Cores

A palavra cor pode ter vários significados. “Pode-se dizer que o mais correto e de um modo científico, é que a cor é algo que vista com os olhos, e interpretada com o cérebro, mas antes de tudo, a cor é pura e simplesmente o resultado de uma interação entre a luz e um determinado objeto ou material, seja este qual for” (Lucas, 2006, p. 1).

As cores do vestuário, “podem carregar valiosa informação simbólica” (Rafaeli; Pratt, 1993, p. 35). Os autores comentam que, de acordo com pesquisas em comunicação não verbal, as cores têm significados. As cores do vestuário podem comunicar mensagens psicológicas e influenciam a imagem pessoal. Cores vibrantes e quentes como vermelho e amarelo transmitem energia e otimismo, enquanto tons frios e sóbrios como azul e verde evocam calma e profissionalismo. A escolha de uma cor está ligada à intenção de comunicar emoções como sofisticação, paixão, ou estabilidade, mas também segue tendências sazonais da moda.

Como colocam Rafaeli; Pratt (1993) as cores do vestuário carregam uma valiosa informação simbólica, influenciando a percepção dos outros sobre quem as usa e até mesmo o estado emocional da própria pessoa. Essa comunicação não verbal é influenciada pela psicologia das cores, que relaciona tons e matizes a emoções e comportamentos. Os significados podem variar de acordo com

o contexto cultural e social. A seguir, apresenta-se a simbologia de algumas cores no vestuário, no quadro 12.

Quadro *12* - Simbologia das cores

Cores quentes (estimulantes)	**Vermelho:** Evoca paixão, desejo, energia e extroversão. Também pode ser associado à ira ou violência.
	Amarelo: Representa alegria, otimismo e criatividade. No entanto, o excesso pode gerar ansiedade.
	Laranja: Transmite entusiasmo, energia e vontade de agir.
	Azul: Sugere tranquilidade, confiança, seriedade e lealdade. É uma escolha comum em ambientes corporativos, transmitindo estabilidade e segurança.
Cores frias (calmantes)	**Verde:** Simboliza esperança, natureza, crescimento e harmonia. Tons mais escuros podem inspirar calma e confiabilidade.
	Violeta: Representa o equilíbrio entre pensamento e sentimento, além de estar ligado à religiosidade e à espiritualidade.
Cores neutras (discretas)	**Preto:** É frequentemente associado à sofisticação, elegância e formalidade. Também pode simbolizar mistério, luto e negação.
	Branco: Representa paz, pureza, transparência e clareza. Em algumas culturas, pode ter significados diferentes.
	Cinza: Transmite seriedade, equilíbrio e profissionalismo. É uma cor neutra que sugere discrição.

Fonte: Rafaeli e Pratt (1993).

É importante lembrar que as cores interagem entre si no *look* e com o tom de pele, que também afeta a percepção final. A escolha de cores deve levar em conta o contexto e a mensagem que se deseja transmitir. As cores são tão importantes que Rafaeli e Pratt (1993) até comentam de evidências que sugerem que as empresas selecionam suas cores específicas através do julgamento do valor simbólico destas.

2.10.1.2 O impacto da cor do vestuário nas pessoas

Embora a cor seja um elemento muito importante para as organizações, é importante compreender como ela influencia as pessoas, já que, segundo Fisher-Mirkin (2001, p. 27), "cor talvez seja a força mais poderosa na comunicação da moda. [...] Tem o poder de estimular ou deprimir, atrair ou repelir". De acordo com o autor (2001, p. 28), que examina profundamente essa questão das cores, cada pessoa tem uma reação diferente em relação a cores específicas, por dois motivos principais: o ambiente, criação e cultura, que são únicos para cada pessoa; e pela sua constituição emocional. Apesar disso, o autor afirma que certas cores têm associações universais. Ele diz que, inconscientemente, todas as pessoas utilizam-se das cores para comunicar seus humores, personalidade e inseguranças (FischeR-Mirkin, 2001, p. 30) ou para trazer-lhes prazer, poder (p. 28). Um exemplo que o autor comenta é do uso de cores escuras, tais como preto ou marinho, que se

retraem e, portanto, proporcionam ao indivíduo um perfil reservado. Já cores "audaciosas e brilhantes" geram expectativas de calor e integração. Entretanto, deve-se notar que as roupas pretas não só se associam à introversão, mas também à sofisticação, mais do que um "tailleur rosa vivo". FischeR-Mirkin (2001, p. 28) enfatiza a importância das cores ao afirmar que estas têm grande poder sobre as pessoas: podem despertar a criatividade ou melhorar a performance no trabalho. Ele explica que a utilização contínua de uma mesma cor pode revelar um momento difícil pelo qual o indivíduo está passando ou sua busca por estabilidade.

> Quando passamos um tempo na presença de alguém que use um terno de cor fria, como verde ou azul, pode-se sentir como se o tempo estivesse demorando a passar. Porém, passar o tempo em companhia de alguém vestido de amarelo ou vermelho, vai nos fazer sentir que o tempo está andando depressa. Algumas cores nos infundem vida enquanto outras nos provocam introspecção. [...] tons claros de verde podem nos curar ou rejuvenescer enquanto alguma coisa cor-de-rosa pode atenuar nossa ansiedade ou frustração. Cores vivas, quentes, em tecidos macios como algodão ou *cashmere* podem nos ajudar a irradiar alegria, levantando o humor dos que estão em nossa presença (Ficher-Mirkin, 2001, p. 29-30).

É importante ressaltar, entretanto, que tais características são transmitidas pela roupa que o indivíduo usa e não por ele próprio, ou seja, quando alguém utiliza vestuário da cor azul em uma entrevista, esta pessoa transmite gostar de trabalhar em equipe, mas isto pode não ser verdade. Neste contexto é fundamental a escolha ideal dos têxteis de acordo com o modelo de vestuário e função. Por isso é importante conhecer os materiais têxteis a seguir.

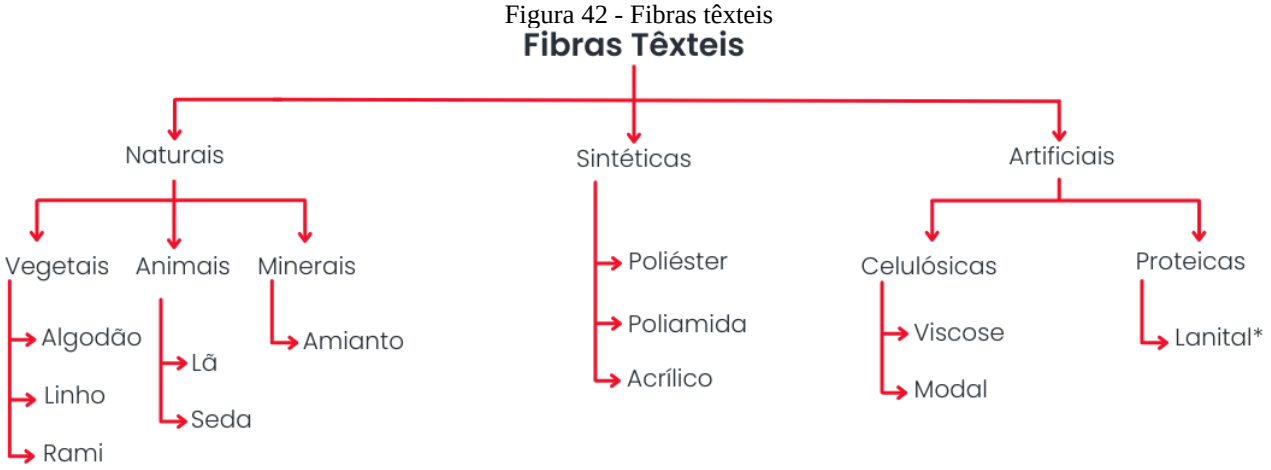
2.11 MATERIAIS TÊXTEIS

A matéria-prima têxtil é obtida por meio de diferentes processos e atividades, em que as fibras naturais podem ter origem da agropecuária ou da mineração e as fibras químicas (ou não naturais) subdividem-se em fibras artificiais e sintéticas (Carvalho, 2017). O autor explica, que existem diversas fibras, cada uma possui características e propriedades que a tornam adequada (ou não) para determinadas aplicações. As fibras podem ser classificadas como: Naturais, Sintéticas e Orgânicas.

As fibras naturais são retiradas da natureza, de origem animal, vegetal e mineral. São obtidas a partir de sementes e frutos, do caule, das folhas, dos pelos, das secreções de animais, dos minerais como crisotila e amianto. As fibras não naturais, não são retiradas naturalmente da natureza. São obtidas a partir de polímeros, moldados o que resulta nas fibras, do tipo artificial e sintética. As artificiais são feitas pelos homens, que usam polímero e originam-se de células e proteínas. As artificiais têm como exemplo o acetato, viscose e o *lyocel*. As fibras sintéticas também são feitas por homens, porém com produtos químicos, observar a Figura 41. Temos como exemplo o poliéster, a poliamida, o acrílico e o elastano. (São tecidos (termos) bastante usados em etiquetas de identificação, a qual aparece a porcentagem utilizada em cada peça de roupa). As características da fibra ou filamento: suavidade, flexibilidade, isolamento térmico e absorção, resistência, elasticidade e

alongamento. Podem ser finos e alongados, contínuos ou cortados e a principal diferença entre eles é o comprimento (Carvalho, 2017).

Figura 42 - Fibras têxteis



Fonte: Carvalho (2017).

As características das fibras mais aplicadas na produção de vestuário, estão destacadas no Quadro 13.

Quadro *13* - Principais fibras utilizadas na produção do vestuário

Algodão	Fibra natural de origem vegetal, é a mais utilizada no setor. Os tecidos produzidos com essa fibra possuem melhor capacidade de absorção de umidade, suavidade, maciez, conforto, durabilidade, versatilidade e resistência (Udale, 2015).
Lã	A fibra da lã possui importantes propriedades, entre elas destaca-se a isolação térmica, graças principalmente ao colchão de ar formado pelas ondulações das fibras. Portanto, quanto mais fina for a fibra de lã e mais ondulada, maior será sua capacidade de isolamento.
Seda	A seda é obtida dos casulos do bicho-da-seda. A seda possui uma inigualável capacidade de reflexão de cor e de absorção tintorial, apesar de ser mais difícil de tingir do que a lã. A absorção de água é igualmente boa, está na casa dos 11%. A seda é a mais resistente das fibras naturais. É mais resistente do que a própria lã, por causa principalmente de suas redes cristalinas bem orientadas. A estabilidade dimensional da seda é boa. A seda não estica ou deforma-se facilmente, mas apresenta encolhimento por relaxamento em virtude da sua alta capacidade de absorção da umidade.
Linho	Fibra extraída do caule e proveniente, principalmente, de países frios como a Europa Oriental, Bélgica, Irlanda etc. Possui como características: Toque agradável; amassa facilmente; Possui tendência a encolher; Não deforma ao calor; pouca elasticidade; Coloração variada (de cinza claro a castanho).
Viscose	Fibra obtida por meio da regeneração da celulose. Possui como principais características: aparência lustrosa, toque suave e “fresco”, alta higroscopicidade, boa solidez das cores, e resistência a microorganismos, porém, encolhe e amarrota com facilidade e possui baixa resistência térmica (Immich *et al*., 2022).
Poliéster	Fibra sintética com maior utilização no mercado. Possui baixo custo e dispõe de características como: durabilidade, solidez a lavagem, alta resistência a tração, boa estabilidade dimensional, alta resistência à radiação ultravioleta, baixa absorção de umidade e resistência mecânica. As tecnologias existentes possibilitam melhorias na fibra, tornando-a semelhante às fibras naturais (Pezzolo, 2007).
Poliamida	Fibra química de origem sintética. Contém como características: boa estabilidade dimensional, elevada resistência térmica, elasticidade, resistência química, afinidade tintorial, boa solidez à luz, baixa retenção de líquidos e baixo intumescimento (Pezzolo, 2007).

Elastano	O desenvolvimento da fibra de elastano foi realizado pela DuPont por volta de 1950 e sua comercialização, com nome Lycra®, foi iniciada em 1958. Existem outros produtores de elastano na Alemanha e na Ásia. A fibra elastano não é usada isoladamente, sua utilização industrial se dá sempre em conjunto com outras fibras, como a poliamida em maiôs e meias e o algodão em malharia ou tecelagem plana. A principal propriedade destas fibras é conferir elasticidade aos tecidos convencionais (de malha ou tecidos planos), o que permite confeccionar peças de vestuário que aderem ao corpo, acompanhando as formas e movimentos.
Microfibra	Com a microfibra, nasceu um novo conceito de fibras sintéticas: fibras confortáveis e agradáveis ao uso, que atende às exigências das mais variadas aplicações, com grande facilidade na manutenção e alta durabilidade. É um fio têxtil que se caracteriza pelo seu reduzido diâmetro ou título, expresso em decitex (dtex). Os tecidos fabricados em microfilamentos de poliamida e poliéster oferecem um novo toque, que alia suavidade, maciez e contato agradável. Essas características podem ser otimizadas com acabamentos como a lixagem, que resulta num aspecto de pele de pêssego. E por sua baixa resistência à flexão, as microfibras conferem aos tecidos uma grande fluidez e um excelente caimento.

Fonte: Udale (2015), Immich *et al*. (2022), Pezzolo (2007) e Ferreira (2022).

As tecnologias existentes possibilitam melhorias na fibra. Conforme Bittencourt (2010), existe grande oferta de fibras com funções especiais no mercado. Propriedades antimicrobianas, proteção às radiações ultravioleta (UV), antifogo, fibras perfumadas, terapêuticas, entre diversas outras propriedades de grande valor acrescentado, incluindo a valorização estética de fibras de poliéster (tipo seda) que são um mundo de enorme variedade e potencialidades na moda, são têxteis que possuem funcionalidade intrínseca.

A evolução tecnológica é algo intrínseco na sociedade contemporânea e o desenvolvimento e uso da nanotecnologia em diferentes campos de ação, é um exemplo disso. O impacto da nanotecnologia no mundo já é visto em pequena escala, porém ainda é fundamental que seja feito o desenvolvimento de ferramentas que tenham um custo-benefício melhor para que assim possam existir materiais que tenham um grande impacto no futuro. Infelizmente os materiais ainda são caros e consequentemente não estão plenamente disponíveis. No entanto, com o aumento dos investimentos públicos e privados e com o desenvolvimento de novos dispositivos a um custo menor, é possível visualizar um grande avanço nos bens que serão comercializados com a nanotecnologia. Como afirma Vilela Neto e Pacheco (2012, p. 23):

> Os desenvolvimentos futuros e a implantação da Nanotecnologia certamente poderão mudar a natureza de quase tudo aquilo que já foi realizado pelos seres humanos. Especula-se que o impacto social causado pela nanotecnologia poderá ser tão grande quanto a primeira Revolução Industrial e, certamente, maior do que a influência causada pelas pesquisas espaciais, pela energia nuclear, pelo desenvolvimento de transistores e computadores e pelos polímeros, ocorridos nas últimas décadas.

A aplicação da nanotecnologia na cadeia de produção têxtil deu novas propriedades aos produtos tais como repelência a água e óleo, resistência ao enrugamento, tecidos com agentes hidratantes, desodorizantes, repelentes de insetos, antitabaco, antiumidade, antibactericidas, antiestáticos, retardantes de chama dentre outras. Além dessas características, a nanotecnologia ainda pode fornecer alta durabilidade para os tecidos, pois as nanopartículas possuem uma enorme razão área/volume e alta energia de superfície. Neste sentido, busca-se conhecer os tecidos.

2.11.1 O Tecido

Quando um tecido não é adequado ao modelo do vestuário, a peça pode não ficar com o caimento desejado, e o resultado acaba sendo completamente diferente do modelo que foi criado (Silveira, 2017). Para a autora, é preciso conhecer as características dos tecidos e observar os detalhes do estilo do modelo, o caimento no corpo e a ocasião em que vai ser utilizado.

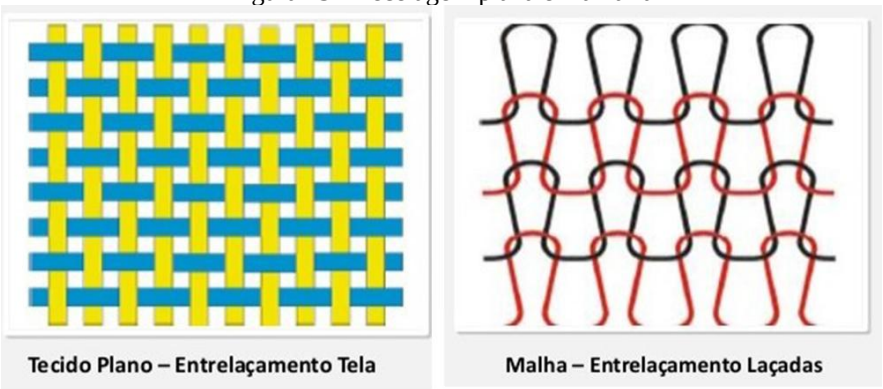
Para Ferreira (2022), o tecido é um material à base de fios de fibra natural, artificial ou sintética, que compostos de diversas formas tornam-se coberturas de diversos tipos formando roupas e outras vestimentas e coberturas de diversos usos, como cobertura para o frio, cobertura de mesa, limpeza, uso medicinal (como faixas e curativos), entre outros. O tecido têxtil possui como matéria-prima os fios produzidos no processo de fiação e podem possuir como composição fibras de origem: natural, artificial, sintética ou suas mistas.

Tecido Plano: é uma estrutura produzida pelo entrelaçamento de um conjunto de fios de urdume e outro conjunto de fios de trama, formando ângulo de (ou próximo) a 90º.

Urdume: Conjunto de fios dispostos na direção longitudinal (comprimento) do tecido.

T**rama:** Conjunto de fios dispostos na direção transversal (largura) do tecido. Tecido Malha: A laçada é o elemento fundamental deste tipo de tecido, constitui-se de uma cabeça, duas pernas e dois pés. A carreira de malhas é a sucessão de laçadas consecutivas no sentido da largura do tecido. Já a coluna de malha é a sucessão de laçadas consecutivas no sentido do comprimento do tecido. A Figura 43 ilustra os dois processos: Tecelagem e Malharia.

Figura *43* - Tecelagem plana e malharia



Fonte: https://soudealgodao.com.br/blog/tudo-o-que-voce-queria-saber-sobre-o-processo-de-tecelagem/ (2020)

Como no tricô, um tecido de malha é formado a partir do entrelaçamento sucessivo de laçadas, tanto na direção horizontal quanto na direção vertical, em que cada laçada é conhecida como um ponto de malha, formado com o auxílio de agulhas. A ideia, de que uma estrutura de malha é semelhante a uma matriz, destacando suas carreiras e colunas.

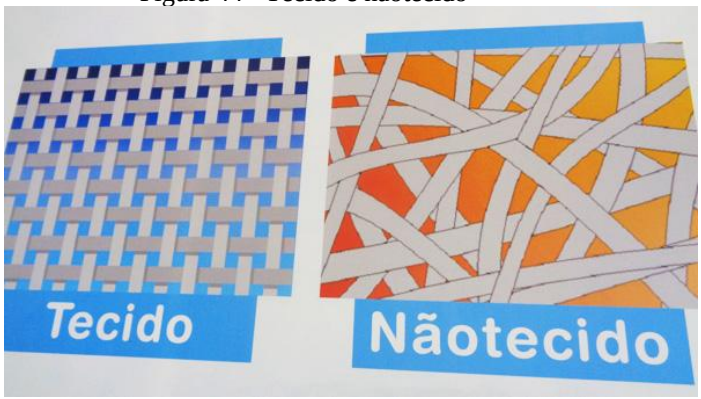
A tecelagem corresponde ao principal método de produção de tecidos utilizados pela Indústria Têxtil. Por meio dela fios são entrecruzados com o auxílio de um dispositivo (tear) que mantém um

conjunto de fios do sentido vertical (urdidura) no lugar enquanto um conjunto de fios de sentido horizontal (trama) é passado através dele (Ferreira *et al*., 2022).

Tecidos de malha por urdume são obtidos por meio do entrelaçamento de um único fio na direção horizontal, enquanto o tecido de malha por urdume é obtido a partir de um ou mais fios, ao longo do comprimento, com entrelaçamento na direção vertical (Ferreira *et al*., 2022).

O Tecido Nãotecido: Conforme a norma brasileira NBR – 13370, é uma estrutura plana, flexível e porosa, constituída de véu ou manta de fibras, ou filamentos, orientados direcionalmente ou ao acaso, consolidados por processos: mecânico (fricção) e/ou químico (adesão) e/ou térmico (coesão) ou combinação destes. A Figura 44 mostra a diferença entre tecido e não tecido.

Figura 44 - Tecido e nãotecido



Fonte: Makara (2017).

Segundo Broega (2010), a pureza ou naturalidade do material indica suas atribuições: enquanto fibras sintéticas (como o poliéster) são associadas a classes sociais mais baixas, fibras puras – como a seda – indicam *status*. Isto talvez explique por que executivos seniores preferem lã ou seda enquanto os funcionários de restaurantes *fast-food* vestem uniformes de poliéster. Cada tipo de tecido tem os seus atributos.

2.11.1.1 Atributos dos tecidos

A escolha do tecido ideal depende da finalidade da peça, da estação do ano e das preferências individuais do consumidor (Pezzolo, 2012). Os atributos dos tecidos para vestuário estão indicados na Figura 44**.**

Figura *45* - Atributos dos tecidos

ATRIBUTOS FÍSICOS E TÁCTEIS	
Textura	Determina a aparência visual e o toque do tecido. Pode variar de rústico (como o linho) a sofisticado (como o cetim).
O peso	Afeta o caimento da peça. Tecidos leves criam um visual fluido, enquanto os mais pesados dão mais estrutura a peças como casacos.
A flexibilidade/elasticidade	A capacidade do tecido de se moldar ao corpo e permitir liberdade de movimento, essencial para roupas esportivas ou que precisam de conforto e mobilidade.
ATRIBUTOS DE DESEMPENHO E FUNCIONALIDADE	

Conforto Térmico	Inclui a respirabilidade (permite a passagem do ar) e a absorção de umidade (como os tecidos de algodão), importantes para manter o usuário confortável.
Durabilidade	Refere-se à resistência do tecido ao desgaste, desbotamento e formação de bolinhas (pilling).
Resistência à Água e Impermeabilidade	Propriedades que mantêm o usuário seco em contato com a água, sendo cruciais para roupas de inverno ou atividades ao ar livre.
ATRIBUTOS DE MANUTENÇÃO	
Facilidade de cuidado	Tecidos que não amassam facilmente, secam rápido ou são resistentes a encolhimento são mais práticos para o dia a dia.
ATRIBUTOS IMPORTANTES	
Composição	A origem da fibra (natural, sintética ou mista) influencia todas as outras propriedades do tecido.
Sustentabilidade	Uma tendência crescente que envolve o uso de materiais reciclados ou com menor impacto ambiental na produção.
Estilo e tendencias	O alinhamento do tecido com as tendências da moda, seja a elegância atemporal da seda ou o frescor do linho.

Fonte: SENAI (2016).

Ao considerar os atributos é possível fazer uma escolha que atenda às necessidades específicas do consumidor. O vestuário pode ser de excelente qualidade, mas sua aparência da pessoa precisa ser cuidadosa, com estilo pessoal próprio, tema abordado na sequência.

2.12 ASPECTOS DA TEORIA A SEREM APLICADOS NA PROPOSTA DA PESQUISA

As normas de uso e costumes para frequentar templos religiosos irão nortear todas as etapas da pesquisa de campo e as categorias de análise. Busca-se assim contemplar com estes conhecimentos as orientações bíblicas, sobre as roupas modestas, e suas regras quanto ao vestir. Isto é importante para que seja feito com equilíbrio entre as tendencias de moda, não desrespeitando os preceitos bíblicos. Ficou evidenciado na teoria que algumas igrejas, adotaram novos padrões comportamentais e flexibilizaram o rígido conteúdo doutrinário, para melhor adequar-se às novas condições da sociedade contemporânea.

Foi utilizado os conhecimentos e as regras do código de vestimentas que falam sobre a apresentação e vestuário que podem serem a aplicadas com as mulheres evangélicas. É importante na consciência destas mulheres sobre aliar moda aos preceitos da religião e assim, vestir-se adequadamente, de modo que se sintam mais confortável.

No que se refere a linguagem das roupas pretende-se entender como o vestuário das mulheres evangélicas significam e quais comunicação vão gerar, no gosto pessoal, na personalidade e no contexto social. Neste sentido, o designer de moda pode pensar durante o seu processo criativo, como utilizar a linguagem da moda, como formas, volumes, texturas, cores e materiais têxteis.

Quando se chega nos atributos de um produto cada consumidora poderá avaliar as peças de vestuário que se interessarem, levando em consideração seus valores, crenças. Neste contexto, os atributos podem estar envolvidos com a qualidade, com os critérios ergonômicos, o conforto, o design

de moda, a usabilidade e a vestibilidade que estão inseridas em um produto de moda. Portanto, as consumidoras precisam conhecer os atributos dos produtos de vestuário para finalizar a decisão de compra.

Já as simbologias das cores serão aplicadas, tendo em vista que podem comunicar mensagens e influenciar a imagem pessoal. Entende-se que escolha de cores deve levar em conta o contexto e a mensagem que se deseja transmitir.

A escolha dos materiais têxteis tão essencial para cada modelo de vestuário. É necessário conhecer suas qualidades estéticas do vestuário, a maneira como se modela ao corpo, o manuseio da roupa, sua textura, cor, estampa, superfície, seu caimento e ainda a forma como ele pode ser costurado. O conforto do vestuário vai de pender da escolha correta do tecido em relação ao modelo, sendo fundamental para o caimento da peça ao corpo, a sua aparência estética e a vestibilidade.

Serão aplicados na proposta da dissertação os atributos dos tecidos como os físicos e tácteis (textura, peso, flexibilidade e elasticidade). Os atributos de desempenho e funcionalidade (conforto térmico, durabilidade, resistência à água e impermeabilidade). O atributo de manutenção (facilidade de uso) e os demais atributos como: composição, sustentabilidade, estilo e tendências.

Na etapa de concepção do produto deve-se incorporar qualidades ergonômicas que atendam aos níveis de exigências do usuário que estão relacionadas com as funções: Práticas, estéticas e simbólicas, próprias de produtos de moda.

Ao atentar para os atributos dos tecidos é possível fazer uma escolha que atenda às necessidades específicas das consumidoras. Aplica-se também os conhecimentos sobre os estilos universais quando se trata de moda, femininas: Estilo elegante, estilo tradicional, estilo casual, estilo criativo, estilo romântico.

Os critérios ergonômicos fazem parte da criação e desenvolvimento de vestuário sendo fundamentais nesse, pois, interverem em possíveis problemáticas relativas à usabilidade e vestibilidade, por considerar o bem-estar e conforto do usuário na realização de suas atividades. A ergonomia traz as qualidades ideias para os produtos de vestuário: qualidade técnica, qualidades ergonômicas e estéticas.

Por isso, serão inseridas as contribuições da ergonomia no Planejamento e Desenvolvimento Produtivo: (I) Analisar o usuário e suas necessidades, II) Aprimorar a usabilidade e a agradabilidade, (III) Analisar a interface do produto, IV) Verificar o processo produtivo (ciclo de vida), (V) Identificar e prevenir riscos, VI) Aplicar a avaliação ergonômica do produto (experiência do usuário).

Para o vestuário de moda, a qualidade de usabilidade é obtida com os critérios ergonômicos e a qualidade visual com a qualidade estética, sem renunciar à qualidade técnica funcional do produto, por isso, utiliza-se a ISO 9241-11 (ISO, 2002) traz o mais clássico e reconhecido conceito de

usabilidade, para atingir os objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em certo contexto de uso.

Portanto para finalizar destaca-se que a vestibilidade, apresenta-se como um componente fundamental da ergonomia aplicada à moda e à avaliação do vestuário que transcende a estética e se torna uma ferramenta metodológica perspectiva, para avaliação do nível de vestibilidade, faz-se necessária para o vestuário das mulheres evangélicas.

Este capítulo cumpriu com sua pertinência teórica a respeito dos conceitos de maior relevância para esta pesquisa. Cabe agora avançar, para a apresentação dos Procedimentos Metodológicos deste estudo, a fim de maior entendimento das etapas da pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Após a revisão das referências bibliográficas, este capítulo visa descrever o conjunto de procedimentos metodológicos aplicados na obtenção dos objetivos traçados, que ajudaram na investigação do problema da dissertação. Para melhor compreensão dos procedimentos metodológicos, retoma-se o objetivo da dissertação que tem, como foco principal: Propor atributos estéticos, funcionais e ergonômicos para a criação de peças de vestuário sustentável a serem utilizadas pelas mulheres das igrejas evangélicas (grifo nosso). As Figuras 46 e 47 apresentam a caracterização geral da pesquisa e as etapas do caminho metodológico para atingir os objetivos.

Figura 46 - Infográfico dos procedimentos metodológicos

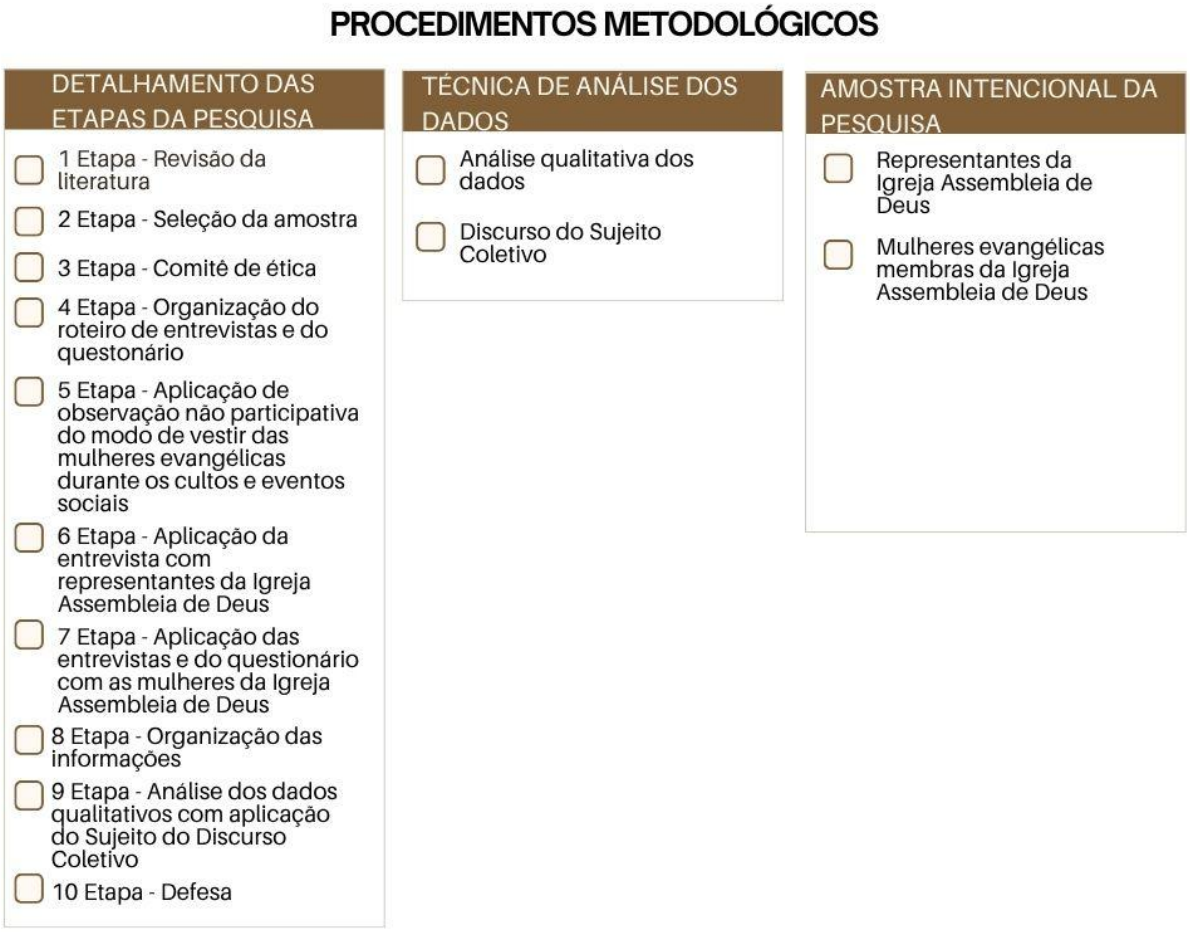
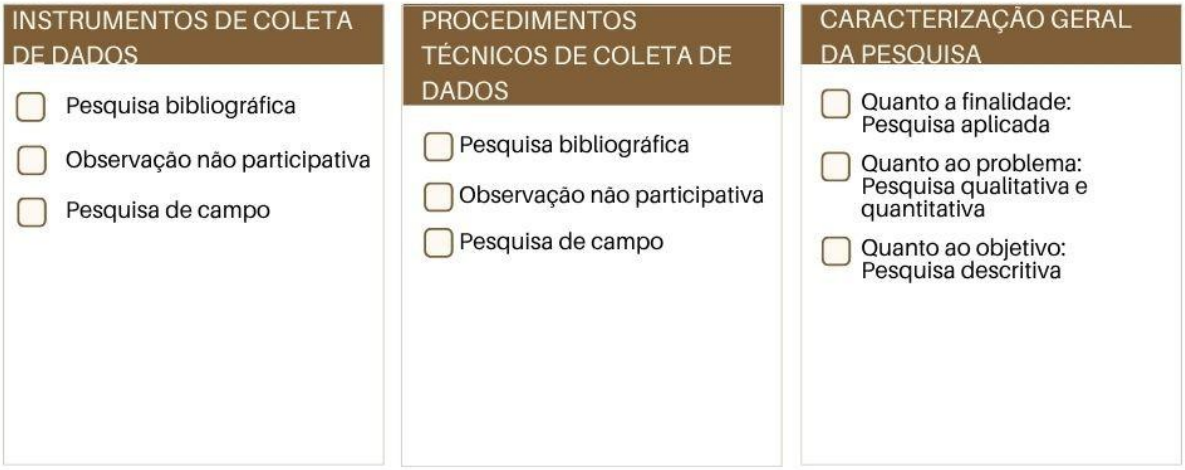


Figura 47 - Infográfico dos procedimentos metodológicos



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

3.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA

Para o desenvolvimento de uma pesquisa no meio científico, é importante a utilização de procedimentos metodológicos. O método científico é um fator que caracteriza a ciência, pois traça caminhos para atingir os objetivos ordenando os pensamentos iniciais (Marconi; Lakatos; 2017).
Para melhor compreensão dos procedimentos metodológicos, retoma-se o objetivo da dissertação que tem, como foco principal o desenvolvimento de uma revista catálogo com foco nos atributos para uma coleção cristã sustentável, a ser apresentada por meio de um e-book digital.

3.1.1 Quanto a natureza ou finalidade da pesquisa

Trata-se de uma pesquisa aplicada, tendo em vista que se caracteriza pelo interesse prático e na aplicação dos resultados obtidos para a solução de problemas reais (Marconi; Lakatos, 2018).

3.1.2 Quanto à abordagem do problema

Identifica-se como uma Pesquisa Qualitativa considerando-se que a coleta de dados ocorreu no ambiente natural da Igreja Assembleia de Deus, sendo o pesquisador responsável pela descrição dos dados coletados da realidade estudada.

3.1.3 Quanto aos Objetivos

Identifica-se como uma pesquisa descritiva pois “delineia o que é, e aborda também quatro aspectos: descrição, análise e interpretação de fenômenos atuais objetivando, objetivando o seu funcionamento no presente” (Markoni; Lakatos, 2018, p. 06). De acordo com Gil (2008, p. 28), pode-se entender como o processo de descrever “características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações variáveis”, por meio de técnicas de coletas de dados.
Diante do exposto, esta pesquisa se caracteriza como: qualitativa e descritiva de natureza Aplicada.

3.2 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS DE COLETA DE DADOS

Os procedimentos técnicos de coleta de dados compreenderam a pesquisa bibliográfica, com coleta em livros, artigos e outros documentos. Essa etapa teve como finalidade reunir o embasamento teórico necessário para sustentar a investigação e identificar o estado atual do conhecimento sobre o tema em estudo.

Concluída a análise das referências, foi conduzida a pesquisa de campo, voltada a captar informações sobre hábitos, costumes, preferências e percepções das participantes, de modo a complementar e aprofundar os aspectos levantados na literatura. Nesta etapa houve uma observação não participativa do pesquisador na igreja evangélica Assembleia de Deus, seguido por entrevistas estruturadas com 3 grupos de mulheres frequentadoras da igreja, cada grupo composto por 10 entrevistadas, sendo o primeiro de 18 a 30 anos, o segundo de 40 a 50 anos e o terceiro de 60 anos em diante. Por fim, houve um levantamento com um questionário aplicado a 50 mulheres frequentadoras da igreja.

3.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

O primeiro instrumento (ver Apêndice C) consistiu em entrevistas realizadas com os líderes religiosos da congregação. Essa etapa buscou compreender aspectos institucionais, práticas internas e orientações relacionadas ao vestuário, além de captar percepções sobre crenças e valores que norteiam a comunidade. As informações obtidas forneceram subsídios para interpretar de que forma a instituição influencia o comportamento das fiéis em relação às escolhas de moda e às normas de apresentação pessoal.

O segundo instrumento foi um questionário voltado à caracterização das participantes e à identificação de percepções sobre a relevância da vestimenta em seu cotidiano. Esse recurso permitiu reunir dados sobre hábitos de consumo, locais de aquisição das peças, bem como dificuldades ou facilidades encontradas no acesso a roupas que atendam às exigências religiosas. A partir dessas informações, tornou-se possível delinear um panorama mais amplo das práticas de compra e das

condições de oferta disponíveis às consumidoras. O roteiro com as perguntas pode ser visto no Apêndice D.

O terceiro instrumento, disponível no apêndice E, correspondeu a entrevistas direcionadas às mulheres evangélicas, com foco em atributos específicos das peças de vestuário. Essa etapa buscou detalhar quais características — estéticas, funcionais e ergonômicas — são consideradas prioritárias ou secundárias pelas respondentes, permitindo compreender preferências individuais e coletivas. Os dados obtidos possibilitaram identificar critérios de escolha que orientam o consumo e fornecem elementos para a criação de produtos alinhados às necessidades desse público.

3.4 TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS

Para a análise dos dados empregou-se o Método do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), o qual Lefévre e Lefévre (2003) que conceituam como uma proposta de organização e tabulação de dados qualitativos de natureza verbal, obtidos de depoimentos, artigos de jornal, matérias de revistas semanais, cartas, *papers*, revistas especializadas e outros.

Para a elaboração dos Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs), utilizaram-se as seguintes figuras metodológicas, conforme Lefévre e Lefévre (2003):

1. Expressão Chave (ECH) – São trechos ou transcrições literais do depoimento, que devem ser sublinhadas, iluminadas, coloridas pelo pesquisador, e que revelam a essência desse depoimento. É com a matéria-prima das Expressões Chave (ECHs) que se constroem os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs).
2. Ideia Central (IC) – É um nome ou uma expressão linguística que revela e descreve, da maneira mais sintética e precisa possível, o sentido de cada um dos discursos analisados e de cada conjunto homogêneo de Expressões Chave (ECHs), que originam, posteriormente, os Discursos do Sujeito Coletivo (DSC). É importante assinalar que as Ideias Centrais (ICs) não são uma interpretação, mas sim uma descrição do sentido de um depoimento ou de um conjunto de depoimentos.
3. Ancoragem (AC) – É a manifestação linguística explícita de uma teoria, ou ideologia, ou crença, que o autor do discurso professa e que, na qualidade de afirmação genérica, é usada pelo enunciador para “enquadrar” uma situação específica.

Dessa forma, os Discursos do Sujeito Coletivo consistem basicamente em analisar o material verbal coletado, extraindo-se as ideias centrais e suas correspondentes expressões chave. Com as expressões chave das ideias centrais ou ancoragens semelhantes, compõe-se um ou vários discursos-síntese na primeira pessoa do singular, ou seja, a fala do social (Lefévre e Lefévre, 2010).

É importante destacar, que para efeito da análise dos dados desta dissertação, foram utilizadas apenas duas figuras metodológicas, a Expressão Chave e Ideia Central.

Segundo Lefévre e Lefévre (2010) a proposta da metodologia do Discurso do Sujeito Coletivo, é como reconstruir com pedaços de discursos individuais, um quebra-cabeça, com muitos discursos que se julguem necessários para expressar o pensamento de todos sobre o tema em debate. Por isso, apesar do Discurso do Sujeito Coletivo envolver várias pessoas falando, não se trata de um nós, mas de um eu coletivizado.

Para este estudo a análise dos dados seguiu os seguintes passos:

Passo 1. Organizou-se o material a ser analisado com o objetivo de torná-lo operacional na sistematização das ideias iniciais de cada participante, constituindo-se o *corpus*, ou seja, o conjunto dos documentos considerados relevantes para serem submetidos aos procedimentos analíticos.

Passo 2. Foram realizadas várias leituras de cada depoimento singular;

Passo 3. Extraíram-se as expressões-chave de cada depoimento;

Passo 4. Agruparam-se todas as respostas homogêneas, sublinhando-se as expressões-chave;

Passo 5. Obteve-se a ideia central de cada agrupamento das expressões
chave;

Passo 6. Destacou-se a ideias central com as expressões chave semelhante, que a originaram, para compor o Discurso do Sujeito Coletivo;

Passo 7. Para cada grupo de expressões-chave semelhantes construiu-se um novo Discurso do Sujeito Coletivo.

As informações obtidas com a aplicação da técnica acima apresentada, foram organizadas e descritas nos Instrumento de Análise de Discurso 1 e 2. Este material é muito rico em informações e possibilitou a ampliação do escopo de análise e interpretação dos documentos, tratados posteriormente. Os Instrumentos de Análise do Discurso 1 serão apresentados nos Quadros 14 a 17.

3.5 AMOSTRA DE PESQUISA

A presente seção dedica-se à descrição da amostra utilizada no estudo, abordando os critérios que orientaram sua definição, a justificativa para a escolha e a caracterização das participantes. A delimitação da amostra é fundamental para assegurar a coerência entre os objetivos da investigação e o perfil dos sujeitos envolvidos, garantindo a pertinência dos dados coletados para a análise proposta (Gil, 2008).

3.5.1 Critérios e justificativa da escolha da amostra

Considerando o problema de pesquisa e os objetivos estabelecidos, a delimitação populacional da amostra foram os dois dirigentes da igreja, 3 grupos de mulheres: 10 mulheres acima dos 60 anos, 10 mulheres de 40 a 50 anos e 10 mulheres de 18 a 30 anos para as entrevistas e 50 mulheres acima dos 18 anos para o questionário. A delimitação espacial foi a igreja Assembleia de Deus, Itacorubi, Santa Catarina e a delimitação de tempo foi de agosto de 2024 à julho de 2026. Essa definição decorre da necessidade de compreender como atributos estéticos, funcionais e ergonômicos do vestuário se relacionam com as práticas religiosas e com os hábitos de consumo desse público específico.

A amostragem foi categorizada como probabilística estratificada, onde dois dirigentes foram entrevistados, as mulheres foram divididas em 3 sub grupos por divididos por faixas etárias distintas: 10 mulheres acimas dos 60 anos, 10 mulheres entre 40 e 50 anos e 10 mulheres entre 18 e 30 anos. E por fim foi separado um grupo de 50 mulheres acima dos 18 anos para responder o questionário. A escolha desse grupo justifica-se pela relevância das mulheres evangélicas no cenário da moda religiosa, uma vez que representam parcela significativa do mercado consumidor e exercem papel ativo na construção de identidades sociais por meio da vestimenta. Como destacam Barnard (2003) e Rossi (2015), o vestuário funciona como marcador cultural e social, refletindo valores, crenças e pertencimento a grupos, o que torna esse segmento especialmente adequado para a investigação.

Além disso, a delimitação da amostra a mulheres adultas possibilita captar percepções mais consolidadas sobre práticas de consumo e preferências relacionadas ao vestuário, assegurando maior consistência às análises. A seleção foi orientada pela busca de diversidade etária dentro do público evangélico, de modo a contemplar diferentes perspectivas e experiências, conforme indicado nos objetivos específicos da pesquisa.

3.5.2 Delimitação da Pesquisa

A investigação delimitou-se ao estudo das relações entre crença religiosa e vestuário no contexto das mulheres evangélicas adultas. Essa escolha decorre da relevância que o vestuário assume como marcador de identidade social e cultural, funcionando como linguagem de comunicação e expressão de pertencimento, conforme apontam Barnard (2003) e Dulci (2009). Ao concentrar-se nesse público específico, a pesquisa buscou compreender de que forma atributos estéticos, funcionais e ergonômicos podem ser aplicados à criação de peças sustentáveis que atendam às exigências religiosas e às necessidades de consumo.

A delimitação também se justifica pela pertinência dos objetivos estabelecidos, que envolvem identificar normas de uso e costumes, observar a relação entre moda e religiosidade e verificar como

a utilização das roupas pode contribuir para práticas mais sustentáveis. Nesse sentido, o recorte adotado possibilitou aprofundar a análise sobre um segmento que apresenta características próprias e que influencia diretamente o mercado de moda evangélica, sem perder de vista a dimensão cultural e simbólica que permeia o consumo de vestuário.

Ainda que o estudo tenha se restringido às mulheres evangélicas adultas, reconhece-se que outras problemáticas adjacentes permanecem abertas para futuras investigações. Questões relacionadas a diferentes denominações religiosas, às práticas de consumo de homens evangélicos ou às interações entre moda e juventude religiosa, por exemplo, constituem campos férteis para pesquisas posteriores. Dessa forma, a delimitação adotada não pretende esgotar o tema, mas oferecer uma contribuição específica e consistente, ao mesmo tempo em que sinaliza possibilidades de expansão para novos estudos.

3.6 DETALHAMENTO DAS ETAPAS DA PESQUISA

A presente seção descreve de forma sistemática as etapas que compuseram o desenvolvimento da investigação, desde a preparação inicial até a coleta e análise dos dados. O detalhamento busca evidenciar o percurso metodológico adotado, permitindo compreender como cada fase contribuiu para alcançar os objetivos propostos. Serão apresentadas as atividades realizadas, os instrumentos aplicados e a sequência lógica que orientou o processo de pesquisa, assegurando transparência e rigor científico.

3.6.1 Primeira etapa – Fundamentação teórica

Conforme a delimitação da pesquisa, a primeira etapa consistiu na realização da fundamentação teórica, desenvolvida a partir de fontes bibliográficas como livros, artigos científicos, dissertações e teses. Essa fase teve como objetivo reunir conceitos e referenciais que sustentassem a investigação, oferecendo subsídios para a compreensão das relações entre moda, religiosidade e consumo. Segundo Gil (2017), a revisão bibliográfica é indispensável para identificar o estágio atual do conhecimento sobre determinado tema e orientar o pesquisador na construção de seu objeto de estudo.

A utilização de materiais acadêmicos e científicos permitiu contextualizar o problema de pesquisa, destacando a relevância da moda evangélica feminina e a necessidade de considerar atributos estéticos, funcionais e ergonômicos na criação de vestuário sustentável. Como afirmam Marconi e Lakatos (2017), a fundamentação teórica não apenas organiza o conhecimento existente, mas também possibilita delimitar o campo de investigação e estabelecer conexões entre diferentes

perspectivas. Dessa forma, essa etapa constituiu a base para o desenvolvimento das fases subsequentes da pesquisa.

3.6.2 Segunda etapa – Seleção da amostra

A segunda etapa da pesquisa correspondeu à definição da amostra, realizada de acordo com os objetivos e a delimitação previamente estabelecidos. Foram selecionadas mulheres adultas pertencentes à comunidade evangélica, considerando sua relevância para o problema de investigação e a pertinência em relação ao consumo de vestuário religioso. A escolha buscou contemplar diferentes faixas etárias, de modo a captar percepções variadas sobre hábitos de compra, preferências estéticas e significados atribuídos às roupas, assegurando representatividade e diversidade dentro do público estudado (Gil, 2008).

3.6.3 Terceira etapa – Elaboração dos roteiros de entrevistas

A terceira etapa da pesquisa consistiu na elaboração dos roteiros de entrevistas, estruturados de acordo com os objetivos geral e específicos previamente definidos. A construção das questões levou em consideração os referenciais teóricos apresentados no capítulo 2, de modo a assegurar a coerência entre a fundamentação acadêmica e os dados a serem coletados.

Tendo como base o problema de pesquisa e as informações coletadas e apresentadas no capítulo 2 do estudo, os resultados foram organizados em categorias e subcategorias de análise, para facilitar a interpretação e análise das informações obtidas. As categorias selecionadas para a análise dos dados coletados foram fundamentadas nos autores da fundamentação teórica, em consonância com os objetivos propostos. O Quadro 14, mostra as categorias de análise e as subcategorias que foram selecionadas para análise e interpretação dos dados obtidos.

Quadro *14* - Categorias e Subcategorias de análise

Categorias de análise	**Subcategorias de análise**
2.1 Contexto da moda e o consumo feminino	-
2.2 A linguagem das roupas	2.2.1 Sistema de representação cultural: capitais e práticas discursivas
2.3 Estilo	-
2.4 Moda evangélica feminina e o comportamento de consumo	-
2.5 Normas de usos e costumes para frequentar templos religiosos	2.5. Usos e costumes na igreja pentecostal Assembleia de Deus
2.6 Moda modesta: novas percepções sobre o código de vestimenta (dress code)	-
2.7 As mulheres no contexto da moda evangélica	-
2.8 Moda e sustentabilidade	2.8.1 A sustentabilidade e a moda nas igrejas
2.9 Ergonomia	2.9.1 Ergonomia do produto
	2.9.2 Ergonomia do produto de vestuário

	2.9.3 Usabilidade aliada aos princípios de ergonomia
2.10 Atributos dos produtos	2.10.1 Atributos do vestuário
2.11 Materiais têxteis	2.11.1 O tecido

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2025) a partir dos autores do capítulo 2.

Conforme orientam Marconi e Lakatos (2017), a elaboração de instrumentos de pesquisa deve estar alinhada ao problema investigado e às hipóteses formuladas, garantindo que as respostas obtidas contribuam efetivamente para a análise. Nesse sentido, os roteiros foram organizados para contemplar aspectos institucionais, hábitos de consumo e atributos do vestuário, permitindo a obtenção de informações relevantes e consistentes para o desenvolvimento da investigação. As perguntas estão disponíveis nos Apêndices C, D e E.

Apêndice C: entrevista com líderes da congregação;

Apêndice D: Entrevista de caracterização de amostra e hábitos de compra;

Apêndice E: Entrevista sobre aspectos mais detalhados em relação a preferências e consumo de artigos de vestimenta.

3.6.4 Quarta etapa - Comitê de ética

Após a defesa da qualificação, o projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), conforme as diretrizes da Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, que regulamenta pesquisas envolvendo seres humanos no Brasil. A proposta foi avaliada e aprovada, garantindo que todos os procedimentos metodológicos respeitassem os princípios éticos de autonomia, beneficência, não maleficência e justiça (BRASIL, 2012).

Os documentos referentes à aprovação, bem como os termos de consentimento assinados pelas participantes, encontram-se devidamente arquivados e estão disponibilizados nos apêndices deste trabalho conforme obrigatoriedade. Dessa forma, assegura-se a transparência do processo e a conformidade ética da investigação, reforçando a credibilidade dos resultados apresentados.

3.6.5 Quinta etapa - Observação não participante

A observação não participante foi conduzida ao longo de toda a pesquisa de campo, ocorrendo de maneira contínua sempre que o pesquisador esteve presente nas atividades da congregação. Essa estratégia permitiu acompanhar cultos e eventos sociais de forma passiva, sem interferir nas práticas ou interações das participantes, registrando aspectos relacionados ao modo de vestir das mulheres evangélicas. Foram observados atributos e características das peças utilizadas, como tecidos,

caimento, cores e estilos, bem como a adequação das roupas às normas religiosas e ao contexto social local.

As anotações foram realizadas em formato digital, por meio de smartphone e computador pessoal, assegurando maior precisão e organização dos registros. Conforme Marconi e Lakatos (2017), a observação não participante é adequada para captar comportamentos e práticas em seu ambiente natural, permitindo compreender fenômenos sociais sem alterar sua dinâmica. A continuidade dessa etapa durante todo o período da pesquisa possibilitou reunir um conjunto consistente de informações, enriquecendo a análise sobre os hábitos de vestimenta das mulheres evangélicas.

3.6.6 Sexta etapa - Entrevistas

As entrevistas constituíram uma etapa central da pesquisa e foram realizadas presencialmente com as participantes selecionadas. Durante cada encontro, o pesquisador conduziu o diálogo de forma estruturada, registrando manualmente as respostas em papel para garantir fidelidade às falas e preservar a espontaneidade das declarações. Essa opção metodológica permitiu maior proximidade com as respondentes e assegurou que nuances de suas percepções fossem devidamente captadas, especialmente em relação às práticas de consumo e às características do vestuário considerado adequado no contexto religioso.

Todas as participantes foram previamente informadas sobre os objetivos da pesquisa e concederam consentimento formal por meio da assinatura de um documento aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Os termos de consentimento encontram-se em posse do pesquisador, devidamente assinados e arquivados, garantindo a conformidade ética do estudo. Essa etapa reforça a importância da observância das normas éticas em pesquisas com seres humanos, conforme orientam Marconi e Lakatos (2017), assegurando respeito à autonomia das participantes e legitimidade científica ao trabalho desenvolvido.

3.6.7 Sétima etapa - Organização das informações e análise dos dados

Após a coleta, todas as anotações provenientes das entrevistas foram transcritas e organizadas em arquivos digitais. Um primeiro conjunto foi estruturado por amostra, contendo as perguntas em ordem e as respectivas respostas de cada participante, o que possibilitou a identificação de padrões mais sutis não diretamente captados pelo método principal de análise. Um segundo conjunto foi organizado por perguntas, reunindo as respostas de todas as participantes em sequência, de modo a

facilitar a aplicação da técnica do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC). Esse procedimento foi realizado para ambas as entrevistas com as fiéis, resultando em quatro arquivos de texto.

As questões de múltipla escolha foram sistematizadas em tabelas e posteriormente transformadas em gráficos. Como se tratava de variáveis qualitativas nominais, a análise foi conduzida por meio de estatística descritiva qualitativa. Segundo Sweeney, Williams e Anderson (2012), a estatística descritiva é a arte de organizar, resumir e apresentar dados de forma que possam ser interpretados à luz dos objetivos da pesquisa. Belfiore (2008) reforça que, no caso de variáveis categóricas, o uso de distribuições de frequência e representações gráficas é especialmente útil para identificar padrões e tendências. Barbetta (2014) acrescenta que, quando os dados são qualitativos, a estatística descritiva não busca cálculos complexos, mas sim a sistematização das categorias observadas, permitindo compreender o comportamento da amostra de forma clara e objetiva.

No que se refere ao Discurso do Sujeito Coletivo, a análise seguiu as etapas propostas por Lefèvre e Lefèvre (2000). Inicialmente, foram identificadas as expressões-chave, ou seja, trechos das falas que continham o núcleo essencial das respostas. Esse processo é fundamental para preservar a autenticidade dos depoimentos, evitando interpretações excessivamente subjetivas por parte do pesquisador. A partir dessas expressões, foram extraídas as ideias centrais, que representam o sentido essencial das respostas. Essa etapa busca traduzir em linguagem mais objetiva aquilo que foi expresso de forma espontânea pelas participantes, funcionando como uma síntese conceitual que organiza o material sem perder sua riqueza semântica.

Em seguida, as ideias centrais foram agrupadas de acordo com suas semelhanças temáticas. Esse processo de categorização possibilitou identificar convergências entre os depoimentos, revelando padrões coletivos de pensamento. Como destacam Genaro et al. (2024), essa etapa é crucial para transformar a multiplicidade de respostas individuais em um corpo coerente de representações sociais, evidenciando tendências predominantes dentro do grupo estudado.

Por fim, foram elaborados os discursos-síntese, redigidos na primeira pessoa do singular, como se o coletivo falasse por meio de um único sujeito. Essa estratégia confere ao resultado maior força narrativa, permitindo que o leitor perceba de forma clara e direta o pensamento compartilhado pelas participantes. Lefèvre e Lefèvre (2000) enfatizam que essa etapa não apenas organiza os dados, mas também devolve às falas sua dimensão comunicativa, transformando-as em discursos representativos da coletividade.

No presente estudo, a aplicação da análise do discurso do sujeito coletivo possibilitou captar percepções sobre a importância do vestuário, hábitos de consumo e atributos considerados relevantes pelas mulheres evangélicas, evidenciando como crenças religiosas e valores culturais orientam suas escolhas. Dessa forma, a técnica mostrou-se pertinente para integrar os dados coletados e oferecer uma interpretação consistente das representações sociais relacionadas ao vestuário evangélico.

Assim, o capítulo 3 apresentou os procedimentos e caminhos metodológicos aplicados no presente estudo. O capítulo 4 apresenta a análise e os resultados da pesquisa de campo.

4 ANÁLISE, RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo apresenta os resultados obtidos ao longo da pesquisa, incluindo a caracterização da amostra, os achados das entrevistas, a análise das observações realizadas, bem como a conclusão, implicações práticas e lacunas que permanecem para futuras investigações. O objetivo é organizar e interpretar os dados de forma clara, relacionando-os aos objetivos da pesquisa e ao referencial teórico previamente discutido.

4.1 ENTREVISTA COM INSTITUIÇÃO PARCEIRA

Nesta seção são apresentados os resultados da entrevista realizada com os líderes da Igreja Assembleia de Deus do Itacorubi. A análise foi conduzida de forma descritiva simples, buscando destacar os principais pontos levantados pelos representantes institucionais e compreender como suas percepções se relacionam com o objeto de estudo.

Considerando que o número de entrevistas foi reduzido (apenas dois líderes participaram), optou-se por um método de análise qualitativa descritiva mais simplificado. Em pesquisas qualitativas, a profundidade das informações pode ser mais relevante do que a quantidade de participantes, e amostras pequenas são aceitáveis quando se busca compreender significados em contextos específicos. Minayo (2012) destaca que a validade da pesquisa qualitativa não está na representatividade estatística, mas na consistência interpretativa dos dados coletados. Flick (2009) reforça que, em situações de amostra reduzida, a descrição detalhada das falas é uma estratégia metodológica legítima, permitindo captar nuances importantes sem necessidade de técnicas complexas de categorização. Nesse mesmo sentido, Bauer e Gaskell (2002) argumentam que entrevistas em número limitado podem fornecer dados ricos e relevantes, desde que analisados de forma sistemática e transparente.

4.1.1 Caracterização da instituição

As entrevistas realizadas com os dirigentes permitiram caracterizar a instituição pesquisada e compreender, de forma geral, as orientações relacionadas ao vestuário no contexto da igreja. A Assembleia de Deus do Itacorubi, conhecida como AD Itacorubi, é apresentada pelos entrevistados como uma igreja evangélica de raiz pentecostal, localizada no bairro Itacorubi, em Florianópolis. A instituição é descrita como uma igreja alegre, hospitaleira, receptiva e aberta ao público, tendo como princípios a disseminação da Palavra de Deus, o acolhimento e o amor ao próximo. Um dos

entrevistados também ressaltou que, por ser constituída por pessoas, a igreja não está isenta de imperfeições.

4.1.2 Critérios para vestimenta

Em relação ao vestuário, os dirigentes afirmam não existir um código formal específico, mas reconhecem a existência de orientações de caráter bíblico. Os princípios mencionados são a modéstia, o pudor e a decência, entendidos como referências para a escolha das roupas tanto no ambiente da igreja quanto no contexto social.

Quanto à existência de possíveis lacunas nas orientações destinadas às mulheres cristãs para a escolha do vestuário, ambos os entrevistados responderam negativamente. Um deles afirmou que não considera necessárias instruções adicionais, enquanto o outro destacou a existência de palestras, recomendações e ensinamentos relacionados ao tema.

No que se refere ao aspecto financeiro, as percepções apresentaram uma pequena diferença. Uma das entrevistadas afirmou não considerar que a condição financeira influencie o modo de vestir das fiéis. O outro dirigente, por sua vez, reconheceu que o aspecto financeiro pode exercer alguma influência, embora considere que essa influência tenha pouca ênfase.

4.2 OBSERVAÇÃO NÃO PARTICIPANTE

A observação não participante constitui uma técnica de coleta de dados amplamente utilizada em pesquisas qualitativas, permitindo ao pesquisador acompanhar práticas sociais sem interferir diretamente nelas. Segundo Marconi e Lakatos (2017), esse tipo de observação possibilita registrar comportamentos e interações em seu ambiente natural, oferecendo uma visão mais autêntica da realidade estudada. Flick (2009) complementa que a observação é especialmente útil quando se busca compreender dinâmicas cotidianas, pois permite captar elementos que muitas vezes não emergem em entrevistas ou questionários.

No presente estudo, a observação não participante foi empregada para acompanhar cultos e atividades sociais da Igreja Assembleia de Deus do Itacorubi, com foco nas práticas de vestimenta das mulheres evangélicas. Como destaca Angrosino (2009), a observação sistemática em campo fornece dados ricos e contextuais, que podem ser analisados de forma descritiva para identificar padrões e significados. Dessa forma, esta etapa contribuiu para complementar as entrevistas, oferecendo uma perspectiva prática e direta sobre o objeto de pesquisa.

A observação não participante realizada na Igreja Assembleia de Deus do Itacorubi permitiu identificar diferenças marcantes entre gerações de mulheres no modo de vestir, nas práticas de

consumo e na forma como articulam moda e religiosidade. Como destacam Marconi e Lakatos (2017), esse tipo de observação possibilita captar comportamentos espontâneos em seu contexto natural, revelando nuances que dificilmente emergem apenas por meio de entrevistas. No campo, observou-se que o vestuário funciona como linguagem social, confirmando o que Barnard (2003) afirma ao tratar a roupa como fenômeno cultural carregado de significados, capaz de expressar identidade, valores e pertencimento.

Entre as mulheres jovens, aproximadamente entre 18 e 30 anos, notou-se o uso predominante de cores neutras, menor presença de estampas, além da adoção tanto de calças quanto de saias, acompanhadas de maquiagem e cortes de cabelo. Essa geração também apresenta forte influência das tendências digitais e do comércio eletrônico, mesmo com menor poder aquisitivo. Esse comportamento confirma o argumento de Sant'Anna (2007) de que a moda é um *ethos* contemporâneo que articula valores individuais e coletivos por meio da aparência. As jovens equilibram modéstia e estilo, construindo uma identidade híbrida: religiosa, moderna e conectada à estética digital — o que reforça o que Silva (2018) aponta sobre a emergência de novas identidades dentro da moda evangélica. Além disso, o uso da Internet para consumo de moda confirma o que Medeiros *et al*. (2014) e a ABComm (2025) descrevem sobre a digitalização do consumo feminino, especialmente entre mulheres jovens.

Entre as mulheres de 40 a 50 anos, observou-se a predominância de saias, uso de maquiagem e presença tanto de cores neutras quanto de estampas. Essa geração apresenta maior poder aquisitivo, o que se reflete na escolha de tecidos de melhor qualidade e em um estilo mais clássico. Esse padrão dialoga com Veblen (1980), que descreve o vestuário como marcador de status e distinção social, e também com Pollini (2007), que explica como o consumo feminino se consolidou historicamente como forma de expressão de autonomia e identidade. A combinação entre compras físicas e online confirma o que Rossi (2015) afirma sobre o consumo evangélico: ele é guiado simultaneamente por normas religiosas e por preferências individuais, articulando pertencimento e estilo pessoal.

Já entre as mulheres acima de 60 anos, predominam saias e vestidos com estampas mais marcantes, além de menor ocorrência do uso de maquiagem. O estilo mais tradicional observado nessa faixa etária confirma o que Castilho (2005) e Dulci (2009) afirmam sobre a roupa como linguagem que expressa valores culturais e religiosos profundamente enraizados. Para essas mulheres, o vestuário funciona como marcador explícito de identidade religiosa, reforçando a ideia de Barnard (2003) de que a roupa comunica pertencimento ao grupo e respeito às normas culturais.

A observação também revelou que as diferenças geracionais não se limitam ao vestuário, mas se estendem às práticas de consumo e ao modo como cada grupo interpreta os usos e costumes da igreja. As mulheres jovens demonstram maior flexibilidade estética, enquanto as mulheres mais velhas mantêm padrões mais rígidos, o que confirma o argumento de Sant'Anna (2007) de que a

moda opera como sistema de distinção e atualização constante. Ao mesmo tempo, a presença de estampas mais fortes entre as mulheres acima de 60 anos tensiona parcialmente a ideia de modéstia visual discutida por Santos (2022), indicando que a interpretação das normas religiosas não é homogênea, mas atravessada por gerações, histórias de vida e contextos sociais e culturais distintos.

Por fim, a observação não participante não apenas forneceu dados empíricos relevantes, mas também inspirou partes da fundamentação teórica, especialmente no que diz respeito às discussões sobre gerações, poder aquisitivo, consumo feminino e linguagem das roupas. Além disso, contribuiu diretamente para a elaboração do questionário e das entrevistas, funcionando como etapa preliminar de reconhecimento do campo e permitindo que os instrumentos de coleta fossem mais sensíveis às dinâmicas reais observadas, conforme recomendam Angrosino (2009) e Flick (2009). Dessa forma, a observação se integra ao conjunto metodológico da pesquisa, confirmando e, em alguns pontos, tensionando os autores discutidos no Capítulo 2, fortalecendo a análise dos resultados, resumida no Quadro 15.

Quadro *15* - Resultados a observação não participativa

Mulheres entre 18 e 30 anos,	**Mulheres de 40 a 50 anos**	**Mulheres acima de 60 anos**
-Uso de cores neutras; -Poucas estampas; -Uso de calças e saias; -Usam maquiagem e cortes de cabelo; -Essa geração também apresenta forte influência das tendências digitais e do comércio eletrônico. -Geração de menor poder aquisitivo.	-Uso de cores neutras e estampas; -Predominância do uso de saias; --Usam maquiagem; -Essa geração apresenta maior poder aquisitivo, o que se reflete na escolha de tecidos de melhor qualidade e em um estilo mais clássico.	-Estampas fortes; -Vestuário Modesto; - O vestuário funciona como marcador explícito de identidade religiosa.

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2026).

4.3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DO PRIMEIRO QUESTIONÁRIO

O primeiro questionário aplicado às participantes contou com 29 respondentes e teve como objetivo compreender aspectos gerais relacionados ao perfil das mulheres da Igreja Assembleia de Deus do Itacorubi, bem como identificar atributos relevantes na escolha de peças de vestuário. Os dados obtidos permitem observar características sociodemográficas, práticas de consumo, preferências estéticas e percepções sobre o vestuário utilizado em ambientes religiosos, oferecendo uma visão ampla do comportamento das consumidoras evangélicas.

A apresentação dos resultados está organizada em cinco subseções. No item 4.3.1, são descritos os dados referentes à caracterização da amostra, contemplando informações como faixa etária, renda e local de origem. Em seguida, no item 4.3.2, são analisadas as questões de múltipla escolha que não se relacionam diretamente à caracterização da amostra, mas que contribuem para compreender hábitos de compra, preferências de tecidos, cores e tipos de peças utilizadas. O item 4.3.3 apresenta as respostas às questões abertas, permitindo explorar percepções individuais das participantes de

forma mais aprofundada, seguindo os passos para a análise do discurso do sujeito coletivo. No item 4.3.4, é realizada uma análise descritiva por amostra, destacando padrões observados entre os diferentes grupos de mulheres. Por fim, o item 4.3.5 traz considerações específicas sobre poder aquisitivo, relacionando os dados coletados às discussões teóricas sobre consumo feminino e comportamento de compra apresentadas no capítulo 2.

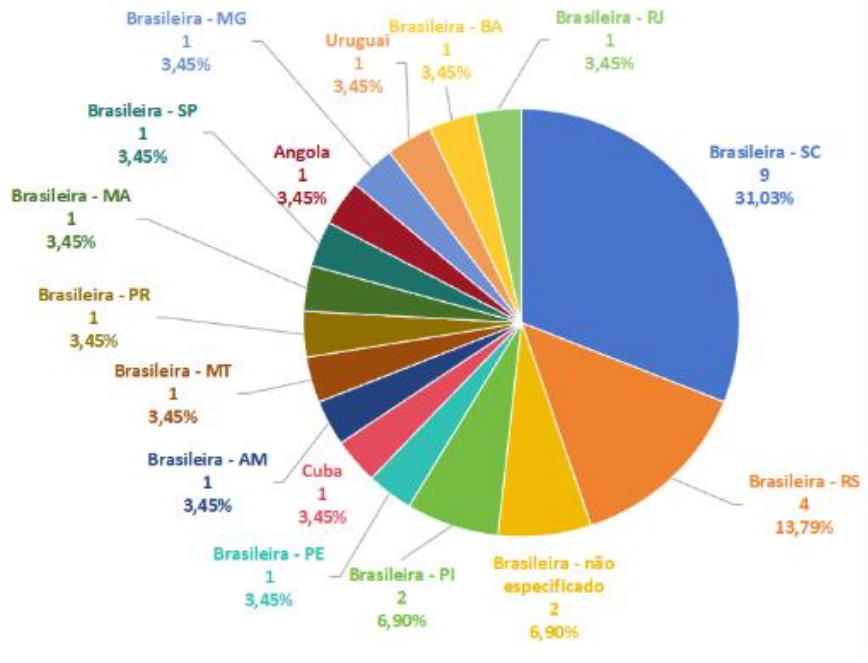
4.3.1 Caracterização da amostra

A caracterização da amostra constitui o primeiro passo para compreender quem são as mulheres que participaram do questionário e quais elementos compõem seu contexto social e de consumo. Antes de avançar para análises específicas, é importante apresentar esse panorama inicial, que ajuda a situar o leitor e a dar sentido às respostas coletadas. Assim, este item reúne os dados fornecidos pelas 29 participantes do primeiro questionário, oferecendo uma visão geral do grupo e preparando o terreno para as interpretações que serão desenvolvidas nas seções seguintes.

O primeiro dado analisado refere-se à naturalidade das participantes, revelando uma composição bastante diversa entre as 29 mulheres que responderam ao questionário. Observou-se predominância de respondentes naturais de Santa Catarina, que representam 9 participantes (31,03%), seguidas pelo Rio Grande do Sul, com 4 participantes (13,79%). Também foram identificadas origens variadas dentro do território brasileiro, incluindo Piauí (6,90%), Pernambuco (3,45%), Amazonas (3,45%), Mato Grosso (3,45%), Paraná (3,45%), Maranhão (3,45%), São Paulo (3,45%), Minas Gerais (3,45%) e Bahia (3,45%). Além disso, duas participantes se identificaram apenas como brasileiras sem especificar o estado de origem (6,90%).

O grupo também inclui mulheres de outras nacionalidades, evidenciando a presença de diversidade cultural na comunidade religiosa: 1 cubana (3,45%), 1 angolana (3,45%) e 1 uruguaia (3,45%). Essa distribuição demonstra que, embora haja concentração de participantes da região Sul, o conjunto de respondentes reúne trajetórias geográficas distintas, enriquecendo a compreensão sobre o perfil das frequentadoras da igreja, conforme apresentado no Gráfico 3.

Gráfico *3* - Trajetórias geográficas

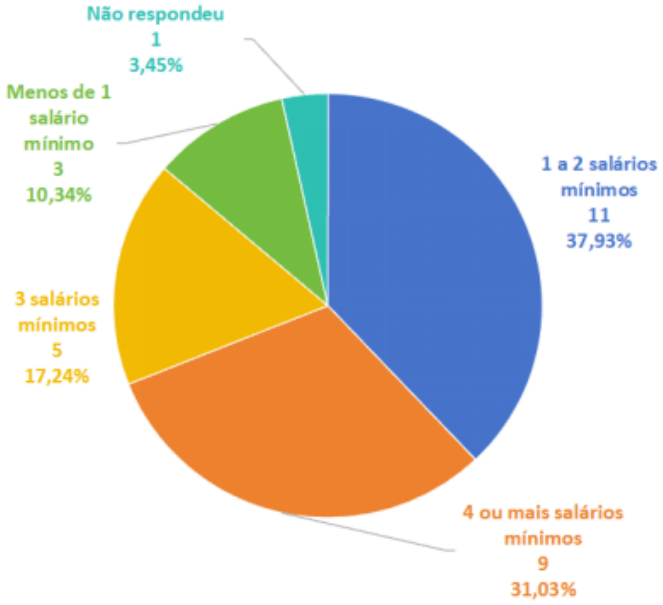


Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A renda familiar das participantes revela um panorama importante sobre o poder aquisitivo das mulheres que responderam ao primeiro questionário. Entre as 29 respondentes, a maior parte declarou renda entre 1 e 2 salários-mínimos, totalizando 11 participantes (37,93%), seguida pelo grupo com 4 ou mais salários-mínimos, composto por 9 mulheres (31,03%). Também se destacam aquelas com renda de 3 salários-mínimos, representando 5 participantes (17,24%), além de 3 mulheres (10,34%) que informaram possuir renda inferior a um salário-mínimo. Apenas uma participante optou por não responder à pergunta (3,45%).

Essa distribuição evidencia a presença de diferentes níveis de poder aquisitivo entre as mulheres da igreja, o que contribui para compreender suas práticas de consumo, escolhas de vestuário e acesso a determinados tipos de produtos. A predominância de rendas mais baixas, combinada com a presença de um grupo significativo com maior capacidade financeira, reforça a diversidade socioeconômica observada na comunidade religiosa, conforme apresentado na Gráfico 4.

Gráfico *4* - Diversidade de renda mensal

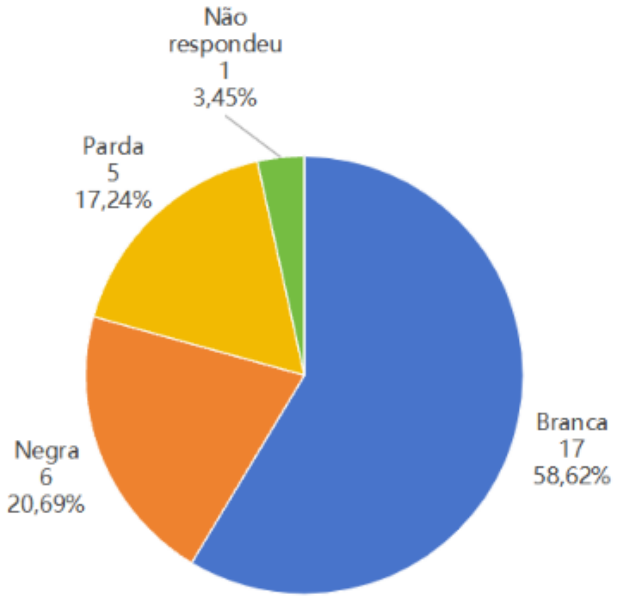


Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A variável referente à raça das participantes permite observar como se distribui a diversidade racial entre as mulheres que responderam ao primeiro questionário. Entre as 29 respondentes, a maioria se autodeclarou branca, totalizando 17 participantes (58,62%). Em seguida, aparecem as mulheres que se identificaram como negras, representando 6 participantes (20,69%), e aquelas que se declararam pardas, correspondendo a 5 participantes (17,24%). Apenas uma participante optou por não responder à pergunta (3,45%).

Essa distribuição evidencia a presença de diferentes grupos raciais na comunidade religiosa observada, contribuindo para compreender como a diversidade se manifesta no contexto das práticas de consumo e das escolhas de vestuário. Embora haja predominância de mulheres brancas, a participação de mulheres negras e pardas reforça a heterogeneidade do grupo, aspecto relevante para análises posteriores sobre preferências estéticas e comportamentos de compra, conforme apresentado na Gráfico 5.

Gráfico 5 - Etnias

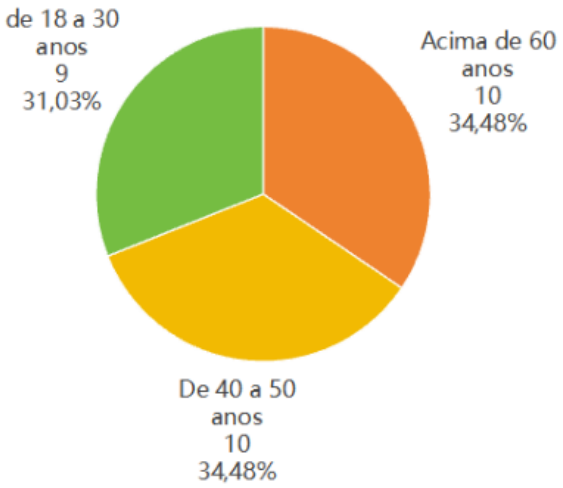


Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A distribuição das participantes por faixa etária revela três grupos equilibrados, permitindo observar como diferentes gerações se relacionam com o vestuário e com as práticas de consumo no contexto religioso. Entre as 29 respondentes, 10 mulheres (34,48%) possuem mais de 60 anos, compondo o grupo mais experiente da amostra. O mesmo número de participantes, 10 mulheres (34,48%), encontra-se na faixa entre 40 e 50 anos, representando a geração intermediária. Por fim, 9 mulheres (31,03%) têm entre 18 e 30 anos, constituindo o grupo mais jovem.

Essa distribuição etária demonstra que o questionário cumpriu o objetivo de coletar dados de amostras de diferentes faixas etárias, o que enriquece a análise ao permitir comparar percepções, preferências e comportamentos entre gerações distintas. A presença equilibrada dos três grupos contribui para uma compreensão mais ampla das práticas de vestimenta dentro da igreja, conforme apresentado na Gráfico 6.

Gráfico 6 - Distribuição das participantes por faixa etária



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A seguir, são apresentados os resultados das questões de múltipla escolha do primeiro questionário, que permitem observar de forma objetiva as preferências, hábitos e percepções das participantes em relação ao vestuário utilizado no contexto religioso.

4.3.2 Resultados das questões de múltipla escolha

Este item apresenta os resultados referentes ao local de compra e às prioridades das participantes na escolha de peças de vestuário, permitindo compreender como as mulheres da igreja organizam suas práticas de consumo. Como essas questões permitiam a seleção de mais de uma alternativa, o número total de respostas ultrapassa o total de participantes, refletindo a diversidade de hábitos e critérios considerados no momento da compra.

Os dados referentes ao local de compra revelam como as participantes organizam suas práticas de consumo e quais espaços são mais utilizados na aquisição de peças de vestuário. Entre as 29 respondentes, observa-se predominância do comércio online, citado por 23 mulheres (79,31%), evidenciando a forte presença do *e-commerce* no cotidiano das consumidoras evangélicas. Esse resultado confirma o que Medeiros *et al*. (2014) apontam sobre a digitalização do consumo, bem como os dados da ABComm (2025), que identificam roupas e acessórios como o principal nicho de vendas online no Brasil. A preferência pelo ambiente digital também dialoga com a pesquisa Nielsen/Opinion Box (2023), que destaca o protagonismo das mulheres nas compras virtuais, especialmente no segmento de moda.

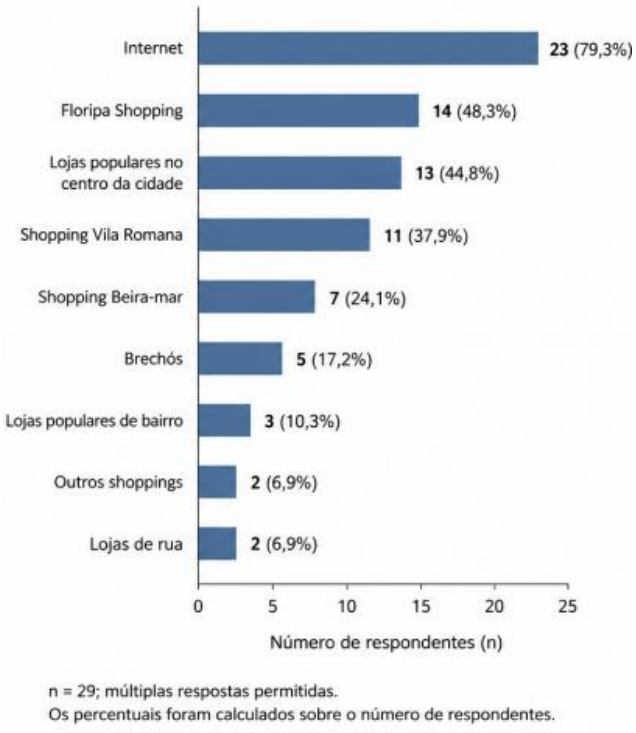
Em seguida, aparecem o Floripa Shopping, mencionado por 14 participantes (48,28%), e as lojas populares do centro da cidade, escolhidas por 13 mulheres (44,83%), indicando que tanto espaços tradicionais quanto opções mais acessíveis fazem parte da rotina de compra. Essa combinação entre shopping centers e lojas populares confirma o que Pollini (2007) descreve sobre a

importância histórica dos espaços físicos como mediadores do consumo feminino, ao mesmo tempo em que reforça o argumento de Dulci (2009) de que a moda atravessa diferentes classes sociais e se manifesta em múltiplos ambientes comerciais.

Outros locais também foram lembrados, como o Shopping Vila Romana, citado por 11 participantes (37,93%), e o Shopping Beira-Mar, mencionado por 7 mulheres (24,14%). Além disso, 5 participantes (17,24%) afirmaram comprar em brechós, prática que se relaciona diretamente às discussões sobre sustentabilidade apresentadas no Capítulo 2, especialmente no que diz respeito ao consumo responsável (Ertekin; Atik, 2020) e ao ODS 12. As lojas populares de bairro (10,34%) e as lojas de rua (6,90%) também aparecem como alternativas, reforçando a diversidade de perfis socioeconômicos e estratégias de compra entre as participantes.

Essa distribuição evidencia a coexistência entre práticas de consumo digitais e presenciais, refletindo tanto preferências individuais quanto diferentes níveis de acesso e poder aquisitivo. A variedade de locais citados reforça a heterogeneidade do grupo e contribui para compreender como as mulheres articulam conveniência, preço e estilo na escolha de suas peças de vestuário, conforme apresentado na Gráfico 7.

Gráfico 7 - Locais de compra



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

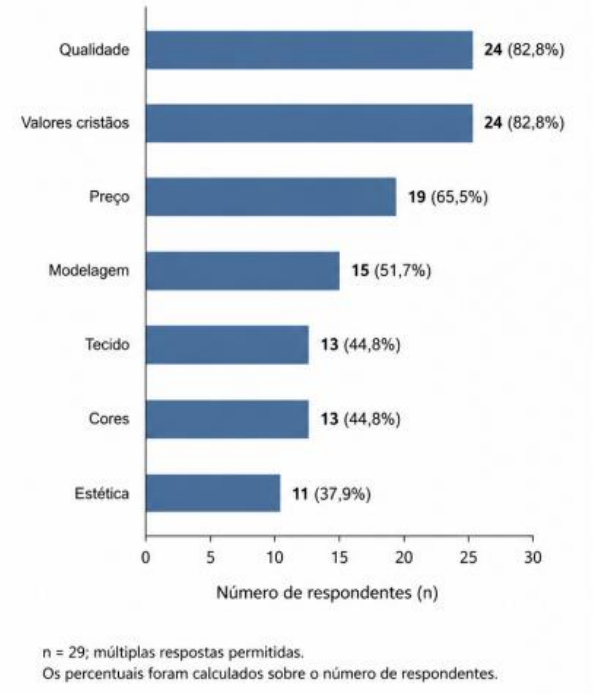
Os dados sobre prioridades de compra revelam quais critérios orientam as decisões das participantes na escolha de peças de vestuário, permitindo compreender como valores pessoais, religiosos e estéticos se articulam no processo de consumo. Entre as 29 respondentes, observa-se que qualidade e valores cristãos aparecem como os critérios mais relevantes, ambos mencionados por 24 mulheres (82,76%). Essa convergência confirma o que Barnard (2003) e Castilho (2005) discutem

sobre o vestuário como linguagem carregada de significados culturais e identitários: para essas mulheres, a roupa não é apenas um produto, mas um marcador de fé, pertencimento e respeito às normas religiosas. Ao mesmo tempo, a busca por qualidade dialoga com Veblen (1980), que aponta o vestuário como expressão de valor, durabilidade e distinção, e com Ertekin e Atik (2020), que relacionam qualidade à sustentabilidade e ao consumo consciente.

O preço aparece como prioridade para 19 participantes (65,52%), evidenciando a influência do poder aquisitivo nas escolhas de vestuário, conforme discutido no Capítulo 2. Esse dado reforça a importância das análises sobre renda familiar e confirma o argumento de Rossi (2015) de que o consumo evangélico é atravessado por normas religiosas, mas também por limitações econômicas que moldam o acesso a determinados produtos. A modelagem, citada por 15 mulheres (51,72%), e o tecido, mencionado por 13 participantes (44,83%), refletem preocupações com conforto, vestibilidade e adequação ao corpo — aspectos diretamente relacionados às discussões sobre ergonomia e usabilidade apresentadas na fundamentação teórica. Da mesma forma, as cores, também com 13 respostas (44,83%), e a estética, citada por 11 participantes (37,93%), confirmam o que Sant'Anna (2007) descreve como o ethos da moda: a aparência como forma de articulação entre valores individuais, coletivos e religiosos.

Essa distribuição demonstra que as participantes equilibram critérios funcionais, econômicos, estéticos e simbólicos ao escolher suas peças de vestuário, revelando um consumo que integra fé, identidade e estilo. A presença simultânea de prioridades religiosas e práticas confirma a complexidade do comportamento de compra das mulheres evangélicas, conforme apresentado na Gráfico 8.

Gráfico *8* - Prioridades na escolha do vestuário



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

O próximo item apresenta a análise das respostas às perguntas abertas do primeiro questionário, permitindo acessar percepções mais subjetivas e nuances que não emergem nas questões de múltipla escolha. Essas respostas oferecem um olhar mais aprofundado sobre as experiências, interpretações e motivações das participantes em relação ao vestuário e às práticas de consumo no contexto religioso. Assim, este tópico complementa os dados quantitativos ao trazer elementos qualitativos essenciais para a compreensão integral do grupo.

4.3.3 Análise e resultados das perguntas discursivas – pesquisa com as participantes membras da igreja (Apêndice C).

Este item apresenta a análise das respostas discursivas do primeiro questionário, organizadas por meio do método do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC). A partir das falas individuais, foram identificadas ideias centrais e expressões-chave que permitem construir sínteses representativas do pensamento coletivo das participantes. Assim, cada pergunta é analisada separadamente, destacando os sentidos compartilhados pelas mulheres da igreja e revelando percepções, motivações e experiências que complementam os dados quantitativos apresentados anteriormente.

Para facilitar a leitura e a organização dos resultados, as respostas das participantes serão identificadas por meio de um código simples: cada amostra será precedida pela letra A, de modo que a primeira participante aparece como A1, a segunda como A2, e assim sucessivamente. Essa padronização permite acompanhar o percurso analítico sem comprometer o anonimato das respondentes.

4.3.3.1 Perspectiva em relação ao vestir

A primeira pergunta discursiva analisada foi: “Qual a sua perspectiva em relação ao vestir? Qual a importância da roupa para você?”. A partir das respostas individuais, foram identificadas ideias centrais e expressões-chave que compõem o Discurso do Sujeito Coletivo, apresentado no próximo trecho conforme a tabela de resultados.

A sexta questão no total (primeira discursiva) buscou compreender a perspectiva das participantes em relação ao vestir e a importância atribuída às roupas em seu cotidiano. A análise das respostas permitiu identificar dois eixos temáticos predominantes: bem-estar e satisfação pessoal e comunicação e expressão por meio do vestir. O primeiro reúne manifestações relacionadas ao conforto, à sensação de bem-estar, à satisfação em estar bem-arrumada, à elegância, à beleza e ao autocuidado. O segundo contempla a compreensão do vestuário como uma forma de comunicação da

identidade, personalidade e imagem pessoal, incluindo também a expressão de valores e princípios cristãos por meio da aparência.

Na primeira etapa da análise do DSC, foram identificadas as expressões-chave mais representativas das respostas e, a partir delas, agrupadas as ideias centrais. A tabela 1 apresenta exemplos de expressões-chave, e não a totalidade das respostas, uma vez que a finalidade desta etapa é demonstrar o processo de categorização sem reproduzir integralmente o corpus.

Tabela 1

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Exemplos de expressões-chave
Bem-estar e satisfação pessoal	O vestir relaciona-se ao conforto, ao autocuidado, à sensação de bem-estar, à aparência, à beleza e à elegância.	A1: “Precisa ser confortável”; A3: “define meu autocuidado”; A10: “gosto de estar bem arrumada”; A16: “Elegância e conforto”; A23: “me sinto bem ao me vestir”; A25: “Conforto, beleza”
Comunicação e expressão por meio do vestir	A roupa é compreendida como meio de comunicação da identidade, personalidade, imagem, valores e princípios cristãos.	A2: “transmite quem somos”; A5: “comunicar modéstia como uma mulher cristã”; A12: “a primeira linguagem”; A18: “Comunicar quem eu sou”; A20: “Vestir é linguagem, é comunicação”; A22: “mostrar Jesus através das minhas roupas”
Respostas não classificáveis	Respostas que não permitem identificar uma ideia central correspondente às categorias estabelecidas ou que não apresentam conteúdo suficiente para análise.	A6: “Não ligo muito”; A9: “Muito importante”; A19: “[não respondeu]”; A21: “Vestidos longos e saias longas”; A27: “[não respondeu]”

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Considerando as 29 participantes da primeira etapa, foram identificadas 24 respostas passíveis de agrupamento nas duas categorias temáticas principais. Cinco respostas não apresentaram elementos suficientes para serem incorporadas às categorias estabelecidas.

A análise das respostas à Pergunta 6 permitiu identificar duas dimensões principais relacionadas à importância atribuída ao vestuário: o bem-estar e a satisfação pessoal e a comunicação e expressão por meio do vestir. Na primeira dimensão, foram reunidas expressões relacionadas ao conforto, ao autocuidado, à sensação de bem-estar, à beleza e à elegância. Entre os exemplos identificados estão “precisa ser confortável” (A1), “define meu autocuidado” (A3), “gosto de estar bem arrumada” (A10), “elegância e conforto” (A16), “me sinto bem ao me vestir” (A23) e “conforto, beleza” (A25). Esses elementos indicam que o vestuário é percebido, em parte das respostas, a partir dos efeitos que produz sobre a própria pessoa que o utiliza.

A segunda dimensão corresponde à comunicação e expressão por meio do vestir, reunindo respostas que compreendem a roupa como instrumento de comunicação da identidade, personalidade, imagem e valores. Entre as expressões-chave que exemplificam essa dimensão estão “transmite quem somos” (A2), “comunicar modéstia como uma mulher cristã” (A5), “a primeira linguagem” (A12), “comunicar quem eu sou” (A18), “vestir é linguagem, é comunicação” (A20) e “mostrar Jesus através das minhas roupas” (A22). Nesse conjunto, observa-se que o vestuário é compreendido não apenas como uma escolha estética ou funcional, mas também como uma forma de exteriorizar características individuais e princípios relacionados à fé.

Além dessas duas categorias, foram identificadas cinco respostas que não apresentaram elementos suficientes para serem incorporados às categorias temáticas estabelecidas. Essas respostas incluem manifestações como “não ligo muito” (A6), “muito importante” (A9), uma resposta não fornecida (A19), a indicação de peças de vestuário — “vestidos longos e saias longas” (A21) — e outra resposta não fornecida (A27). A manutenção dessas respostas em uma categoria específica de não classificação evita que manifestações que não apresentam conteúdo analítico suficiente sejam artificialmente atribuídas a uma das categorias. Assim, a tabela 2 apresenta, de forma agrupada, as categorias temáticas.

Tabela 2

Categoria Temática	Amostras	n	%
Bem-estar e satisfação pessoal	A1, A3, A4, A7, A10, A11, A13, A15, A16, A17, A23, A25, A26	13	44,83%
Comunicação e expressão por meio do vestir	A2, A5, A8, A12, A14, A18, A20, A22, A24, A25, A28, A29	12	41,38%
Respostas não classificáveis	A6, A9, A19, A21, A27	5	17,24%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

É importante observar que a soma das categorias temáticas ultrapassa o número de respostas classificáveis porque a A25 foi incluída simultaneamente nas duas categorias, uma vez que sua resposta apresenta explicitamente elementos de ambas: “Conforto, beleza, identidade. Passa credibilidade e minha identidade.” Portanto, trata-se de uma resposta com conteúdo compatível com bem-estar/satisfação pessoal e, simultaneamente, com comunicação/expressão da identidade. Dessa forma, os percentuais devem ser interpretados como frequência de presença das ideias centrais no corpus, e não como categorias mutuamente exclusivas.

A categoria “Comunicação e expressão por meio do vestir” esteve presente em 12 respostas, correspondendo a 41,38% da amostra total. Nessa categoria foram incluídas as amostras A2, A5, A8,

A12, A14, A18, A20, A22, A24, A25, A28 e A29. As respostas agrupadas nesse eixo associaram o vestuário à comunicação da identidade, personalidade, imagem e valores relacionados à fé cristã.

As categorias não são mutuamente exclusivas, uma vez que a resposta da A25 apresentou simultaneamente elementos relacionados ao bem-estar — "conforto, beleza" — e à comunicação da identidade — "identidade" e "credibilidade". Por esse motivo, a mesma participante foi contabilizada nas duas categorias, fazendo com que a soma das frequências das categorias seja superior ao número total de participantes e que os percentuais não totalizem 100%. Essa forma de contabilização permite preservar a complexidade das respostas, evitando a perda de ideias centrais presentes simultaneamente em uma mesma manifestação.

Por fim, cinco respostas (17,24%) foram classificadas como não classificáveis. Esse grupo corresponde às amostras A6, A9, A19, A21 e A27. No caso de A6, a participante afirmou não atribuir muita importância ao vestir; A9 limitou-se a afirmar que o vestuário era "muito importante"; A21 mencionou apenas "vestidos longos e saias longas"; e A19 e A27 não apresentaram resposta. Essas manifestações não foram incorporadas às categorias temáticas porque não apresentavam elementos discursivos suficientes para determinar, com segurança, sua associação a bem-estar/satisfação ou comunicação/expressão. Dessa maneira, a categorização priorizou a fidelidade ao conteúdo efetivamente apresentado pelas participantes.

A partir desses dados e organização das categorias, infere-se dois discursos do sujeito coletivo.

a) **DSC 1:** "A roupa é importante porque preciso me sentir bem e confortável. Gosto de estar bem arrumada, elegante e alinhada, pois vestir-me bem também está relacionado ao autocuidado, à beleza e à forma como me apresento. Para mim, o conforto e a elegância são importantes, assim como sentir-me bem com aquilo que estou usando."

b) **DSC 2:** "A roupa transmite quem somos e comunica nossa identidade e personalidade. O vestir é uma forma de linguagem e de expressão, funcionando como uma primeira informação sobre a pessoa e como um cartão de visitas. Por meio da roupa também podemos comunicar nossos valores e princípios cristãos, demonstrando modéstia, decência e nossa identidade como mulheres cristãs. Dessa forma, a vestimenta passa uma mensagem sobre quem somos e aquilo em que acreditamos."

De maneira geral, os resultados da questão sobre a importância do vestir mostram que as participantes atribuem à roupa sentidos que vão além da dimensão material, relacionando-a tanto ao bem-estar e satisfação pessoal quanto à comunicação e expressão de identidade e fé. Embora haja respostas pontuais que destacam qualidade, preço ou até mesmo baixa relevância do vestuário, o panorama coletivo evidencia que o ato de se vestir é percebido como prática significativa, capaz de articular valores individuais, sociais e religiosos.

4.3.3.2 Perspectivas sobre o vestir na atualidade

Neste item são apresentados os resultados da questão discursiva que buscou compreender como as participantes percebem o ato de vestir na contemporaneidade. A análise foi realizada por meio do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), permitindo identificar ideias centrais e expressões-chave que revelam diferentes interpretações sobre o vestir no contexto contemporâneo. Assim, cada resposta foi categorizada e sintetizada em discursos representativos, de modo a evidenciar os sentidos coletivos atribuídos ao vestir na atualidade.

A análise das respostas permitiu identificar diferentes percepções acerca do vestir na atualidade. As manifestações concentram-se principalmente em quatro dimensões: crítica à vulgaridade e à perda de modéstia/decência; diversidade, evolução e liberdade no vestir; roupa como forma de expressão, identidade e comunicação; e respostas que não apresentam conteúdo suficiente para a formação de uma ideia central específica. A tabela 3 apresenta apenas expressões-chave representativas do corpus, selecionadas para demonstrar o processo de identificação das ideias centrais.

Tabela 3

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Exemplos de expressões-chave
Crítica à vulgaridade e à perda de modéstia/decência	O vestir contemporâneo é percebido como excessivamente exposto, vulgar ou distante dos padrões de modéstia e decência valorizados pelas participantes.	A1: “Vulgar, roupas que não são cristãs”; A9: “estão perdendo a vergonha”; A12: “exposição do corpo muito grande”; A22: “as roupas estão muito vulgares”; A24: “fora do padrão bíblico”
Diversidade, evolução e liberdade no vestir	O vestir atual é percebido como mais diversificado, estiloso, moderno e marcado pela liberdade de escolha e pelas mudanças da moda.	A4: “As pessoas estão estilosas”; A6: “As roupas são bem diversas”; A16: “Evoluiu bastante”; A25: “Muitas opções e a moda muda muito rápido”; A29: “cada um usa seu estilo com mais coragem”
Vestir como expressão, identidade e comunicação	A roupa é compreendida como meio de expressão pessoal, comunicação e manifestação da identidade.	A2: “forma de expressão pessoal”; A14: “forma de se comunicar”; A18: “cartão de visitas do indivíduo”; A26: “forma de identidade”; A28: “Arte”
Respostas não classificáveis	Respostas sem conteúdo suficiente para estabelecer uma ideia central relacionada às categorias temáticas ou que não especificam adequadamente a percepção sobre o vestir atual.	A7: “s/r”; A8: “Vestir ocasional”; A13: “Mudou”; A15: “Mal”; A19: “Normal”; A23: “Cafona demais”

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A primeira categoria reúne manifestações predominantemente críticas em relação à exposição corporal, à vulgaridade e ao afastamento de padrões de modéstia e decência. A segunda contempla percepções que enfatizam a diversidade, a evolução, a liberdade e a variedade de estilos existentes na atualidade. A terceira reúne respostas que atribuem ao vestuário uma função comunicativa ou identitária. Por fim, algumas manifestações são demasiadamente breves ou genéricas para que seja possível determinar, com segurança, uma ideia central específica. Nesses casos, optou-se por não forçar sua classificação em uma categoria temática.

As categorias temáticas não são mutuamente exclusivas, pois alguns participantes apresentaram mais de uma ideia central em uma mesma resposta. Isso ocorre, por exemplo, com A12, que simultaneamente reconhece a liberdade e a diversidade do vestir atual e critica a exposição corporal e a perda de critérios de adequação e elegância. A16 também associa a evolução do vestir à elegância e ao conforto, mas menciona a existência de vulgaridade, enquanto A29 relaciona liberdade de escolha à expressão do próprio estilo. Por esse motivo, a soma das frequências das categorias pode ultrapassar o número total de participantes e os percentuais não necessariamente totalizam 100%, como visto na tabela 4.

Tabela 4

Categoria Temática	Amostras	n	%
Crítica à vulgaridade e à perda de modéstia/decência	A1, A3, A5, A9, A12, A16, A21, A22, A24, A27	10	34,48%
Diversidade, evolução e liberdade no vestir	A4, A6, A10, A11, A12, A16, A17, A20, A25, A29	10	34,48%
Vestir como expressão, identidade e comunicação	A2, A12, A14, A18, A26, A28, A29	7	24,14%
Respostas não classificáveis	A7, A8, A13, A15, A19, A23	6	20,69%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

As categorias de crítica à vulgaridade e à perda de modéstia/decência e de diversidade, evolução e liberdade no vestir foram as mais frequentes, ambos presentes em 10 respostas, correspondendo a 34,48% cada. A categoria vestir como expressão, identidade e comunicação esteve presente em 7 respostas (24,14%). Já 6 respostas (20,69%) foram consideradas não classificáveis, por não apresentarem elementos suficientes para estabelecer uma ideia central específica dentro das categorias temáticas adotadas. A partir das expressões-chave e ideias centrais agrupadas, foram construídos três DSC correspondentes às principais perspectivas identificadas nas respostas.

a) **DSC 1**: “Vejo que o vestir atualmente está muito vulgar. Existe uma exposição muito grande do corpo e muitas roupas já não correspondem ao que considero cristão, decente ou adequado. Sinto que as pessoas estão perdendo a vergonha e que muitas roupas estão fora dos padrões bíblicos. Embora exista liberdade para cada pessoa se vestir como quiser, percebo que essa liberdade também trouxe mais vulgaridade e imprudência na forma de se vestir.”
b) **DSC 2**: “Vejo que o vestir evoluiu bastante e que atualmente existem muitas opções. As pessoas estão mais estilosas e as roupas são bastante diversas. A moda muda rapidamente e cada pessoa pode usar seu próprio estilo com mais liberdade e coragem. Gosto dessa diversidade e percebo que o vestir atual oferece mais possibilidades de escolha.”
c) **DSC 3**: “Vejo o vestir como uma forma de expressão pessoal, de comunicação e de identidade. A roupa transmite uma mensagem e funciona como um cartão de visitas do indivíduo. Por meio do que usamos, podemos expressar quem somos, nossa identidade e nosso estilo. O vestir também pode ser compreendido como uma forma de arte.”

Assim, as entrevistadas mostraram pontos de vista um tanto diferentes, mas complementares entre as mulheres que frequentam aquela congregação, o que agrega na multiplicidade de opiniões e percepções.

4.3.3.3 Percepções sobre mudanças ao longo do tempo

A oitava questão buscou identificar, entre as participantes com 40 anos de idade ou mais, se havia percepção de diferenças entre o vestuário de sua época e o vestuário utilizado na atualidade e, em caso afirmativo, quais transformações eram reconhecidas. Dessa forma, a análise foi realizada considerando exclusivamente as participantes A1 a A20, que correspondem ao grupo etário ao qual a pergunta se destinava. As participantes A21 a A29 foram classificadas como não aplicáveis, enquanto A19 não apresentou resposta. Consequentemente, o universo considerado para o cálculo das frequências e dos percentuais foi de 20 participantes.

A leitura das respostas evidencia, inicialmente, uma percepção majoritária de mudança no vestuário ao longo das gerações. Entretanto, as participantes não atribuem um único significado a essa transformação. Predomina uma leitura associada à maior exposição corporal e à percepção de redução da decência, do recato e do comportamento considerado adequado; paralelamente, algumas respostas reconhecem a modernização e as transformações da moda sem necessariamente apresentá-las de forma negativa. Há ainda participantes que não identificam diferenças significativas entre os períodos.

A análise das respostas permitiu identificar diferentes Expressões-Chave (ECH), a partir das quais foram sintetizadas as Ideias Centrais (IC). Considerando que a questão foi direcionada

exclusivamente às participantes com 40 anos ou mais, foram analisadas 20 respostas elegíveis, correspondentes às participantes A1 a A20. A participante A19 não apresentou resposta, enquanto as participantes A21 a A29 não integraram esta etapa por não pertencerem ao grupo etário ao qual a questão se destinava. A tabela a seguir apresenta exemplos das Expressões-Chave que fundamentaram a identificação das Ideias Centrais, sem reproduzir integralmente todas as respostas das participantes.

A partir da leitura das respostas das 20 participantes às quais a questão se aplicava, foram identificadas Expressões-Chave (ECH) que sintetizam os principais sentidos presentes nos depoimentos. Como procedimento de análise, foram selecionados apenas exemplos representativos das manifestações individuais, evitando-se a reprodução integral de todas as respostas. A partir dessas Expressões-Chave, foram formuladas as Ideias Centrais (IC), posteriormente agrupadas segundo a proximidade temática, conforme organizado na tabela 5.

Tabela 5

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Maior exposição corporal e redução do recato e da decência	“difícil de achar roupas menos vulgares” (A1); “a elegância e a decência eram mais valorizadas” (A2); “hoje as roupas são mais curtas, mostram mais o corpo e têm menos tecido” (A3); “hoje mostram mais o corpo” (A4)
Percepção de maior vulgaridade e menor discrição no vestuário atual	“As roupas para jovens são muito expostas” (A5); “Hoje as pessoas apelam mais” (A6); “está vulgar” (A9); “As roupas eram mais decentes” (A11)
Valorização do recato, da elegância e do comportamento no vestuário de épocas anteriores	“as roupas eram mais recatadas, mais românticas” (A12); “hoje usam roupas decotadas” (A13); “eram mais comportadas e [...] mais elegantes” (A18)
Modernização e transformação do vestuário ao longo das gerações	“A moda dita regras, inclusive a gospel” (A8); “as roupas mudaram” (A10); “as roupas hoje são modernas” (A14)
Mudanças nas características materiais do vestuário	“Sim, na qualidade dos tecidos” (A16)
Ausência de diferença percebida entre os períodos	“Não” (A7); “Não vejo diferença” (A17); “Não” (A20)
Não resposta / ausência de conteúdo para classificação	“[não respondeu]” (A19)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

As Expressões-Chave evidenciam que a comparação entre o vestuário da época das participantes e o vestuário atual é construída, principalmente, a partir de uma oposição entre características atribuídas aos dois períodos. De um lado, aparecem referências à maior valorização da elegância, da decência, do recato e do comportamento considerado adequado; de outro, as participantes descrevem o vestuário contemporâneo por meio de referências à maior exposição corporal, ao uso de roupas mais curtas ou decotadas e à percepção de maior vulgaridade. Essa oposição pode ser observada, por exemplo, na resposta de A3, que relaciona o vestuário atual a roupas "mais curtas" que "mostram mais o corpo", e na resposta de A2, que afirma que, em sua época, "a elegância e a decência eram mais valorizadas".

Ao mesmo tempo, a análise não se limita a uma interpretação negativa das transformações. Algumas participantes reconhecem que houve modernização do vestuário e mudanças decorrentes da própria dinâmica da moda. A8, por exemplo, afirma que "a moda dita regras, inclusive a gospel", enquanto A14 caracteriza as roupas atuais como "modernas". A16, por sua vez, identifica uma mudança especificamente na qualidade dos tecidos. Assim, essas manifestações permitem distinguir a percepção de transformação da percepção de deterioração ou perda de determinados atributos, evitando que ambas sejam tratadas como uma única Ideia Central.

Também foram preservadas as respostas que não identificaram diferenças entre os períodos. A7 e A20 responderam "Não", enquanto A17 declarou não ver diferença. Essas manifestações constituem uma Ideia Central própria, uma vez que expressam uma percepção diferente daquela apresentada pelas participantes que identificaram transformações no vestuário.

A resposta de A19, por sua vez, foi registrada como ausência de resposta e, portanto, não apresenta conteúdo suficiente para a construção de uma Ideia Central. Essa distinção é necessária para evitar que a ausência de manifestação seja interpretada como concordância, discordância ou neutralidade diante da questão.

Após o a identificação das Ideias Centrais, estas foram agrupadas em categorias temáticas mais amplas, considerando a proximidade dos sentidos expressos pelas participantes. O agrupamento resultou em quatro categorias, conforme apresentado na tabela 6.

Tabela 6

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Maior exposição corporal e redução do recato, da decência e da discrição	Maior exposição corporal e redução do recato e da decência; percepção de maior vulgaridade e menor discrição; valorização do recato, da elegância e do comportamento no vestuário de épocas anteriores	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A9, A11, A12, A13, A15, A18	12	60,00%

Modernização e transformação do vestuário	Modernização e transformação do vestuário ao longo das gerações; mudanças nas características materiais do vestuário	A8, A10, A14, A16	4	20,00%
Ausência de diferença percebida	Ausência de diferença percebida entre os períodos	A7, A17, A20	3	15,00%
Não resposta	Ausência de conteúdo para classificação	A19	1	5,00%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Considerando o universo de 20 participantes às quais a questão se aplicava, observa-se que a categoria "Maior exposição corporal e redução do recato, da decência e da discrição" foi a mais frequente, reunindo 12 participantes, o que corresponde a 60,00% do grupo. Nessa categoria estão concentradas as respostas que estabelecem uma comparação entre as gerações a partir da percepção de que o vestuário contemporâneo apresenta maior exposição corporal ou menor presença de características como recato, decência e discrição. Também foram incluídas nessa categoria as manifestações que valorizam explicitamente o vestuário de épocas anteriores por considerá-lo mais comportado ou elegante.

A categoria "Modernização e transformação do vestuário" reuniu 4 participantes, equivalentes a 20,00% do universo analisado. Nesse agrupamento, a mudança é percebida principalmente como transformação da moda, modernização das roupas ou alteração de suas características materiais, sem que necessariamente seja apresentada como perda de decência. As manifestações de A8, A10, A14 e A16 fundamentam esse agrupamento.

Já 3 participantes (15,00%) não identificaram diferença significativa entre o vestuário de sua época e o atual. Essa posição foi expressa por A7, A17 e A20 e foi mantida em categoria própria para preservar a diversidade das percepções encontradas.

Por fim, A19, correspondente a 5,00% das participantes elegíveis, não apresentou resposta. Por esse motivo, seu registro foi mantido separadamente, sem atribuição de Ideia Central substantiva.

Como as categorias foram organizadas de maneira mutuamente excludente nesta questão, os percentuais correspondem diretamente à distribuição das 20 participantes elegíveis e totalizam 100,00%. As participantes A21 a A29 não entram nesse cálculo porque pertencem ao grupo de 18 a 30 anos e, portanto, a pergunta não se aplicava a elas.

Com base nas Ideias Centrais e no agrupamento temático realizado, foram construídos três Discursos do Sujeito Coletivo, correspondentes às principais posições identificadas nas respostas.

a) DSC 1: "Percebo muita diferença entre as roupas da minha época e as de hoje. Na minha época, a elegância e a decência eram mais valorizadas, e as roupas eram mais comportadas, recatadas e elegantes. Hoje é mais difícil encontrar roupas menos vulgares, porque as peças estão mais curtas, mostram mais o corpo, têm menos tecido e aparecem com decotes. Como

mãe, também sinto dificuldade para encontrar roupas para minhas filhas, porque as roupas para jovens são muito expostas. Hoje as pessoas apelam mais e o vestuário ficou mais vulgar, enquanto antigamente havia mais decência e discrição."

b) DSC 2: "Percebo que o vestuário mudou ao longo do tempo. A moda passou a ditar novas regras, inclusive na moda gospel, e hoje encontramos roupas mais modernas. Também houve mudanças nas características das peças, como nos tecidos. Portanto, o vestuário da atualidade apresenta transformações em relação às roupas da minha época."

c) DSC 3: "Não vejo muita diferença entre o vestuário da minha época e o vestuário atual. Para mim, não houve uma mudança significativa que possa ser destacada."

Assim, a análise da questão 8 demonstra que a comparação geracional realizada pelas participantes é predominantemente marcada pela percepção de mudança no vestuário, mas essa mudança não possui um significado único. A maioria das participantes associa a transformação à maior exposição corporal e à redução de atributos que considera característicos do vestuário de sua época, como decência, recato, discrição e elegância. Em menor proporção, outras participantes reconhecem principalmente a modernização e as transformações da moda, enquanto um grupo ainda menor não identifica diferenças relevantes entre os períodos. Desse modo, os DSCs evidenciam diferentes formas de compreender a transformação do vestuário entre gerações, mantendo-se a diversidade das percepções presentes no material empírico.

Para a Pergunta 12, que investigou as percepções das participantes acerca das mudanças no vestuário evangélico entre gerações, a leitura das respostas permitiu identificar cinco categorias temáticas, construídas a partir das Expressões-Chave e das Ideias Centrais presentes nos discursos das entrevistadas. A Tabela 7 apresenta as categorias e exemplos representativos das Expressões-Chave que fundamentaram sua construção.

Tabela 7

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Aumento da exposição corporal e perda de modéstia/decência	"roupas mais justas" (A4); "roupas decotadas" (A11); "manga nula" (A12); "menos discretas" (A18); "mais vaidade" (A28); "antigamente tinham mais decência" (A29)
Maior variedade e acesso à informação de moda	"mais opções de roupas cristãs" (A1); "a variedade" (A2); "mais informação de moda" (A3)
Refinamento estético e busca por elegância	"roupas mais bonitas" (A14); "o refinamento, o corte" (A16); "busca por elegância" (A20)
Manutenção da modéstia e do conforto	"se vestem com modéstia" (A15); "buscam o conforto e a modéstia" (A22).

Respostas vagas, ambíguas ou ausentes	"a transformação da cultura" (A8); ausência de resposta (A19)			

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A Tabela 8 apresenta as categorias temáticas identificadas, acompanhadas de exemplos das Expressões-Chave que as fundamentam, com indicação da amostra de origem entre parênteses. As Expressões-Chave correspondem aos trechos literais das falas das participantes que, por meio do processo de análise do discurso, deram origem às Ideias Centrais e, posteriormente, às categorias temáticas apresentadas. Observa-se que os discursos relacionados ao aumento da exposição corporal reúnem menções recorrentes a peças específicas, como calças e roupas decotadas, enquanto os discursos associados à valorização da moda atual trazem termos como "variedade" e "informação de moda".

Com base nessas Expressões-Chave, foi possível quantificar a incidência de cada categoria no conjunto da amostra, conforme apresentado na Tabela 8, que traz o número de amostras vinculadas a cada categoria, a frequência absoluta (n) e o percentual correspondente ao total de participantes (n = 29).

Tabela 8

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Aumento da exposição corporal e perda de modéstia/decência	Uso de calças e roupas decotadas antes não aceitas no meio evangélico; exposição corporal; menor discrição no vestir; aumento da vaidade; percepção de perda de decência em relação às gerações anteriores.	A4, A5, A6, A9, A10, A11, A12, A13, A18, A23, A28, A29	12	41,38%
Maior variedade e acesso à informação de moda	Ampliação da variedade de roupas cristãs disponíveis; maior acesso à informação sobre moda; roupas mais modernas; mais opções de estilo para diferentes tipos de corpo.	A1, A2, A3, A17, A25	5	17,24%
Refinamento estético e busca por elegância	Roupas mais bonitas e sofisticadas; refinamento nas combinações de cor e corte; busca por elegância no vestir.	A7, A14, A16, A20	4	13,79%
Manutenção da modéstia e do conforto	Permanência da modéstia como valor; busca por conforto aliado à modéstia; continuidade das raízes evangélicas apesar das mudanças.	A15, A22, A27	3	10,34%
Respostas vagas, ambíguas ou ausentes	Menções genéricas sem conteúdo específico relacionado à pergunta; ausência de resposta.	A8, A19, A21, A24, A26	5	17,24%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Os percentuais apresentados na Tabela 8 foram calculados com base no total da amostra (n=29). As categorias "Aumento da exposição corporal" e "Perda de modéstia e decência", inicialmente propostas de forma separada, foram unificadas em uma única categoria, uma vez que ambas expressam, sob diferentes ângulos, o mesmo fenômeno percebido pelas participantes: a incorporação de peças de vestuário antes não aceitas no meio evangélico (como calças e roupas decotadas) associada a um julgamento de afrouxamento dos padrões de modéstia. Essa unificação também elimina a sobreposição registrada na participante A12, cuja fala articulava simultaneamente a descrição de peças específicas e o juízo sobre a perda de rigor nos padrões evangélicos.

Verifica-se que a maior parte das participantes (41,38%) associou as mudanças geracionais ao aumento da exposição corporal e à percepção de perda de modéstia e decência, revelando um posicionamento predominantemente crítico frente às transformações observadas no vestuário evangélico. Em sentido complementar, identificam-se discursos que interpretam essas mudanças de forma mais neutra ou positiva, associando-as à ampliação do acesso à informação de moda e à maior variedade de opções disponíveis (17,24%), bem como ao refinamento estético e à busca por elegância (13,79%). Uma minoria das participantes (10,34%) destacou a manutenção da modéstia e do conforto como valores ainda presentes na geração atual, sugerindo continuidade em meio às transformações relatadas. Por fim, 17,24% das respostas não apresentaram conteúdo suficientemente específico para compor as demais categorias, sendo classificadas como vagas, ambíguas ou inexistentes.

A partir das Ideias Centrais identificadas em cada categoria temática, foram construídos os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs) correspondentes, reunindo em uma única fala coletiva as expressões compartilhadas pelas participantes. Cada DSC representa, portanto, a síntese discursiva de um grupo de mulheres evangélicas que compartilham uma mesma percepção sobre as mudanças no vestuário evangélico entre gerações. A seguir, apresentam-se os quatro DSCs referentes às categorias válidas da Pergunta 12.

a) DSC 1: "Percebo que, hoje em dia, as gerações atuais não estão muito preocupadas em manter à risca os padrões evangélicos nas vestimentas. Antes não usavam calças, e hoje isso mudou: usamos calça jeans, roupas mais justas e roupas mais decotadas, coisas que antigamente não existiam no guarda-roupa da mulher evangélica. As jovens estão mais chamativas, mais liberais e menos discretas. Sinto que a modéstia e a beleza não estão mais na moda, que tem mais vaidade e que, antigamente, as pessoas tinham mais decência do que têm hoje."
b) DSC 2: "Hoje temos mais opções de roupas cristãs, sem precisar parecer antiquada. Antigamente era tudo mais restrito, mas agora temos muito mais informação de moda e mais variedade para escolher. As roupas estão mais modernas, com mais opções de estilo e para diferentes tipos de corpo."

c) DSC 3: "Hoje encontramos roupas muito mais sofisticadas e bonitas. Percebo um refinamento nas combinações de cores e no corte das peças, e uma busca maior por elegância no vestir."
d) DSC 4: "Mesmo com a modernidade entrando na vestimenta evangélica, a base continua nas raízes. Nós nos vestimos com modéstia e buscamos o conforto aliado a ela, comparando com as gerações anteriores."

Os quatro DSCs evidenciam percepções distintas, e por vezes contrastantes, sobre as transformações no vestuário evangélico ao longo das gerações. Enquanto o DSC 1 revela um posicionamento crítico diante do aumento da exposição corporal e da percepção de perda de modéstia e decência, o DSC 2 interpreta essas mudanças de forma positiva, associando-as à ampliação da variedade e do acesso à informação de moda. Já o DSC 3 destaca o refinamento estético como marca da geração atual, enquanto o DSC 4 sustenta que, apesar da modernização, a modéstia e o conforto permanecem como valores centrais no vestir evangélico.

Essa diversidade de percepções sugere que a relação entre moda e religiosidade evangélica não é vivenciada de forma homogênea entre as participantes, havendo tanto resistência quanto adesão às transformações observadas no vestuário ao longo do tempo. Tal constatação reforça a complexidade do fenômeno investigado e aponta para a necessidade de compreender as escolhas de vestuário dessas mulheres não apenas à luz da doutrina religiosa, mas também das dinâmicas próprias da moda contemporânea, tema que será retomado na discussão dos resultados desta pesquisa.

4.3.3.4 Opiniões sobre melhorias na moda evangélica

A questão 9 pediu para que as participantes refletissem sobre o que ela acha que melhorou na moda evangélica. As respostas apresentam diferentes percepções sobre as melhorias ocorridas nesse quesito, com destaque para o aumento da variedade e da disponibilidade de peças, a modernização e o refinamento das roupas e a possibilidade de conciliar tendências contemporâneas com os valores religiosos. Também aparecem aspectos relacionados ao conforto, à liberdade e à ampliação das possibilidades de composição do vestuário.

A análise da questão 9 foi realizada a partir das respostas das 29 participantes, seguindo o procedimento do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), com identificação das Expressões-Chave (ECH), síntese das Ideias Centrais (IC), agrupamento das ICs por aproximação temática e elaboração dos discursos-síntese. A utilização do DSC permite reunir manifestações individuais que apresentam sentidos semelhantes, preservando a perspectiva coletiva expressa pelas participantes.

Na primeira etapa, foram selecionados trechos representativos das respostas que expressam os principais sentidos encontrados. A tabela 9 apresenta apenas exemplos de ECH, e não a totalidade das respostas, com o objetivo de demonstrar o processo de identificação das Ideias Centrais.

Tabela 9

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Maior oferta e variedade de opções	“Mais lugares para comprar agora” (A1); “Hoje temos mais opções” (A2); “Há mais opções plus size” (A6)
Modernização e diversificação do vestuário	“Tem mais opções, e são mais modernas” (A3); “Hoje as peças são mais estilosas” (A4); “diversificação de modelos, de tipos de tecidos” (A8)
Maior elegância, refinamento e qualidade	“investir mais na qualidade, elegância e sofisticação” (A12); “Refinamento das roupas” (A16); “Elegância” (A20)
Maior possibilidade de conciliar moda e fé	“Podemos seguir as tendências sem comprometer a nossa crença” (A18); “mantendo a decência” (A27)
Conforto, inclusão e liberdade no vestir	“O uso de tênis com saias” (A5); “Sinto-me muito mais confortável” (A22); “A liberdade” (A28)
Percepção de ausência de mudança ou de aspectos negativos	“Tem muita nudez” (A24); “Não mudou nada” (A29)
Mudança pessoal ou percepção geral de melhoria, sem especificação	“Hoje nós estamos melhor” (A11); “Mudou muito meu modo de vestir” (A21)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A partir desses exemplos, observa-se que as respostas apresentam diferentes dimensões do que as participantes consideram ter melhorado na moda e no vestir evangélico. Parte das participantes menciona aspectos relacionados à oferta e à variedade de produtos, enquanto outras destacam mudanças nas características estéticas das peças, como modernidade, estilo, beleza, elegância e refinamento. Também aparecem aspectos relacionados à possibilidade de conciliar tendências contemporâneas com os princípios religiosos, além de conforto, inclusão de diferentes corpos e maior liberdade no vestir.

Algumas respostas, entretanto, não apresentam elementos suficientes para identificar especificamente qual aspecto teria melhorado. É o caso de A11, que afirma apenas “Hoje nós estamos melhor”, e de A21, que declara que seu modo de vestir mudou, sem indicar em que sentido essa mudança representa uma melhoria. Essas respostas são mantidas como manifestações do conjunto, mas não são utilizadas para construir uma Ideia Central temática específica.

A resposta A24 também merece tratamento particular. Embora responda à pergunta sobre o que teria melhorado, a participante afirma “Tem muita nudez”, expressando uma avaliação negativa do vestuário contemporâneo. Portanto, essa manifestação não foi interpretada como evidência de

melhoria na modéstia ou na decência, evitando inferir um sentido que não está explicitamente presente na resposta.

Após a identificação das ICs, aquelas que apresentaram proximidade de sentido foram agrupadas em categorias temáticas mais amplas, conforme apresentado na tabela 10.

Tabela 10

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Maior oferta, variedade e acesso	Mais opções de compra; maior variedade de modelos, tecidos e tamanhos	A1, A2, A3, A6, A8, A10, A12, A14, A17, A23, A26	11	37,93%
Modernização, estilo, elegância e qualidade	Modernidade; estilo; beleza; refinamento; elegância; qualidade e sofisticação	A3, A4, A7, A12, A13, A16, A18, A19, A20, A23, A25	11	37,93%
Conciliação entre moda e valores religiosos	Sabedoria; modéstia; decência; acompanhamento de tendências sem comprometimento da crença	A9, A15, A18, A27	4	13,79%
Conforto, inclusão e liberdade no vestir	Uso de tênis com saias; opções plus size; conforto; liberdade	A5, A6, A22, A28	4	13,79%
Ausência de mudança ou avaliação negativa	Ausência de mudança percebida; percepção de aspectos negativos no vestuário atual	A24, A29	2	6,90%
Mudança sem especificação do aspecto melhorado	Percepção geral de melhoria ou mudança pessoal sem especificação	A11, A22	2	6,90%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A categoria “Maior oferta, variedade e acesso” reúne 11 participantes, correspondendo a 37,93% da amostra. Nela estão as respostas que apontam a existência de mais opções de roupas, mais locais de compra e maior diversificação de modelos, tecidos e tamanhos.

Também com 11 participantes, ou 37,93%, encontra-se a categoria “Modernização, estilo, elegância e qualidade”. Nesse grupo, as participantes destacam que as roupas se tornaram mais modernas, estilosas, bonitas, elegantes e refinadas, havendo também menções à qualidade e à sofisticação dos produtos.

A categoria “Conciliação entre moda e valores religiosos” reúne quatro participantes (13,79%). As respostas desse grupo destacam a possibilidade de acompanhar mudanças e tendências da moda sem abandonar princípios relacionados à fé, à modéstia e à decência.

Outras quatro participantes (13,79%) mencionam aspectos relacionados a conforto, inclusão e liberdade no vestir. São manifestações referentes ao uso de tênis com saias, à existência de opções plus size, ao maior conforto e à liberdade proporcionada pelas transformações no vestuário.

Duas participantes (6,90%) não identificam uma melhoria. A24 apresenta uma avaliação negativa ao mencionar a presença de muita nudez, enquanto A29 afirma diretamente que não houve mudança. Por fim, outras duas participantes (6,90%) relatam uma melhoria ou mudança de forma geral, mas não especificam qual aspecto do vestir teria melhorado.

Os percentuais apresentados não devem ser somados como se as categorias fossem mutuamente excludentes, pois algumas respostas apresentam mais de uma Ideia Central. É o caso, por exemplo, de A3, que menciona simultaneamente maior quantidade de opções e modernidade, e de A12, que reúne variedade, qualidade, elegância, sofisticação e adequação aos padrões evangélicos.

A partir das Ideias Centrais agrupadas, foram elaborados os seguintes discursos-síntese, redigidos na primeira pessoa do singular, conforme a proposta metodológica do DSC.

a) DSC 1: “Hoje temos mais opções de roupas e mais lugares para comprar. A oferta aumentou, temos maior variedade de modelos e tecidos e encontramos opções para diferentes tamanhos. As lojas passaram a oferecer mais alternativas para as mulheres evangélicas, tornando mais fácil encontrar peças adequadas.”
b) DSC 2: “Hoje as roupas estão mais modernas, bonitas e estilosas. O vestir evangélico melhorou no estilo e ficou mais refinado, elegante e sofisticado. Também houve maior investimento na qualidade das roupas e nos modelos, permitindo que a mulher evangélica encontre peças mais atuais e bem elaboradas.”
c) DSC 3: “Hoje posso acompanhar as tendências da moda sem comprometer a minha crença. Posso escolher roupas modernas e elegantes, mas preciso fazer isso com sabedoria, mantendo a modéstia e a decência. É possível acompanhar a moda sem deixar de respeitar os princípios da minha fé.”
d) DSC 4: “Hoje tenho mais liberdade para me vestir e encontro opções que proporcionam maior conforto. Posso usar diferentes combinações, como tênis com saias, e existem mais opções para diferentes tamanhos de corpo. Sinto que tenho mais possibilidades para escolher como quero me vestir.”

De forma a resumir, os resultados das respostas à questão 9 indicam que as principais melhorias percebidas pelas participantes estão concentradas em dois grandes eixos. O primeiro é a ampliação da oferta, variedade e acesso, mencionada por 11 participantes (37,93%). O segundo é a modernização, o estilo, a elegância e a qualidade das roupas, também presente em 11 participantes (37,93%).

Além desses dois eixos predominantes, quatro participantes (13,79%) destacaram a possibilidade de conciliar moda e valores religiosos, enquanto outras quatro (13,79%) apontaram aspectos relacionados ao conforto, à inclusão e à liberdade no vestir. Duas participantes (6,90%) não identificaram melhorias ou apresentaram uma avaliação negativa, e duas (6,90%) relataram mudanças ou melhorias sem especificar o aspecto envolvido.

Assim, o conjunto das respostas apresenta uma percepção predominantemente associada à ampliação das possibilidades de escolha e à atualização estética da moda evangélica, mas também evidencia que as participantes atribuem diferentes significados à ideia de melhoria. Para algumas, melhorar significa ter mais opções e acesso; para outras, significa encontrar roupas mais modernas, elegantes e sofisticadas; e, para outras ainda, significa poder incorporar mudanças mantendo a modéstia, a decência e os valores relacionados à fé.

4.3.3.5 Dificuldades no consumo de vestimentas adequadas à crença de fé

A questão buscou identificar se as participantes encontram dificuldades para localizar roupas consideradas adequadas às suas crenças religiosas. As respostas foram analisadas segundo o procedimento do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), com identificação das Expressões-Chave (ECH), das Ideias Centrais (IC) e posterior agrupamento das IC por proximidade temática.

A análise das respostas permitiu identificar três Ideias Centrais principais: ausência de dificuldade atual, persistência de dificuldade para encontrar roupas adequadas e redução da dificuldade em relação ao passado. A tabela 11 apresenta somente exemplos representativos das Expressões-Chave, não contemplando todas as respostas individuais.

Tabela 11

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Ausência de dificuldade atual para encontrar roupas adequadas	“Não.” (A3); “Não.” (A13); “Não. Na internet mais frequente.” (A21)
Persistência de dificuldade para encontrar roupas adequadas	“Sim.” (A1); “Dificuldade para plus size.” (A6); “ainda sinto dificuldade de encontrar roupas apropriadas para o meu estilo cristão.” (A12); “quando encontro, é caro.” (A24); “As roupas costumam ser decotadas” (A27)
Dificuldade reduzida em relação ao passado	“Já foi mais difícil.” (A2); “Hoje nem tanto.” (A23)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Na segunda Ideia Central estão reunidas tanto as respostas que afirmam diretamente a existência de dificuldade quanto aquelas que apresentam as circunstâncias específicas em que essa dificuldade ocorre. Assim, dificuldades relacionadas ao tamanho das peças, ao preço, à

disponibilidade nas lojas locais ou às características do vestuário não constituem categorias independentes, mas manifestações da própria dificuldade para encontrar roupas adequadas à crença de fé.

Também foi considerada nessa categoria a resposta A18, que afirma: “Não muito, mas ainda sinto sim”. Embora a participante indique que a dificuldade não seja intensa, a expressão “ainda sinto sim” evidencia a permanência da dificuldade. A tabela 12 apresenta os resultados.

Tabela 12

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Ausência de dificuldade atual	Não encontra dificuldade significativa; facilidade de acesso às roupas adequadas	A3, A5, A7, A8, A9, A10, A13, A14, A15, A16, A17, A19, A20, A21, A26, A29	16	55,17%
Persistência de dificuldade para encontrar roupas adequadas	Dificuldade de encontrar roupas adequadas à fé, incluindo dificuldades relacionadas ao tamanho, preço, disponibilidade local e características das peças	A1, A4, A6, A11, A12, A18, A22, A24, A25, A27, A28	11	37,93%
Dificuldade reduzida em relação ao passado	Percepção de que encontrar roupas adequadas era mais difícil anteriormente	A2, A23	2	6,90%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

As três categorias são mutuamente exclusivas e abrangem as 29 participantes da amostra, correspondendo, portanto, a 100% das respostas.

A categoria Ausência de dificuldade atual reúne 16 participantes, correspondentes a 55,17% da amostra. Essas participantes afirmaram não encontrar dificuldade para adquirir roupas adequadas à sua crença ou indicaram que conseguem acessá-las atualmente com relativa facilidade. A21, por exemplo, afirmou não encontrar dificuldade e mencionou a internet como um meio frequente de acesso.

A categoria Persistência de dificuldade para encontrar roupas adequadas reúne 11 participantes, correspondentes a 37,93% da amostra. Nessa categoria estão incluídas diferentes manifestações de uma mesma dificuldade. A6 relaciona o problema à disponibilidade de roupas plus size; A24 aponta o preço das peças quando consegue encontrá-las; A25 menciona dificuldades nas lojas locais do bairro; e A27 relaciona a dificuldade às características das roupas, especialmente aos decotes. A12 também afirma que, embora atualmente seja mais fácil encontrar roupas adequadas, ainda sente dificuldade para encontrar peças apropriadas ao seu estilo cristão. A18 apresenta uma percepção semelhante, indicando que a dificuldade não é grande, mas ainda existe.

Por fim, 2 participantes (6,90%) identificaram uma redução da dificuldade em relação ao passado. A2 afirmou que “já foi mais difícil”, enquanto A23 respondeu “hoje nem tanto”. Essas respostas foram mantidas em uma categoria própria porque não representam nem a ausência completa de dificuldade nem a manutenção da dificuldade em seu nível anterior. Elas indicam uma percepção de melhora nas condições de acesso às roupas adequadas.

Assim, os Discursos do Sujeito Coletivo expressam as percepções e opiniões das mulheres que responderam ao questionário, conforme os itens a, b e c.

a) DSC 1: “Não sinto dificuldade para encontrar roupas adequadas à minha crença de fé. Atualmente consigo encontrar peças que atendem aos padrões que considero adequados e, quando preciso, também posso recorrer à internet para encontrar essas roupas.”
b) DSC 2: “Ainda sinto dificuldade para encontrar roupas adequadas à minha fé e ao meu estilo cristão. Às vezes, tenho dificuldade para encontrar peças no tamanho que preciso, principalmente opções plus size. Também encontro roupas que não considero adequadas, como peças muito decotadas, ou tenho dificuldade para encontrá-las nas lojas locais. Em algumas situações, quando encontro uma peça adequada, o preço é elevado”
c) DSC 3: “Hoje está mais fácil encontrar roupas adequadas à minha crença do que antigamente. Já foi mais difícil encontrar essas peças e atualmente a dificuldade diminuiu, embora isso não signifique necessariamente que ela tenha desaparecido completamente.”

Os resultados da questão 10 demonstram que 16 das 29 participantes (55,17%) não percebem dificuldade significativa atualmente para encontrar roupas adequadas à sua crença de fé. Em contrapartida, 11 participantes (37,93%) ainda identificam algum tipo de dificuldade, enquanto 2 participantes (6,90%) percebem que essa dificuldade diminuiu em relação ao passado.

Entre as 11 participantes que relatam persistência da dificuldade, os obstáculos apresentam diferentes características. A6 menciona especificamente a dificuldade de encontrar roupas plus size; A24 aponta o preço elevado; A25 relaciona a dificuldade à disponibilidade de peças nas lojas locais; e A27 menciona características do vestuário, como os decotes. A12 e A18 também indicam que a dificuldade permanece, ainda que reconheçam que atualmente o acesso às roupas adequadas seja mais fácil.

Desse modo, as respostas indicam que a dificuldade de encontrar roupas adequadas não possui uma única manifestação. Ela pode estar relacionada à oferta de tamanhos, ao preço, à disponibilidade física das peças ou à adequação das características do vestuário aos critérios religiosos das participantes. Apesar dessas diferenças, todas essas manifestações foram agrupadas em uma única categoria por expressarem o mesmo núcleo de sentido: a existência de obstáculos para encontrar roupas consideradas adequadas à fé.

Por outro lado, a predominância da ausência de dificuldade atual, identificada em 55,17% da amostra, indica que para mais da metade das participantes o acesso ao vestuário adequado não constitui atualmente um problema significativo. As respostas de A2 e A23 acrescentam uma perspectiva temporal, indicando que, para algumas participantes, o acesso às roupas adequadas se tornou mais fácil do que era anteriormente.

Assim, a questão evidencia uma percepção de maior disponibilidade de roupas adequadas no contexto atual, mas também demonstra que essa disponibilidade não elimina todas as dificuldades. A experiência de acesso permanece condicionada às características específicas procuradas por cada consumidora e às condições concretas de oferta.

Esse resultado é coerente com a própria fundamentação da pesquisa, que apresenta a expansão da moda evangélica como resposta à necessidade de um público com demandas específicas. Conforme apresentado no Capítulo 2, Ortega (2022) relaciona o surgimento da moda evangélica à necessidade de roupas que atendessem aos preceitos bíblicos e à modéstia, enquanto Dantas (2020) registra que, na década de 1990, havia dificuldade significativa para encontrar esse tipo de vestuário. Posteriormente, Santos (2018) aponta a identificação desse público pelo mercado e o surgimento de lojas especializadas, enquanto Ortega (2022) relaciona o crescimento desse segmento também à presença da moda evangélica na internet e nas redes sociais.

Nesse sentido, os resultados da questão 10 permitem observar, na percepção das participantes, uma situação contemporânea diferente daquela descrita para períodos anteriores: a dificuldade não desapareceu para todas, mas deixou de ser uma experiência predominante. As respostas também mostram que a existência de um mercado especializado não significa necessariamente atendimento integral a todas as demandas, especialmente quando entram em consideração tamanho, preço, localização e características específicas das peças.

Seguido a mesma temática, a questão 11 buscou identificar se as participantes encontram facilidade ou dificuldade em localizar lojas que ofereçam vestuário voltado especificamente ao público evangélico. As respostas foram analisadas segundo o procedimento do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), com a identificação das Expressões-Chave (ECH), das Ideias Centrais (IC) e posterior agrupamento por proximidade temática. A seguir, são apresentados exemplos representativos das falas das participantes, que fundamentaram a categorização das respostas. A Tabela 13 apresenta exemplos de expressões utilizadas pelas participantes, que foram agrupadas em categorias temáticas distintas.

Tabela 13

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Facilidade atual	“Tenho facilidade.” (A3); “Facilidade.” (A5); “Facilidade. Cerca de 10 anos atrás havia dificuldades, mas com o advento da internet tudo facilitou.” (A8); “Facilidade.” (A10); “Facilidade.” (A13)
Dificuldade atual	“Tenho dificuldade.” (A4); “Dificuldade.” (A6); “São poucas.” (A9); “Dificuldade.” (A11); “Nas lojas que eu costumo comprar, eu não diria que é muito difícil, mas que também não é muito fácil... a peça não está nos padrões evangélicos.” (A12)
Facilidade relativa melhora em relação ao passado	“Mais ou menos, mas hoje em dia é mais fácil.” (A1); “Hoje em dia com a internet ficou mais fácil.” (A25)
Respostas inválidas/não respondidas	“Não, costumo usar peças de estilo clássico e executivo.” (A2); [Não respondeu] (A7); “Sim.” (A18); “Não.” (A20); “Sim, no centro.” (A21)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Assim, foram criadas categorias. Na categoria Facilidade atual constam falas explícitas de facilidade (por exemplo, A3 e A5) e menções à internet como fator facilitador (A8). Na categoria Dificuldade atual estão declarações diretas de dificuldade (A4, A6, A11), observações sobre oferta reduzida (“São poucas”, A9) e relatos que combinam facilidade e limitação (A12, que aponta gostar de peças que, ao examinar detalhes, não atendem aos padrões evangélicos). A categoria Facilidade relativa / melhora reúne respostas que comparam épocas e indicam melhora recente (A1, A25). Por fim, a categoria Respostas inválidas / não respondidas inclui respostas que não atendem ao formato esperado: respostas monossilábicas “sim”/“não” sem contexto, declarações que desviam do objeto da pergunta (A2) e ausências de resposta (A7, A27).

A seguir, a Tabela 14 organiza as 29 respostas em quatro categorias mutuamente exclusivas. A categoria Facilidade atual (n=10) reúne participantes que afirmaram, de forma direta, conseguir localizar lojas ou peças adequadas; entre essas falas, algumas explicitam que a internet ampliou o acesso (A8). A categoria Dificuldade atual (n=7) agrega respostas que apontam obstáculos concretos: oferta limitada (A9), preços, tamanhos ou características das peças que não correspondem aos critérios evangélicos (A12). A categoria Facilidade relativa / melhora (n=2) inclui respostas comparativas que reconhecem melhora em relação a períodos anteriores, sem eliminar totalmente a possibilidade de dificuldades residuais. Finalmente, a categoria Respostas inválidas / não respondidas (n=10) reúne respostas que não permitem inferir facilidade ou dificuldade — seja por ausência de conteúdo informativo (respostas “sim”/“não”), por desvio do objeto da pergunta (A2) ou por ausência de resposta.

Tabela 14

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Facilidade atual	Declaração explícita de facilidade para encontrar lojas com vestuário evangélico; menção à internet como meio de acesso	A3, A5, A8, A10, A13, A14, A15, A16, A17, A29	10	34,48%
Dificuldade atual	Declaração explícita de dificuldade; percepção de oferta reduzida; inadequação de peças aos padrões evangélicos	A4, A6, A9, A11, A12, A22, A23	7	24,14%
Facilidade relativa melhora em relação ao passado	Indicação de que houve dificuldade no passado, mas que a situação melhorou recentemente (especialmente por efeito da internet)	A1, A25	2	6,90%
Respostas inválidas/não respondidas	Respostas que não permitem avaliar facilidade ou dificuldade por serem monossilábicas ("sim"/"não"), fora do escopo ou ausentes	A2, A7, A18, A19, A20, A21, A24, A26, A27, A28	10	34,48%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A categorização das respostas, apresentada na Tabela 14, permite visualizar de forma clara os diferentes posicionamentos das participantes quanto à facilidade ou dificuldade em encontrar lojas voltadas ao público evangélico. A distribuição entre as categorias evidencia tanto percepções de acesso facilitado quanto relatos de obstáculos persistentes, além de respostas que indicam melhora em relação ao passado. Também se observa um número expressivo de respostas inválidas ou não respondidas, o que reforça a heterogeneidade do conjunto.

Com base nessas categorias e ideias centrais, foram elaborados os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs), que sintetizam em enunciados representativos as percepções compartilhadas pelas participantes. Esses discursos permitem compreender de maneira integrada os sentidos atribuídos ao acesso ao vestuário evangélico, destacando tanto avanços quanto limitações ainda presentes.

a) DSC 1: "Atualmente existe facilidade para localizar lojas e peças voltadas ao público evangélico; a oferta é percebida como acessível e, quando necessário, a internet amplia as possibilidades de compra, reduzindo barreiras geográficas e de disponibilidade."
b) DSC 2: "Persistem dificuldades para encontrar vestuário que atenda aos critérios evangélicos: a oferta é considerada insuficiente em determinados locais, algumas peças apresentam características (decotes, costas descobertas, cortes) incompatíveis com padrões de modéstia, e há limitações relacionadas a preço e disponibilidade de tamanhos."
c) DSC 3: "Houve melhora no acesso ao vestuário evangélico em comparação com épocas anteriores; embora a situação tenha evoluído — especialmente com o advento da internet —, a

melhora não é uniforme para todas as consumidoras nem elimina todas as dificuldades pontuais.”

A análise da Pergunta 11 revela um quadro plural: aproximadamente um terço das participantes declarou facilidade explícita para encontrar lojas com vestuário evangélico, enquanto outra parcela significativa apontou dificuldades concretas relacionadas à oferta, adequação das peças e condições de compra. Um pequeno grupo reconheceu melhora em relação ao passado, sobretudo em função da internet, que ampliou canais de acesso.

Em síntese, os resultados apontam avanços na disponibilidade de vestuário evangélico, mas também a persistência de lacunas que afetam parte das consumidoras, especialmente em termos de variedade, adequação e acessibilidade.

3.3.3.6 Preferências sobre vestimenta

Diferentemente das perguntas anteriores, optou-se por uma análise descritiva simples nesta questão, sem a construção de Discursos do Sujeito Coletivo, uma vez que as respostas obtidas foram predominantemente curtas e objetivas, limitando-se, na maioria dos casos, à citação direta de tipos de peça, sem elaboração discursiva que justificasse a síntese em fala coletiva. Ressalta-se que diversas participantes mencionaram mais de um tipo de peça em sua resposta, razão pela qual estão contabilizadas em mais de uma categoria, o que explica a soma das porcentagens ultrapassar 100% em relação ao total da amostra (N = 29).

O vestido foi a peça mais citada entre as participantes, mencionado por 51,72% da amostra (15 participantes), seguido pela saia, presente na resposta de 34,48% das entrevistadas (10 participantes). A recorrência dessas duas peças reforça o que já foi discutido teoricamente sobre a preferência por vestuário que cobre mais o corpo e se alinha à modéstia evangélica, sendo o vestido e a saia peças historicamente associadas ao guarda-roupa feminino nas igrejas assembleianas.

Peças estruturadas, como blazers, casacos e conjuntos, foram citadas por 13,79% das participantes (4 participantes), o mesmo percentual obtido pelas calças (4 participantes), indicando que, embora minoritárias, essas peças já fazem parte do repertório de preferências de parte das mulheres evangélicas entrevistadas, refletindo a maior tolerância e diversidade de estilos discutida anteriormente. Calçados e acessórios, mencionados por 10,34% da amostra (3 participantes), apareceram de forma mais pontual, geralmente associados a outras peças na mesma resposta.

Por fim, 10,34% das participantes (3 participantes) declararam não ter uma peça de roupa favorita ou não responderam à pergunta, o que pode indicar tanto uma relação mais funcional com o vestuário quanto uma dificuldade em eleger uma preferência específica dentre as opções disponíveis no guarda-roupa evangélico.

4.3.3.7 Análise descritiva do primeiro questionário

Além da análise das respostas discursivas por meio da técnica do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), esta seção apresenta uma análise descritiva dos padrões observados a partir das características sociodemográficas e dos dados relacionados aos hábitos e percepções das participantes. Embora essas observações não constituam parte da análise discursiva propriamente dita, sua consideração permite explorar de maneira mais abrangente as informações obtidas na pesquisa, identificando possíveis relações, tendências e particularidades entre os diferentes perfis de participantes. Dessa forma, tais observações podem oferecer subsídios adicionais para a interpretação dos resultados, contribuir para o aproveitamento mais amplo dos dados coletados e, ainda, apontar questões ou lacunas que possam ser investigadas em pesquisas futuras.

A distribuição das participantes segundo a faixa etária mostrou-se equilibrada entre os três grupos investigados, sendo constituída por dez mulheres com idade entre 40 e 50 anos, dez mulheres com mais de 60 anos e nove mulheres entre 18 e 30 anos. A comparação entre esses grupos permitiu observar diferenças geracionais principalmente na maneira como o vestuário contemporâneo é percebido e relacionado aos valores religiosos. Entre as participantes com mais de 60 anos, observou-se maior frequência de referências à comparação entre o vestuário atual e aquele utilizado em períodos anteriores, com valorização de características como decência, recato e elegância. No grupo de 40 a 50 anos, essas preocupações também estiveram presentes, porém acompanhadas de maior ênfase na possibilidade de conciliar modernidade, conforto, elegância e adequação aos princípios religiosos. Entre as participantes mais jovens, verificou-se maior heterogeneidade nas percepções, com manifestações relacionadas à identidade, expressão pessoal, estilo, liberdade, conforto e estética, embora a modéstia e os valores cristãos também permanecessem presentes nas respostas.

Em relação à renda familiar, não foram identificados padrões que permitissem associar diretamente o nível de renda às concepções sobre moda, religiosidade ou aos critérios utilizados para a escolha das roupas. Participantes pertencentes a diferentes faixas de renda apresentaram preocupações semelhantes com aspectos como qualidade, valores cristãos, conforto, estética e adequação do vestuário. Entretanto, a renda parece apresentar maior relação com as condições de acesso às peças do que com os valores que orientam sua escolha. Algumas respostas indicaram que o preço pode constituir uma barreira para a aquisição de roupas consideradas adequadas, enquanto participantes com maior disponibilidade financeira apresentaram maior variedade de canais e estabelecimentos de compra.

Quanto à raça, não foram observadas diferenças suficientemente consistentes para estabelecer uma relação entre essa característica e as percepções sobre o vestuário. Mulheres brancas, pretas e

pardas apresentaram preocupações e preferências semelhantes, especialmente no que se refere à combinação entre valores religiosos, qualidade, conforto, estética e modéstia. Da mesma forma, a diversidade de estados de origem das participantes não permitiu identificar padrões regionais suficientemente consistentes para estabelecer diferenças entre os grupos. Embora algumas respostas apresentem percepções particulares sobre a oferta de vestuário em determinadas regiões, tais manifestações devem ser compreendidas como experiências individuais, não sendo suficientes para caracterizar diferenças regionais.

Um dos aspectos que se destacou nos dados foi a importância da internet como meio de acesso ao vestuário. A utilização de canais digitais aparece entre participantes de diferentes faixas etárias, indicando que as compras e a busca por roupas adequadas à identidade religiosa não estão restritas às gerações mais jovens. A internet é percebida, inclusive, como um fator que ampliou as possibilidades de acesso, especialmente diante da percepção de que existem poucas lojas físicas especializadas no segmento. Dessa maneira, observa-se que a dificuldade de encontrar estabelecimentos especificamente voltados ao público evangélico não necessariamente corresponde à dificuldade de encontrar roupas consideradas adequadas, uma vez que os canais digitais ampliam significativamente as possibilidades de busca e aquisição.

Outro padrão observado refere-se à percepção ambivalente sobre a evolução da moda evangélica. De maneira geral, as participantes reconhecem melhorias relacionadas à ampliação da variedade de modelos, à modernização das peças, à qualidade, ao refinamento, à elegância e à possibilidade de acompanhar tendências de moda. Paralelamente, especialmente entre as participantes mais velhas, a moda contemporânea é frequentemente associada à maior exposição corporal, ao uso de roupas mais curtas, justas ou decotadas e à redução da percepção de decência. Assim, os dados sugerem que a modernização do vestuário não é necessariamente compreendida como incompatível com a fé, mas como um processo que deve ser conciliado com os princípios de modéstia e adequação valorizados pelas participantes.

A roupa também se apresenta, em diferentes grupos etários, como elemento de comunicação e construção da identidade. Termos e ideias relacionados à linguagem, expressão, imagem, personalidade e identidade aparecem nas respostas, indicando que o vestuário ultrapassa sua dimensão funcional e participa da maneira como as mulheres percebem e apresentam a si mesmas socialmente. Essa percepção não se restringe a uma determinada geração, embora as participantes mais jovens demonstrem maior variedade de referências à expressão individual, ao estilo e à liberdade.

No que se refere à dificuldade de encontrar roupas adequadas à fé, as respostas não indicaram uma relação linear com a idade. Participantes dos três grupos relataram tanto facilidade quanto dificuldade, sendo que os obstáculos mencionados assumem diferentes formas, como disponibilidade

de modelos, preço, adequação dos decotes e comprimentos, modelagem e disponibilidade de tamanhos. Nesse sentido, a dificuldade de acesso parece estar relacionada não apenas à existência de produtos no mercado, mas também à capacidade de encontrar peças que simultaneamente atendam às exigências religiosas e às preferências estéticas e funcionais individuais.

De modo geral, os padrões observados apontam para uma tensão recorrente entre a preservação dos valores religiosos e a incorporação de características da moda contemporânea. Entretanto, essa relação não se configura necessariamente como uma oposição entre tradição e modernidade. As respostas indicam uma busca por conciliar modéstia, identidade religiosa, qualidade, conforto, elegância, estética e atualidade. As diferenças geracionais parecem estar principalmente na forma como esse equilíbrio é construído: enquanto as participantes mais velhas tendem a avaliar as transformações contemporâneas a partir dos padrões de decência e recato de sua experiência anterior, as mais jovens demonstram maior abertura à expressão individual e à diversidade de estilos. Esses achados, embora não constituam resultados do DSC, ampliam a compreensão do conjunto de dados e podem contribuir para a identificação de questões a serem aprofundadas em estudos posteriores, especialmente aquelas relacionadas às diferenças geracionais, às condições de acesso ao vestuário e à conciliação entre identidade religiosa e expressão individual por meio da moda.

4.4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DO SEGUNDO QUESTIONÁRIO

O segundo questionário contou com um total de 49 participantes, ampliando de maneira significativa a base de análise em relação ao primeiro instrumento e permitindo observar um espectro mais diversificado de percepções. Diferentemente do questionário inicial, este segundo conjunto de perguntas foi estruturado em formato híbrido, reunindo tanto questões de múltipla escolha quanto perguntas abertas de caráter discursivo. Essa combinação metodológica possibilita a obtenção de dados quantitativos, que permitem mensurar tendências gerais, ao mesmo tempo em que oferece espaço para manifestações qualitativas, capazes de revelar nuances e significados mais subjetivos.

Nas perguntas abertas, verificou-se que algumas respostas foram bastante breves ou pouco elaboradas, limitando-se a expressões simples ou a observações pontuais. Nesses casos, optou-se por um tratamento descritivo, sem categorização detalhada, de modo a preservar a fidelidade ao conteúdo fornecido pelas participantes e evitar interpretações artificiais. Essa decisão metodológica reforça o compromisso com a transparência analítica e com a valorização da voz das respondentes, mesmo quando o nível de detalhamento não permite a construção de categorias temáticas robustas.

Assim, os resultados do segundo questionário apresentam uma natureza híbrida: de um lado, dados objetivos e quantificáveis oriundos das questões fechadas; de outro, percepções subjetivas e

qualitativas provenientes das respostas discursivas. A apresentação que se segue respeita essa lógica, articulando números e descrições de forma complementar, de modo a oferecer uma visão abrangente e equilibrada sobre as percepções das participantes em relação ao vestuário evangélico e às transformações observadas ao longo do tempo.

4.4.1 Cores

Os resultados apresentados na Pergunta 1 do segundo questionário evidenciaram uma clara predominância de tons discretos e neutros entre as cores utilizadas pelas participantes para frequentar a igreja, com destaque para o preto. Essa constatação pode ser mais bem compreendida à luz da discussão teórica sobre a simbologia das cores, apresentada no capítulo 2 desta dissertação, que aborda como as cores do vestuário carregam significados simbólicos e comunicam mensagens não verbais sobre quem as utiliza.

A predominância do preto entre as cores citadas pelas participantes dialoga diretamente com o que propõem Rafaeli e Pratt (1993), para quem essa cor está associada à sofisticação, à elegância e à formalidade, características que se alinham à busca por uma apresentação discreta e, ao mesmo tempo, elegante, esperada no ambiente religioso. Essa leitura também é reforçada por Fisher-Mirkin (2001), que associa o uso de cores escuras, como o preto e o azul-marinho, a um perfil mais reservado, contrastando com cores "audaciosas e brilhantes", que geram uma percepção de maior abertura e integração social. A escolha recorrente do preto pelas participantes, portanto, pode ser interpretada não apenas como preferência estética, mas como uma forma de comunicação não verbal coerente com os valores de discrição e recato associados à modéstia evangélica.

A presença expressiva do azul entre as respostas também encontra respaldo teórico: Rafaeli e Pratt (1993) descrevem essa cor como associada à tranquilidade, à confiança e à seriedade, sendo inclusive comum em ambientes corporativos por transmitir estabilidade e segurança — associações que se aproximam do comportamento comportado esperado das mulheres evangélicas em contextos de culto. Já o uso recorrente de termos como "cores neutras", presente em parte significativa das respostas, reforça a categoria de cores discretas descrita pelos autores, que inclui justamente preto, branco e cinza como tons que sugerem discrição e formalidade.

Por outro lado, a parcela de participantes que relatou maior abertura a cores diversas, incluindo tons vibrantes como vermelho, rosa e estampas coloridas, indica que a psicologia das cores não se aplica de forma homogênea entre as entrevistadas. Isso sugere que, embora exista uma tendência predominante à sobriedade cromática associada aos preceitos evangélicos, uma parte da amostra já incorpora com mais liberdade cores que a teoria classifica como estimulantes, o que pode refletir a

mesma flexibilização discutida anteriormente em relação a outros aspectos do vestuário evangélico contemporâneo.

Pergunta 2 do segundo questionário buscou compreender os motivos que levam as participantes a escolherem as cores relatadas na questão anterior para frequentar a igreja. Por se tratar de uma questão aberta e de natureza subjetiva, a leitura das respostas permitiu identificar sete categorias temáticas válidas, além de um grupo de participantes que não respondeu à pergunta. A Tabela 15 apresenta as categorias identificadas, acompanhadas de exemplos das Expressões-Chave que fundamentaram sua construção, com indicação da amostra de origem entre parênteses.

Tabela 15

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Gosto pessoal e identificação estética	"porque eu gosto" (A3); "é minha cor preferida" (A12); "acho-as bonitas" (A14); "combina comigo" (A22); "são minhas favoritas" (A36)
Bem-estar e conforto ao usar	"me sinto bem" (A4); "me sinto melhor nelas" (A6); "por me sentir mais confortável" (A7); "são cores que me sinto bem" (A49)
Praticidade e versatilidade	"praticidade e preferência" (A10); "são cores que combinam com vários looks" (A28); "são tons neutros, combinam com tudo" (A37); "de acordo com a ocasião e o momento" (A48)
Discrição e modéstia	"são mais elegantes e modestas" (A1); "são neutras" (A18); "porque gosto de ser discreta" (A19); "por ser discreto" (A30)
Favorecimento estético/corporal	"porque valoriza meu tom de pele" (A23); "me deixa magra" (A24); "porque favorece, não engorda, é coringa" (A33)
Gosto por moda e tendências	"gosto de moda, procuro sempre estar por dentro da moda" (A20); "porque gosto de moda" (A35)
Motivações simbólicas e afetivas individuais	"entendo que é um lugar alegre e não tem exigências" (A11); "preto é clássico como a orquestra do teatro municipal, rosé é clássico para o balé" (A26); "cores que me remetem ao céu" (A29)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A partir das Expressões-Chave apresentadas, foi possível construir as Ideias Centrais de cada categoria e quantificar sua incidência no conjunto da amostra, conforme apresentado na Tabela 16, que traz também o número de amostras vinculadas a cada categoria, a frequência absoluta (n) e o percentual correspondente ao total de participantes (n=49).

Tabela 16

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Gosto pessoal e identificação estética	Preferência subjetiva; identificação com a cor; sensação de que a cor combina consigo	A2, A3, A5, A8, A12, A13, A14, A17, A21, A22, A25, A32, A36, A38, A39, A41, A45, A47	18	36,73%
Praticidade e versatilidade	Facilidade de combinação; adaptação à ocasião; praticidade no dia a dia	A10, A16, A28, A31, A37, A46, A48	7	14,29%
Bem-estar e conforto ao usar	Sensação de bem-estar; conforto emocional ao vestir a cor	A4, A6, A7, A15, A44, A49	6	12,24%
Discrição e modéstia	Busca por discrição; associação da cor à modéstia e à sobriedade	A1, A18, A19, A27, A30	5	10,20%
Favorecimento estético/corporal	Valorização do tom de pele; percepção de emagrecimento; favorecimento da aparência física	A23, A24, A33, A34, A40	5	10,20%
Motivações simbólicas e afetivas individuais	Associações pessoais e afetivas específicas, não relacionadas a um padrão comum	A11, A26, A29	3	6,12%
Sem resposta	Não houve resposta.	A9, A42, A43	3	6,12%
Gosto por moda e tendências	Acompanhamento das tendências de moda	A20, A35	2	4,08%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Os percentuais apresentados na Tabela 16 foram calculados com base no total da amostra (n=49). Ao contrário da questão anterior, aqui cada participante foi classificada em apenas uma categoria, já que as justificativas apresentadas não se sobrepuseram tematicamente, o que faz com que a soma dos percentuais totalize aproximadamente 100%. Observa-se que a categoria "Gosto pessoal e identificação estética" concentra a maior parte das respostas (36,73%), indicando que, para a maioria das participantes, a escolha das cores está mais associada a uma preferência subjetiva do que a critérios religiosos explícitos. Ainda assim, as categorias "Discrição e modéstia" (10,20%) e, indiretamente, "Praticidade e versatilidade" (14,29%) — que inclui menções a tons neutros — reforçam a permanência de valores de sobriedade na justificativa de parte das participantes. Por fim, a categoria "Motivações simbólicas e afetivas individuais" reúne respostas cujo conteúdo, embora relevante, não guarda repetição temática suficiente com as demais falas para compor uma categoria de maior amplitude, sendo por isso tratadas de forma mais pontual na análise que segue.

A partir das Ideias Centrais identificadas em cada categoria, foram construídos os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs) correspondentes às seis categorias com maior coesão discursiva. A categoria "Motivações simbólicas e afetivas individuais" não foi sintetizada em DSC, uma vez que reúne respostas heterogêneas e de caráter muito pessoal, cuja unificação em uma única fala coletiva comprometeria a fidelidade ao sentido original de cada relato; por isso, essas respostas são discutidas de forma individual a seguir.

a) DSC1: "Escolho essas cores porque gosto delas e porque combinam comigo. Acho que ficam bonitas em mim, e no fim das contas essa é minha cor preferida, minha favorita."
b) DSC 2: "Escolho essas cores porque me sinto bem quando as uso. Me sinto mais confortável e acho que ficam bem em mim."
c) DSC 3: "Escolho essas cores por praticidade. São tons neutros que combinam com tudo e com vários looks diferentes, o que facilita na hora de me vestir de acordo com o momento, a ocasião e o que tenho disponível no guarda-roupa."
d) DSC 4: "Escolho essas cores porque são mais elegantes, modestas e neutras. Gosto de ser discreta, e essas cores me ajudam a manter esse comportamento discreto."
e) DSC 5: "Escolho essas cores porque valorizam meu tom de pele e me deixam mais bonita, chegando até a parecer que emagrecem. São cores coringa, que favorecem meu corpo em qualquer ocasião."
f) DSC 6: "Escolho essas cores porque gosto de moda e procuro estar sempre por dentro das tendências."

Além dos discursos sintetizados, destacam-se três respostas de caráter individual que, embora não representem um padrão coletivo, trazem elementos relevantes para a compreensão da relação entre cor e experiência religiosa: uma participante associou a escolha das cores à percepção da igreja como um "lugar alegre e sem exigências" (A11); outra relacionou suas cores preferidas a referências pessoais ligadas ao universo da dança, comentando ser mãe de bailarina (A26); e uma terceira declarou escolher cores que a "remetem ao céu" (A29), numa associação simbólica entre cor e espiritualidade.

Em conjunto, os discursos revelam que a escolha das cores para frequentar a igreja é motivada, majoritariamente, por critérios estéticos e de identificação pessoal, mais do que por uma imposição religiosa direta. Ainda assim, categorias como discrição, modéstia e praticidade evidenciam que os valores de sobriedade tradicionalmente associados ao vestuário evangélico continuam presentes, mesmo quando articulados às escolhas de cunho mais subjetivo e individual.

4.4.2 Mudança de comportamento

A questão buscou identificar se as participantes percebiam alguma alteração em seu comportamento relacionada ao uso da cor. Entretanto, as respostas apresentaram uma característica importante: a maioria das participantes que desenvolveu uma resposta não descreveu propriamente uma mudança de comportamento, mas relatou sensações, percepções sobre a própria aparência ou significados atribuídos às cores.

Do total de 49 participantes, 46 responderam à questão, enquanto A9, A43 e A46 não apresentaram resposta. Entre as respostas válidas, 20 participantes (40,82% da amostra total) responderam simplesmente que não percebiam diferença, utilizando predominantemente respostas como “Não”. São elas A2, A5, A6, A8, A10, A14, A18, A20, A21, A23, A24, A31, A32, A33, A35, A38, A41, A42, A45 e A47.

As demais 26 participantes (53,06% da amostra total) apresentaram algum tipo de percepção associada ao uso das cores, mas suas respostas foram bastante heterogêneas e, em grande parte, não se referiram diretamente ao comportamento. Entre essas respostas, A4, A7 e A49 responderam apenas “Sim”, sem especificar qual seria a mudança percebida. A11 também fez referência ao comportamento, afirmando que “meu comportamento pode definir a cor”, embora a resposta não indique claramente uma mudança comportamental produzida pelo uso da cor.

Uma parcela das respostas associou as cores principalmente a sensações de bem-estar, conforto e estados emocionais positivos. A12 afirmou “Me sinto bem”; A13, “Me sinto confortável”; A19 mencionou “Paz”; A22 afirmou “Me sinto mais alegre”; A27 e A28 responderam “Me sinto bem”; A29 mencionou “Bem-estar”; A30 afirmou sentir-se confortável; A36 relatou sentir-se “mais contente, alegre”; e A44 também respondeu “Me sinto bem”.

Outras participantes relacionaram as cores à aparência, beleza e autoestima. A3 afirmou sentir-se “mais magra”; A15 declarou “Me acho bonita”; A16 relacionou a cor ao realce do rosto e a uma autoestima mais positiva; A17 afirmou sentir-se elegante ao utilizar marrom e caramelo; e A40 declarou sentir-se bonita.

Também apareceram respostas relacionadas à discrição e à percepção da imagem pessoal. A1 afirmou considerar a cor “menos chamativa”; A25 declarou sentir-se discreta; e A48 afirmou preferir cores claras, utilizando o preto quando deseja uma aparência mais discreta.

Algumas respostas associaram as cores a significados simbólicos ou características pessoais. A26, por exemplo, atribuiu diferentes significados às cores, relacionando o preto à elegância, o rosé à leveza e as estampas florais à primavera e à alegria. A34 afirmou que determinada cor “transmite liderança”, A37 relacionou-a à segurança e A39 afirmou “Tenho minha identidade”.

Dessa forma, embora 26 participantes tenham apresentado alguma percepção associada ao uso das cores, não seria metodologicamente adequado afirmar que essas respostas demonstram mudanças de comportamento. O que os dados permitem identificar com maior segurança são percepções subjetivas relacionadas ao uso das cores, especialmente sensações de bem-estar, conforto, alegria, elegância, beleza, discrição, segurança e identidade.

Assim, a questão apresentou um resultado distinto daquele inicialmente pretendido. Enquanto 20 participantes afirmaram não perceber qualquer diferença, as demais respostas revelaram principalmente efeitos percebidos sobre sentimentos, autoimagem e significados atribuídos às cores, com poucas respostas fazendo referência direta ao comportamento. Os três casos sem resposta foram mantidos fora da análise das respostas válidas.

4.4.3 Vestimenta em eventos de contexto religioso

A questão 4 buscou identificar quais escolhas de vestuário e de cores são realizadas pelas participantes em situações e/ou eventos considerados importantes no contexto da igreja. As respostas foram obtidas de 49 participantes (A1 a A49), das quais 47 apresentaram respostas e duas não responderam (A29 e A42). A análise pelo método do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) permitiu identificar recorrências relacionadas às cores utilizadas, às características das peças escolhidas e à influência do próprio evento sobre a decisão de vestuário.

Inicialmente, foram identificadas as Expressões-Chave (ECH) presentes nas respostas e, a partir delas, as respectivas Ideias Centrais (IC). A Tabela 17 apresenta exemplos representativos dessas expressões, sem reproduzir a totalidade das respostas individuais.

Tabela 17

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Preferência por cores neutras, escuras e discretas	“Cores neutras ou fechadas” (A2); “Cores mais escuras” (A9); “Cores discretas” (A25); “Mais escuras” (A47)
Uso de roupas mais elegantes, formais e discretas	“Roupas discretas e mais elegantes” (A19); “Roupas elegantes, blusa social, saia longa” (A30); “Social. Preto.” (A45)
Escolha condicionada ao evento e à organização coletiva	“Em congressos são camisetas e uniformes em tons iguais para todas do grupo” (A1); “Se for decidido cores específicas” (A28); “Obedeço as cores do evento” (A41)
Ausência de preferência ou escolha livre/pessoal	“Todas que me sinto bem” (A3); “Não tenho preferência por cores” (A23); “As que eu desejar e escolher” (A38)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Os exemplos apresentados evidenciam quatro núcleos de sentido recorrentes nas respostas. O primeiro reúne manifestações de preferência por cores neutras, escuras ou discretas; o segundo concentra respostas que associam eventos importantes a roupas mais elegantes, formais ou discretas. O terceiro contempla situações em que a escolha é determinada ou influenciada pelas características do evento, por combinações coletivas ou pelas cores previamente estabelecidas para determinada ocasião. Por fim, o quarto reúne participantes que indicaram liberdade de escolha ou ausência de preferência específica.

A partir da aproximação semântica entre as Expressões-Chave, foram organizadas as Ideias Centrais em quatro categorias temáticas. A Tabela 18 apresenta as categorias, as respectivas Ideias Centrais, os participantes cujas respostas foram relacionadas a cada categoria, o número de ocorrências e sua proporção na amostra.

Tabela 18

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Preferência por cores neutras, escuras e discretas	Preferência por tonalidades neutras, escuras ou de baixa evidência visual	A1, A2, A4, A6, A7, A9, A10, A12, A13, A14, A17, A20, A24, A25, A26, A27, A30, A31, A33, A34, A35, A36, A45, A46, A47, A48, A49	27	55,10%
Uso de roupas mais elegantes, formais e discretas	Busca por peças consideradas elegantes, sociais ou adequadas à formalidade da ocasião	A1, A8, A10, A16, A18, A19, A22, A30, A31, A32, A33, A37, A40, A45, A49	15	30,61%
Escolha condicionada ao evento e à organização coletiva	Adaptação da escolha às características, às cores previamente definidas ou à organização coletiva do evento	A1, A5, A11, A16, A28, A41, A43, A44	8	16,33%
Ausência de preferência ou escolha livre/pessoal	Escolha orientada pelo conforto, gosto pessoal ou ausência de uma preferência cromática definida	A3, A21, A23, A38, A39	5	10,20%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A categoria mais recorrente foi “Preferência por cores neutras, escuras e discretas”, identificada em 27 respostas, correspondendo a 55,1% das participantes. Em seguida, “Uso de roupas mais elegantes, formais e discretas” esteve presente em 15 respostas (30,6%). A categoria “Escolha condicionada ao evento e à organização coletiva” reuniu oito respostas (16,3%), enquanto “Ausência de preferência ou escolha livre/pessoal” foi identificada em cinco respostas (10,2%). Como algumas respostas apresentam simultaneamente mais de um desses sentidos, uma mesma participante pode aparecer em mais de uma categoria.

Com base nessas Ideias Centrais, foram elaborados os seguintes Discursos do Sujeito Coletivo, redigidos em primeira pessoa do singular e construídos a partir da reunião das Expressões-Chave semanticamente convergentes.

a) DSC 1: “Em situações e eventos importantes na igreja, costumo escolher cores neutras, discretas e mais escuras. Gosto de usar preto, marrom, bege, branco, nude e outras cores mais fechadas ou discretas. Para essas ocasiões, prefiro cores que não chamem muito a atenção.”
b) DSC 2: “Para situações e eventos importantes na igreja, procuro usar roupas mais elegantes, sociais e discretas. Posso escolher vestidos, saias longas, blusas sociais, blazer ou outras peças mais adequadas à ocasião. Dependendo do evento, também posso usar uma composição mais casual, mas procuro manter uma aparência apropriada para o momento.”
c) DSC 3: “Minha escolha depende do evento. Em algumas ocasiões, especialmente em congressos, pode haver uma organização coletiva, com todas usando a mesma cor, uniformes ou camisetas em tons iguais. Também posso seguir as cores definidas para determinado evento ou pelo coral. Quando não há uma cor ou orientação específica, faço minha escolha de acordo com a ocasião.”
d) DSC 4: “Não tenho uma preferência específica para essas ocasiões. Escolho as roupas e as cores com as quais me sinto bem ou simplesmente de acordo com o que desejo usar naquele momento. Minha escolha pode depender da situação, da estação ou do que estiver disponível, sem necessariamente seguir uma cor específica.”

Os resultados da questão 4 indicam que as escolhas de vestuário para situações e eventos importantes na igreja são marcadas principalmente pela preferência por cores neutras, escuras e discretas, identificada em 55,1% das respostas. Também se observou a recorrência de escolhas associadas a roupas mais elegantes, formais e discretas, presente em 30,6% da amostra. Em menor proporção, algumas participantes relataram que suas escolhas são influenciadas pelas características e pela organização do evento, incluindo situações de uso coletivo de determinadas cores ou uniformes (16,3%). Por outro lado, 10,2% das respostas indicaram maior liberdade de escolha ou ausência de preferência específica por cores.

De modo geral, as respostas mostram que, para parte das participantes, eventos importantes da igreja envolvem escolhas de vestuário orientadas simultaneamente pela ocasião, pela discrição e pela preferência pessoal, havendo também situações em que a organização coletiva do evento interfere na definição das roupas ou das cores utilizadas.

4.4.4 Simbologia das cores

A Pergunta 5 do segundo questionário teve como objetivo verificar se as participantes possuíam conhecimento prévio sobre o valor simbólico atribuído às cores no vestuário, questão que se relaciona diretamente com a discussão teórica sobre simbologia das cores apresentada no capítulo 2 desta dissertação. Diferentemente das perguntas anteriores, essa questão apresentou respostas predominantemente curtas e de baixa elaboração discursiva, o que levou à opção por uma análise descritiva simples, sem a construção de categorias temáticas aprofundadas ou de Discursos do Sujeito Coletivo. Os percentuais a seguir foram calculados com base no total da amostra (n = 49).

A maior parte das participantes declarou não possuir conhecimento sobre o valor simbólico das cores, representando 53,06% da amostra (26 participantes), que responderam de forma direta com "não" ou "não conheço", sem qualquer elaboração adicional. Esse resultado indica que, apesar de a escolha cromática das participantes ser, na prática, coerente com significados simbólicos amplamente discutidos na literatura de moda (como observado nas respostas às perguntas anteriores), tal escolha não decorre de um conhecimento teórico consciente sobre o tema, mas sim de uma internalização mais intuitiva desses significados.

Uma parcela de 14,29% da amostra (7 participantes) não respondeu à pergunta ou declarou explicitamente não possuir resposta. Já 20,41% das participantes (10 participantes) afirmaram conhecer o valor simbólico das cores e apresentaram algum exemplo, ainda que de forma breve. Entre essas respostas, destacam-se associações como preto representando elegância e sofisticação, branco associado à paz, vermelho relacionado à paixão e verde à esperança, além de menções ao azul-marinho como transmissor de confiabilidade. Uma dessas participantes (A35) respondeu afirmativamente, mas não apresentou nenhum exemplo em sua justificativa.

Por fim, 12,24% da amostra (6 participantes) apresentaram respostas parciais ou ambíguas, como "algumas", "mais ou menos", "não muito" ou "não lembro no momento", que não permitem afirmar com segurança se a participante possui ou não conhecimento sobre o tema, tampouco fornecem exemplos concretos que possibilitem sua inclusão no grupo de respostas afirmativas.

De modo geral, os resultados indicam que o conhecimento explícito sobre a simbologia das cores é pouco disseminado entre as participantes, ainda que suas escolhas práticas de vestuário, relatadas nas questões anteriores, sigam em grande medida os padrões simbólicos descritos na literatura da área.

4.4.5 Introversão *vs* extroversão

A Pergunta 6 do segundo questionário teve como objetivo traçar um perfil de personalidade das participantes, questionando se elas se consideram extrovertidas ou introvertidas. O propósito dessa questão foi permitir, posteriormente, um cruzamento entre o perfil de personalidade relatado e as escolhas de vestuário e de cor já analisadas nas questões anteriores, uma vez que a literatura discutida no capítulo 2 associa determinadas cores e estilos a diferentes traços de personalidade. Por se tratar de uma pergunta objetiva e de resposta curta, optou-se por uma análise descritiva simples, sem a construção de categorias temáticas aprofundadas. Os percentuais a seguir foram calculados com base no total da amostra (n=49).

A maioria das participantes se declarou extrovertida, representando 59,18% da amostra (29 participantes), que responderam de forma direta e sem ressalvas. A introversão foi relatada por 24,49% das participantes (12 participantes), também de forma direta. Já 16,33% da amostra (8 participantes) apresentaram respostas intermediárias ou condicionais, como "depende da ocasião", "depende do dia", "meio termo", "mais ou menos" ou "os dois", indicando a percepção de um perfil situacional, que varia conforme o contexto, e não uma identificação fixa com um dos dois polos. Nesse grupo intermediário, destaca-se ainda a resposta de uma participante que se declarou "extrovertida para os mais próximos" (A5), sugerindo que sua extroversão está condicionada ao grau de familiaridade com as pessoas ao seu redor.

De modo geral, os resultados indicam que a maior parte das participantes se percebe como extrovertida, ainda que uma parcela relevante da amostra reconheça variações situacionais em seu comportamento social.

Segue o texto de discussão, com um cruzamento que considero especialmente relevante entre esse resultado e a simbologia do preto discutida no capítulo 2.

4.4.6 Inovação *vs* conservadorismo

A Pergunta 7 do segundo questionário buscou identificar como as participantes se autoavaliam em relação a um espectro de comportamento e valores, classificando-se como mais conservadoras ou mais revolucionárias. O objetivo dessa questão foi complementar o perfil de personalidade já traçado na pergunta anterior, permitindo relacionar essa autopercepção ao comportamento de vestuário relatado ao longo da pesquisa. Por se tratar de uma pergunta objetiva e de resposta curta, optou-se novamente por uma análise descritiva simples. Os percentuais a seguir foram calculados com base no total da amostra (N = 49).

A grande maioria das participantes se declarou conservadora, representando 71,43% da amostra (35 participantes), resultado que se destaca de forma expressiva em relação às demais respostas. Apenas 6,12% da amostra (3 participantes) se declararam revolucionárias, de forma direta e sem ressalvas. Um grupo intermediário, correspondente a 18,37% das participantes (9 participantes), apresentou respostas que reconhecem características de ambos os perfis, com expressões como "um pouco de cada", "os dois", "depende" ou "nem um nem outro", sugerindo que essas participantes não se identificam integralmente com nenhum dos dois extremos propostos. Por fim, 4,08% da amostra (2 participantes) apresentaram respostas que não permitiram uma classificação direta: uma participante não respondeu à pergunta, e outra associou sua resposta aos valores de "decência e beleza", sem posicionar-se explicitamente entre os dois polos apresentados.

De modo geral, os resultados evidenciam uma autopercepção majoritariamente conservadora entre as participantes, o que se mostra coerente com os valores de tradição e modéstia amplamente relatados ao longo das demais questões da pesquisa.

4.4.7 Percepção sobre as cores mais utilizadas na igreja

A Pergunta 8 do segundo questionário buscou investigar a percepção das participantes acerca das cores predominantemente utilizadas no vestuário das mulheres em sua igreja, deslocando o foco da escolha individual, já explorada nas Perguntas 1 e 2, para uma leitura mais ampla do comportamento cromático observado no contexto coletivo da comunidade religiosa. Essa questão permite verificar se a percepção das entrevistadas sobre o padrão de cores da igreja como um todo coincide com o comportamento relatado individualmente por elas nas questões anteriores.

A leitura das respostas permitiu identificar cinco categorias temáticas, construídas a partir das Expressões-Chave e das Ideias Centrais presentes nos discursos das entrevistadas. A Tabela 19 apresenta as categorias e exemplos representativos das Expressões-Chave que fundamentaram sua construção, com indicação da amostra de origem entre parênteses.

Tabela 19

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Predominância de cores neutras e discretas	"preto, marrom, nude, bege, branco" (A1); "cores neutras, poucas estampas" (A7); "básicas: azul, preto, marrom" (A19); "preto e branco" (A34)
Percepção de ampla variedade de cores, sem padrão fixo	"variadas" (A6); "todo tipo de cor" (A9); "não tem um padrão" (A11); "cores vivas, rosa, preto" (A32); "todas as cores" (A38)
Incerteza ou desconhecimento sobre o padrão de cores	"não sei" (A33); "nunca reparei, sou nova aqui" (A39); "depende da situação" (A40)

Respostas fora do escopo temático	"saia" (A4); "vestidos, saias" (A5)
Sem resposta	-

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A Tabela 20, evidencia que as respostas das participantes se organizaram, majoritariamente, em torno de duas percepções opostas sobre o padrão cromático da igreja: de um lado, a constatação de uma paleta neutra e discreta, e de outro, a percepção de ampla diversidade cromática. Observa-se ainda um pequeno grupo de participantes que não soube precisar o padrão de cores observado, além de duas respostas que fugiram ao escopo da pergunta, mencionando tipos de peça em vez de cores, o que foi mantido como categoria à parte por não representar, de fato, uma resposta sobre o atributo cromático investigado.

A partir das Expressões-Chave apresentadas, foi possível construir as Ideias Centrais de cada categoria e quantificar sua incidência no conjunto da amostra, conforme apresentado na Tabela 20, que traz também o número de amostras vinculadas a cada categoria, a frequência absoluta (n) e o percentual correspondente ao total de participantes (n=49).

Tabela 20

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Predominância de cores neutras e discretas	Preto, branco, azul, marrom, bege/nude/creme como cores predominantes; percepção de sobriedade cromática no vestuário da igreja	A1, A2, A3, A7, A8, A10, A12, A14, A15, A18, A19, A20, A22, A23, A26, A27, A29, A30, A31, A34, A35, A36, A41, A48	24	48,98%
Percepção de ampla variedade de cores, sem padrão fixo	Ausência de padrão cromático definido; uso de cores diversas, incluindo tons vivos, no vestuário da igreja	A6, A9, A11, A13, A16, A21, A25, A28, A32, A37, A38, A44, A45, A46, A47, A49	16	32,65%
Incerteza ou desconhecimento sobre o padrão de cores	Dificuldade em identificar um padrão cromático; falta de observação ou tempo de frequência na igreja	A33, A39, A40, A42	4	8,16%
Respostas fora do escopo temático	Menção a tipos de peça de vestuário em vez de cores	A4, A5	2	4,08%
Sem resposta	Ausência de resposta.	A17, A24, A43	3	6,12%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Os percentuais apresentados na Tabela 20 foram calculados com base no total da amostra (N = 49). Diferentemente da Pergunta 1, em que a maioria das participantes citou múltiplas cores em uma mesma resposta, aqui cada participante foi classificada em apenas uma categoria, uma vez que

as respostas expressaram, de forma predominante, uma única percepção geral sobre o padrão cromático da igreja — seja ele definido como neutro, como diverso, ou como indefinido —, o que faz com que a soma dos percentuais totalize aproximadamente 100%.

Verifica-se que quase metade da amostra (48,98%) percebe a predominância de cores neutras e discretas no vestuário das mulheres de sua igreja, resultado que se alinha diretamente ao comportamento relatado individualmente na Pergunta 1, na qual o preto também se destacou como cor predominante. Por outro lado, uma parcela expressiva das participantes (32,65%) percebe maior diversidade cromática no contexto coletivo da igreja, sugerindo que a percepção sobre o padrão de cores não é unânime entre as entrevistadas, ainda que a maioria tenda à leitura de sobriedade. As demais categorias, somadas, representam 18,36% da amostra e reúnem respostas de menor relevância temática, seja por incerteza, seja por fuga ao escopo da pergunta ou ausência de resposta.

A partir das Ideias Centrais identificadas em cada categoria, foram construídos os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs) correspondentes às três categorias de conteúdo válido para essa finalidade. As categorias "Respostas fora do escopo temático" e "Sem resposta" não foram sintetizadas em DSC, por não apresentarem conteúdo discursivo relacionado ao tema investigado.

a) DSC 1: "Na minha igreja, as cores mais utilizadas no vestuário das mulheres são neutras e discretas. Predominam o preto, o branco, o azul, o marrom e tons de bege e nude, que considero as cores básicas do vestuário evangélico, com poucas estampas."
b) DSC 2: "Não vejo um padrão definido de cores na minha igreja. Percebo uma grande variedade, incluindo tons mais vivos como o rosa, e sinto que todo tipo de cor é utilizado pelas mulheres no vestuário."
c) DSC 3: "Não sei dizer com certeza quais cores predominam no vestuário da minha igreja, seja porque nunca reparei nisso, seja porque sou nova na congregação, ou porque isso depende muito da situação."

Em síntese, os resultados da Pergunta 8 indicam que, embora a percepção de sobriedade cromática seja predominante entre as participantes, coerente com o comportamento individual relatado ao longo da pesquisa, uma parcela relevante da amostra reconhece maior diversidade de cores nzo contexto coletivo da igreja, evidenciando que o padrão cromático evangélico, embora majoritariamente discreto, não é percebido como uniforme por todas as entrevistadas.

4.4.8 Proibição de cores

A Pergunta 9 do segundo questionário buscou verificar se existe, na percepção das participantes, alguma restrição formal em relação ao uso de determinadas cores no vestuário de sua igreja, complementando a investigação sobre o padrão cromático coletivo já iniciada na Pergunta 8.

Por se tratar de uma pergunta objetiva, do tipo sim/não, optou-se por uma análise descritiva simples. Os percentuais a seguir foram calculados com base no total da amostra (n=49).

A grande maioria das participantes respondeu não haver nenhuma cor proibida em sua igreja, representando 87,76% da amostra (43 participantes), que responderam de forma direta e categórica. Um pequeno grupo de participantes, correspondente a 6,12% da amostra (3 participantes), respondeu de forma menos categórica, mas ainda assim inclinada à negativa, com expressões como "creio que não" e "creio e espero que não", sugerindo alguma incerteza quanto à existência de uma regra formal a esse respeito. Uma participante (2,04%) declarou não saber responder, e outra (2,04%) não respondeu à pergunta.

Por fim, uma única participante (2,04%) apresentou uma resposta condicional, afirmando que a restrição depende do tipo de cor, mencionando especificamente "coloridos extravagantes" como exceção à liberdade cromática relatada pelas demais entrevistadas.

De modo geral, os resultados indicam que a proibição formal de cores específicas não é uma prática reconhecida pela grande maioria das participantes, sugerindo que eventuais restrições ao vestuário evangélico relacionadas à cor, quando existem, operam mais no campo do costume e da percepção subjetiva de adequação do que como uma regra explícita e amplamente compartilhada pela comunidade.

4.4.9 Julgamentos sobre a cor em terceiros

A Pergunta 10 do segundo questionário buscou investigar qual impressão as participantes formam sobre as demais pessoas e sobre a igreja como um todo a partir da cor utilizada no vestuário, aprofundando a discussão sobre o valor simbólico das cores no contexto religioso, já iniciada nas questões anteriores. Diferentemente da Pergunta 9, que tratava de uma eventual restrição formal, esta pergunta investiga o julgamento subjetivo e a percepção pessoal de cada participante diante da cor utilizada por terceiros.

A leitura das respostas permitiu identificar quatro categorias temáticas de conteúdo válido, além de uma resposta que fugiu ao escopo da pergunta e de um grupo de participantes que não respondeu. A Tabela 21 apresenta as categorias e exemplos representativos das Expressões-Chave que fundamentaram sua construção, com indicação da amostra de origem entre parênteses.

Tabela 21

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Indiferença e rejeição da cor como critério de julgamento	"isso não define" (A3); "cada um é livre" (A11); "não presto atenção, pois a cor não diz quem a pessoa é" (A33); "nada" (A34)

Impressão estética positiva (elegância, bom gosto, beleza)	"uma boa impressão" (A10); "ficam bonitas nas diversas cores que escolhem" (A14); "bem arrumadas" (A32); "mais elegante" (A36)
Associação da cor a valores religiosos (modéstia, discrição, pureza)	"modéstia" (A18); "pessoas discretas" (A19); "branco - pureza de Deus" (A40)
Crítica à obrigatoriedade ou ao pré-julgamento pela cor	"acho estranho ter uma cor específica, ou uma obrigatoriedade" (A5); "vou para adorar a Deus e não analisar a vestimenta do meu próximo" (A8)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A Tabela 22 evidencia que as impressões das participantes se distribuem entre uma postura predominantemente neutra em relação à cor como critério de avaliação e uma leitura mais estética e positiva sobre as escolhas cromáticas observadas na igreja. Observa-se ainda um grupo menor de participantes que associa diretamente a cor a valores religiosos, como a modéstia e a pureza, além de um grupo que adota uma postura crítica diante da possibilidade de julgamento ou obrigatoriedade relacionada à cor, reforçando um discurso de liberdade individual no vestir.

A partir das Expressões-Chave apresentadas, foi possível construir as Ideias Centrais de cada categoria e quantificar sua incidência no conjunto da amostra, conforme apresentado na Tabela 22, que traz também o número de amostras vinculadas a cada categoria, a frequência absoluta (n) e o percentual correspondente ao total de participantes (n=49).

Tabela 22

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Indiferença e rejeição da cor como critério de julgamento	A cor não define a pessoa; liberdade individual na escolha; ausência de impressão formada	A1, A2, A3, A4, A6, A11, A20, A22, A24, A29, A30, A33, A34, A37, A39, A41, A45, A49	18	36,73%
Impressão estética positiva (elegância, bom gosto, beleza)	Percepção de elegância, bom gosto e autenticidade nas pessoas a partir das cores utilizadas	A10, A12, A13, A14, A15, A16, A23, A26, A28, A32, A35, A36, A38, A46, A48	15	30,61%
Associação da cor a valores religiosos (modéstia, discrição, pureza)	A cor como expressão de modéstia, discrição e pureza espiritual	A18, A19, A40	3	6,12%
Crítica à obrigatoriedade ou ao pré-julgamento pela cor	Rejeição da imposição de uma cor específica; crítica ao julgamento de caráter a partir da cor usada	A5, A8, A17, A31	4	8,16%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Os percentuais apresentados na Tabela 22 foram calculados com base no total da amostra (N = 49), sendo cada participante classificada em apenas uma categoria. Uma resposta (A7) foi desconsiderada da contagem por fugir ao escopo da pergunta, ao descrever as cores utilizadas na igreja em vez de expressar uma impressão pessoal, e oito participantes (16,33%) não responderam à questão.

Verifica-se que a maior parte das participantes (36,73%) adota uma postura de indiferença em relação à cor como critério de julgamento sobre as pessoas ou sobre a igreja, reforçando um discurso de individualidade e liberdade já observado em questões anteriores. Em seguida, destaca-se a categoria de impressão estética positiva (30,61%), que reúne participantes que associam a cor utilizada a atributos como elegância, bom gosto e autenticidade, sem relacioná-la diretamente a valores religiosos. As categorias de menor expressão numérica, relacionadas à associação religiosa da cor (6,12%) e à crítica ao pré-julgamento ou à obrigatoriedade (8,16%), embora minoritárias, trazem conteúdo relevante para a compreensão de como a cor é vivenciada de forma mais consciente por algumas participantes, seja como símbolo espiritual, seja como possível fonte de julgamento indesejado dentro da comunidade religiosa.

A partir das Ideias Centrais identificadas em cada categoria, foram construídos os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs) correspondentes às quatro categorias de conteúdo válido.

a) DSC 1: "Não tenho nenhuma impressão formada a partir da cor que as pessoas usam. Acho que isso não define quem a pessoa é, e cada uma é livre para escolher a cor que quiser. Não presto atenção nisso, porque a cor não diz quem a pessoa é."
b) DSC 2: "Tenho uma boa impressão das pessoas a partir das cores que usam. Acho que elas ficam bonitas nas cores que escolhem, sabem se arrumar bem e combinar as cores para um bom look, o que passa uma impressão de elegância e bom gosto."
c) DSC 3: "Vejo certas cores como expressão de modéstia e discrição. O branco, por exemplo, remete à pureza de Deus."
d) DSC 4: "Acho estranho ter uma cor específica ou uma obrigatoriedade de vestimenta. Vou à igreja para adorar a Deus, e não para analisar a vestimenta do meu próximo, por isso não faço pré-julgamentos."

Em síntese, os resultados da Pergunta 10 evidenciam que a maioria das participantes não associa a cor do vestuário a um julgamento sobre o caráter ou a espiritualidade das pessoas, prevalecendo um discurso de liberdade individual e, em menor grau, de valorização estética. Ainda assim, uma parcela da amostra reconhece na cor uma dimensão simbólica ligada à modéstia e à religiosidade, enquanto outra se posiciona criticamente diante da possibilidade de julgamento a partir da aparência, reforçando a diversidade de olhares presentes dentro da mesma comunidade evangélica.

4.4.10 Escolha de tecidos e materiais para cultos

A Pergunta 11 do segundo questionário buscou identificar quais tipos de tecido as participantes costumam utilizar em seu vestuário ao frequentar a igreja, complementando a investigação sobre cor já realizada nas questões anteriores com um novo atributo do vestuário, discutido teoricamente no capítulo 2 desta dissertação. Por se tratar de uma questão com respostas predominantemente curtas e pouco elaboradas, optou-se por uma análise descritiva simples. Os percentuais a seguir foram calculados com base no total da amostra (n=49).

Quase metade das participantes (48,98%, 24 participantes) respondeu citando diretamente tipos específicos de tecido, com destaque para o algodão e o linho, mencionados de forma recorrente, seguidos por malha, seda, viscose, poliéster, elastano, jeans, lã, couro e tule, entre outros. Esse resultado indica um conhecimento razoável, por parte de boa parte da amostra, sobre a composição têxtil das próprias vestimentas.

Uma parcela de 18,37% da amostra (9 participantes) não mencionou tecidos específicos, mas respondeu com base em critérios funcionais desejados na peça, como tecidos "que não marcam o corpo", "que não amassam", "não transparentes", "confortáveis" ou "leves e sociais", evidenciando que, para essas participantes, a escolha do tecido está mais associada à função e ao caimento da peça do que à sua composição têxtil propriamente dita.

Outras 10,20% das participantes (5 participantes) deram respostas genéricas, como "todos", "vários" ou "não tenho preferência", sem especificar tipo ou critério. Já 4,08% da amostra (2 participantes) condicionaram sua resposta à estação do ano ou à temperatura, e outras 4,08% (2 participantes) declararam não ter conhecimento suficiente sobre tecidos para responder à pergunta. Uma participante (2,04%) fugiu ao escopo da questão, mencionando o tipo de peça em vez do tecido. Por fim, 12,24% da amostra (6 participantes) não respondeu à pergunta.

De modo geral, os resultados indicam que, embora parte relevante das participantes tenha conhecimento sobre os tecidos que utiliza, uma parcela significativa da amostra prioriza critérios funcionais e de conforto na escolha do vestuário para a igreja, mais do que a composição têxtil específica das peças.

4.4.11 Tecidos e materiais evitados para contexto religioso

A Pergunta 12 do segundo questionário buscou identificar quais tecidos as participantes jamais utilizariam para frequentar a igreja, bem como as justificativas por trás dessa recusa, invertendo a lógica da questão anterior para investigar, por meio da negação, os limites simbólicos do vestuário evangélico relacionados à composição têxtil. Por se tratar de uma questão com respostas

relativamente diretas, optou-se por uma análise descritiva. Os percentuais a seguir foram calculados com base no total da amostra (n=49); como parte das participantes mencionou mais de um critério de recusa em sua resposta, os percentuais somados ultrapassam 100%.

O critério de recusa mais recorrente foi relacionado a tecidos que marcam ou se ajustam excessivamente ao corpo, como lycra, legging, helanca, malha e poliéster com elastano, mencionado por 30,61% da amostra (15 participantes), geralmente justificado pela associação entre o ajuste excessivo do tecido e a sensualização do corpo, considerada inadequada ao ambiente religioso. Em seguida, destaca-se a rejeição a tecidos transparentes, citada por 26,53% das participantes (13 participantes), com justificativas recorrentes relacionadas à exposição indevida do corpo, à indecência e, em um dos casos, à perda da "espiritualidade" associada à modéstia no vestir.

Tecidos considerados excessivamente chamativos ou vistosos, como paetê, cetim e chita, foram rejeitados por 14,29% da amostra (7 participantes), com justificativas relacionadas ao exagero estético e, em um caso, à associação do tecido a uma suposta "inferioridade" em relação a materiais mais sóbrios. Uma parcela de 10,20% das participantes (5 participantes) apresentou justificativas de caráter mais pessoal, relacionadas a desconforto físico ou preferência individual, sem menção direta a critérios de modéstia, como a rejeição ao couro por desconforto ou a tecidos sintéticos específicos.

As demais respostas se distribuíram entre participantes que declararam não ter restrição alguma quanto ao tecido utilizado (4,08%, 2 participantes), participantes que afirmaram nunca ter refletido sobre o assunto ou não saber responder (6,12%, 3 participantes) e participantes que não responderam à pergunta (8,16%, 4 participantes).

De modo geral, os resultados evidenciam que a rejeição a determinados tecidos está fortemente ancorada em critérios de modéstia relacionados à exposição e à valorização excessiva do corpo, seja pela transparência, seja pelo ajuste justo à silhueta, reforçando um padrão de recusa já observado nas discussões anteriores sobre vestuário evangélico.

4.4.12 Código de vestimenta percebido

As Perguntas 13 e 14 do segundo questionário investigaram, de forma complementar, a existência de um código de vestimenta na igreja das participantes (Pergunta 13) e a natureza desse código, escrito ou implícito (Pergunta 14). Na leitura das respostas, verificou-se que diversas participantes já responderam ao conteúdo da Pergunta 14 dentro da própria resposta à Pergunta 13, antecipando a caracterização do código antes mesmo de a segunda pergunta ser formulada, o que tornou as duas respostas de cada participante interdependentes. Por esse motivo, optou-se por analisar as Perguntas 13 e 14 em conjunto, tratando o par de respostas de cada participante como uma unidade discursiva única sobre o tema do código de vestimenta.

A partir dessa leitura conjunta, foi possível identificar cinco categorias temáticas de conteúdo válido, além de um caso isolado de ausência total de resposta às duas perguntas. A Tabela 23 apresenta as categorias e exemplos representativos das Expressões-Chave que fundamentaram sua construção, extraídas indistintamente das respostas às Perguntas 13 e 14, com indicação da amostra de origem entre parênteses.

Tabela 23

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Negação da existência de qualquer código, escrito ou implícito	"não" (A10); "ter bom senso" (A11); "não tem código, mas seguimos os ensinamentos das mulheres da Bíblia" (A26); "isso é pura ética" (A8)
Reconhecimento de um código implícito baseado em modéstia e decência	"não existe regra rígida de moda, mas estabelece princípios: modéstia, decência e pureza" (A1); "a roupa deve glorificar a Deus, não chamar atenção para o corpo" (A1); "escrito não, usamos a modéstia" (A21); "modéstia no vestir" (A33)
Código associado a peças específicas	"mulheres usam saia e vestido" (A5); "saias e vestidos" (A14); "para a mulher é recomendado que use vestido e saia" (A15)
Confirmação de código explícito, sem detalhamento do conteúdo	"explícito" (A2); "sim" seguido de "explícito" (A20, A22, A31)
Resposta vaga ou incapacidade de especificar o código	-"vestido bem e adequado" (A3); "conforme o pastor" (A44); "não sei" (A47, A48)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A leitura da Tabela 23 evidencia que a maior parte das participantes tende a caracterizar o código de vestimenta de sua igreja como algo não formalizado por escrito, mas ainda assim reconhecido e internalizado por meio dos valores de modéstia e decência amplamente discutidos ao longo desta pesquisa. Observa-se também um pequeno grupo que nega completamente a existência de qualquer código, um grupo que associa o código a peças específicas do vestuário, e um grupo que, embora reconheça a existência de um código, não consegue especificar seu conteúdo de forma clara.

A partir das Expressões-Chave apresentadas, foi possível construir as Ideias Centrais de cada categoria e quantificar sua incidência no conjunto da amostra, conforme apresentado na Tabela 23, que traz também o número de amostras vinculadas a cada categoria, a frequência absoluta (n) e o percentual correspondente ao total de participantes.

Tabela 24

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Reconhecimento de um código implícito baseado em modéstia e decência	Existência de um código não escrito, mas reconhecido pela comunidade; associação do código à modéstia, à decência, ao pudor e à não exposição do corpo	A1, A6, A7, A13, A17, A21, A23, A28, A29, A30, A33, A34, A35, A36, A37, A39, A40, A45, A46	19	38,78%
Negação da existência de qualquer código, escrito ou implícito	Ausência de regras formais ou informais sobre o vestuário; orientação baseada apenas no bom senso individual ou nos ensinamentos bíblicos gerais	A4, A8, A9, A10, A11, A12, A16, A18, A19, A24, A25, A26, A27, A38, A41, A42	16	32,65%
Resposta vaga ou incapacidade de especificar o código	Reconhecimento impreciso da existência de um código, sem conteúdo suficiente para caracterização	A3, A32, A44, A47, A48	5	10,20%
Código associado a peças específicas	Recomendação ou expectativa do uso de saias e vestidos pelas mulheres	A5, A14, A15, A49	4	8,16%
Confirmação de código explícito, sem detalhamento do conteúdo	Reconhecimento da existência de um código formal e claro, sem especificação de seu conteúdo	A2, A20, A22, A31	4	8,16%
Ausência total de resposta	Respondente não forneceu dados.	A43	1	2,04%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Os percentuais apresentados na Tabela 25 foram calculados com base no total da amostra (N = 49), sendo cada participante classificada em uma única categoria a partir da leitura conjunta de suas respostas às duas perguntas. Verifica-se que a categoria de reconhecimento de um código implícito baseado em modéstia e decência foi a mais representativa (38,78%), seguida de perto pela categoria de negação completa da existência de qualquer código (32,65%), o que evidencia uma divisão relevante entre as participantes quanto à percepção da existência de normas de vestuário em sua igreja.

Cabe destacar, ainda, que 21 das 49 participantes (42,86%) responderam de forma não aplicável ("não se aplica") ou deixaram a Pergunta 14 em branco. Esse dado, no entanto, não representa necessariamente uma lacuna na coleta de dados: a maior parte dessas ocorrências partiu de participantes que já haviam respondido "não" à Pergunta 13, tornando a Pergunta 14 logicamente inaplicável ao seu caso, e cujo conteúdo já está integralmente contemplado na categoria de negação da existência de código, na Tabela 24 acima.

A partir das Ideias Centrais identificadas em cada categoria, foram construídos os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs) correspondentes às cinco categorias de conteúdo válido. A categoria de ausência total de resposta não foi sintetizada em DSC, por não apresentar conteúdo discursivo.

a) DSC 1: "Na minha igreja não existe código de vestimenta, nem escrito, nem implícito. Cada uma se veste de acordo com o bom senso, ou seguindo os ensinamentos gerais das mulheres da Bíblia. Não é uma regra da igreja, é simplesmente uma questão de ética pessoal."
b) DSC 2: "Não existe uma regra rígida escrita sobre a forma de se vestir, mas existem princípios bem claros de modéstia, decência e pudor que todas seguimos. A roupa deve glorificar a Deus, não chamar atenção para o corpo, e ser discreta, mesmo sem estar escrito em lugar nenhum."
c) DSC 3: "Na minha igreja, é recomendado que as mulheres usem saia e vestido."

Em síntese, os resultados das Perguntas 13 e 14, analisadas em conjunto, revelam que, embora exista uma divisão relevante entre as participantes quanto ao reconhecimento formal de um código de vestimenta, a maioria das respostas convergem para valores compartilhados de modéstia e decência, seja de forma consciente e nomeada, seja como uma norma implícita internalizada pela comunidade, mesmo entre aquelas que negam a existência de qualquer regra explícita.

4.4.13 Sobre o uso de calças

A Pergunta 15 buscou verificar se o uso da calça jeans é permitido no contexto religioso das participantes e, em caso afirmativo, em quais momentos essa permissão se aplica, aprofundando a discussão sobre o código de vestimenta já investigado nas Perguntas 13 e 14. Diferentemente daquelas questões, mais gerais, esta pergunta trata de uma peça específica historicamente associada à flexibilização do vestuário evangélico, já identificada em discussões anteriores desta pesquisa.

A leitura das respostas permitiu identificar seis categorias temáticas. A Tabela 25 apresenta as categorias e exemplos representativos das Expressões-Chave que fundamentaram sua construção, com indicação da amostra de origem entre parênteses.

Tabela 25

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Permissão restrita a contextos específicos ou por discernimento pessoal	"a mulher cristã sabe onde usa" (A1); "mais aceitável em ensaios e encontros do que cultos" (A5); "no dia-a-dia do trabalho" (A7); "em ocasiões onde saia é imprópria" (A21); "livres, para recém-convertidos ou ensaios" (A37)
Permissão irrestrita, em qualquer momento	"sim, em qualquer momento" (A2); "sim, todos os momentos" (A8); "sim, sempre" (A10); "em todos os momentos, não há restrição" (A26); "cada um é livre para escolher o momento" (A38)

Resposta ambivalente ou condicional	"depende, algumas usam, outras não, deveriam evitar" (A33); "vai de cada uma" (A41); "sim, em alguns momentos" (A44)
Desconhecimento ou não uso por preferência pessoal	"eu não costumo usar calça na igreja" (A16); "não sei se é permitido, eu não uso" (A47)
Uso não permitido	"não" (A49)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A Tabela 25 evidencia que, embora a permissão ao uso da calça jeans seja amplamente reconhecida pelas participantes, ela raramente é percebida como absoluta: a maior parte das respostas condiciona esse uso a determinados momentos, geralmente associados a atividades fora do culto principal, como ensaios, trabalho ou convívio informal, sugerindo a existência de uma hierarquia implícita entre os diferentes contextos da vida religiosa das participantes.

A partir das Expressões-Chave apresentadas, foi possível construir as Ideias Centrais de cada categoria e quantificar sua incidência no conjunto da amostra, conforme apresentado na Tabela 26, que traz também o número de amostras vinculadas a cada categoria, a frequência absoluta (n) e o percentual correspondente ao total de participantes.

Tabela 26

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Permissão restrita a contextos específicos ou por discernimento pessoal	Uso permitido em momentos como ensaios, trabalho, dia a dia da semana ou atividades informais; restrição, explícita ou tácita, ao uso em cultos	A1, A3, A5, A6, A7, A9, A13, A15, A19, A20, A21, A24, A28, A30, A31, A35, A36, A37, A40, A46	20	40,82%
Permissão irrestrita, em qualquer momento	Uso livre da calça jeans em qualquer ocasião, incluindo o culto; ausência de restrição institucional	A2, A4, A8, A10, A11, A12, A17, A18, A22, A23, A26, A27, A32, A38, A45, A48	16	32,65%
Sem resposta	-	A14, A25, A29, A39, A42, A43	6	12,24%
Resposta ambivalente ou condicional	Percepção de que o uso da calça varia conforme a pessoa, sem posicionamento claro sobre uma regra comum	A33, A41, A44	3	6,12%
Desconhecimento ou não uso por preferência pessoal	Ausência de conhecimento sobre a regra ou opção pessoal de não utilizar a peça, independentemente de permissão	A16, A34, A47	3	6,12%
Uso não permitido	Percepção de proibição do uso da calça jeans na igreja	A49	1	2,04%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026)

Os percentuais apresentados na Tabela 26 foram calculados com base no total da amostra (N = 49), sendo cada participante classificada em uma única categoria. Verifica-se que a categoria de permissão restrita a contextos específicos foi a mais representativa (40,82%), superando levemente a categoria de permissão irrestrita (32,65%), o que indica que, embora a calça jeans seja majoritariamente aceita entre as participantes, sua permissão plena durante os cultos ainda não é unânime, havendo uma tendência a reservá-la a momentos de menor formalidade religiosa. As categorias minoritárias, somadas (26,53%), reúnem respostas ambivalentes, a única resposta de proibição explícita, casos de desconhecimento ou não uso por preferência pessoal e ausência de resposta.

A partir das Ideias Centrais identificadas em cada categoria, foram construídos os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs) correspondentes às quatro categorias de conteúdo mais coeso. As categorias "Uso não permitido" e "Sem resposta" não foram sintetizadas em DSC, a primeira por conter apenas uma resposta isolada, e a segunda por não apresentar conteúdo discursivo.

a) DSC 1: "Sim, a calça jeans é permitida na minha igreja, em qualquer momento, inclusive nos cultos. Não existe restrição institucional quanto a isso, e cada uma é livre para escolher quando usar."
b) DSC 2: "Sim, a calça jeans é permitida, mas geralmente a uso em momentos mais informais, como ensaios, no trabalho ou no dia a dia da semana, evitando usá-la nos cultos. Não existe uma regra escrita sobre isso, mas a mulher cristã sabe, pelo bom senso, em quais ocasiões é mais apropriado usar cada peça."
c) DSC 3: "Acho que depende, algumas usam a calça jeans, outras não, e acredito que deveria ser evitada. Isso varia muito de pessoa para pessoa."

Em síntese, os resultados da Pergunta 15 revelam que, embora a calça jeans já esteja amplamente incorporada ao guarda-roupa evangélico contemporâneo, sua aceitação permanece condicionada, para grande parte das participantes, ao contexto em que é utilizada, reforçando a existência de uma hierarquia informal entre os momentos de maior e menor formalidade religiosa dentro da vivência evangélica.

4.4.14 Escolha do vestuário

A Pergunta 16 buscou identificar quais critérios orientam a escolha do vestuário das participantes no cotidiano, fora do contexto específico do culto, permitindo comparar os valores mobilizados na rotina diária com aqueles já identificados ao longo desta pesquisa para o vestuário utilizado especificamente na igreja.

A leitura das respostas permitiu identificar seis categorias temáticas de conteúdo válido, além de um grupo de respostas fora do escopo da pergunta e de um grupo sem resposta. A Tabela 27 apresenta as categorias e exemplos representativos das Expressões-Chave que fundamentaram sua construção, com indicação da amostra de origem entre parênteses.

Tabela 27

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Conforto, praticidade e adaptação ao clima	"confortável para o dia a dia" (A5); "conforto para o trabalho" (A7); "temperatura" (A3); "se estiver quente… se estiver frio…" (A8); "prático e confortável" (A4); "pela praticidade" (A10)
Ausência de critério definido	"aleatório" (A21); "o que vejo na frente" (A22); "o que tiver para vestir" (A41)
Modéstia e decência	"básicas, confortáveis, decentes" (A1); "conforto e modéstia" (A19); "discreta" (A46); "decência" (A49)
Estilo pessoal, gosto e composição	"procuro combinar as cores" (A6); "de acordo com o meu perfil" (A26); "eu crio, vejo a composição" (A35)
Ocasião, ambiente ou humor	"depende de como está meu humor" (A2); "conforme o ambiente" (A11); "conforme ocasião, clima e humor" (A28)
Fora do escopo temático	"saia e blusa" (A12); "calças, saias, blusas e manga grande" (A14); "calça" (A15)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A Tabela 27 evidencia que, no cotidiano, critérios de ordem prática — conforto, praticidade e adaptação às condições climáticas — se destacam amplamente como o principal norteador da escolha de vestuário das participantes, agrupados em uma única categoria por representarem, em conjunto, uma mesma lógica de funcionalidade no dia a dia. Observa-se, ainda, que a modéstia, embora presente, aparece com menor frequência nas respostas sobre o vestuário cotidiano do que nas respostas relacionadas ao vestuário utilizado especificamente na igreja, discutidas em questões anteriores desta pesquisa.

A partir das Expressões-Chave apresentadas, foi possível construir as Ideias Centrais de cada categoria e quantificar sua incidência no conjunto da amostra, conforme apresentado na Tabela 28, que traz também o número de amostras vinculadas a cada categoria, a frequência absoluta (n) e o percentual correspondente ao total de participantes.

Tabela 28

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Conforto, praticidade e adaptação ao clima	Priorização do bem-estar físico, da comodidade, da agilidade e da adequação da roupa às condições climáticas do dia	A1, A3, A4, A5, A7, A8, A10, A17, A18, A19, A20, A23, A27, A28, A29, A30, A31, A33, A34, A36, A47, A48	22	44,90%
Sem resposta	-	A9, A16, A25, A39, A42, A43, A44, A45	8	16,33%
Ausência de critério definido	Escolha aleatória, sem reflexão prévia ou critério consciente	A13, A21, A22, A32, A37, A40, A41	7	14,29%
Modéstia e decência	Preocupação com a discrição e o recato também na rotina diária, fora do contexto do culto	A1, A18, A19, A24, A46, A49	6	12,24%
Estilo pessoal, gosto e composição	Escolha baseada em preferência estética, combinação de cores e criação de looks	A6, A20, A26, A35, A38, A40	6	12,24%
Ocasião, ambiente ou humor	Adaptação da roupa ao contexto do dia, ao ambiente frequentado ou ao estado emocional	A2, A7, A11, A28, A36	5	10,20%
Fora do escopo temático	Menção a peças específicas em vez de um critério de escolha	A12, A14, A15	3	6,12%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Os percentuais apresentados na Tabela 28 foram calculados com base no total da amostra (N = 49). Como diversas participantes mencionaram mais de um critério em uma mesma resposta — como conforto associado à modéstia, ou ocasião associada ao clima —, a soma dos percentuais ultrapassa 100%, havendo participantes classificadas em mais de uma categoria simultaneamente, a exemplo de A1, A7, A18, A19, A20, A28, A36 e A40.

Verifica-se que a categoria de conforto, praticidade e adaptação ao clima concentra quase metade das respostas (44,90%), confirmando-se, com folga, como o principal critério de escolha do vestuário cotidiano entre as participantes, o que já era esperado para um contexto menos sujeito às exigências formais do ambiente religioso. A ausência de um critério consciente de escolha aparece em seguida (14,29%), sugerindo que, no dia a dia, parte relevante das participantes toma decisões de vestuário mais automáticas ou circunstanciais, ao contrário do que se observou nas respostas relacionadas ao vestuário específico para a igreja. A modéstia e a decência, embora presentes (12,24%), ocupam posição relativamente secundária nesse contexto, no mesmo patamar do estilo

pessoal e da composição estética (também 12,24%), reforçando a hipótese de que os valores de recato discutidos ao longo desta pesquisa se intensificam especificamente no momento de se vestir para o culto, e não necessariamente permeiam de forma constante a rotina diária das participantes.

A partir das Ideias Centrais identificadas em cada categoria, foram construídos os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs) correspondentes às cinco categorias de conteúdo válido para essa finalidade. As categorias "Sem resposta" e "Fora do escopo temático" não foram sintetizadas em DSC, por não apresentarem conteúdo discursivo relacionado ao critério de escolha investigado.

a) DSC 1: "No dia a dia, escolho minha roupa priorizando o conforto e a praticidade. Se estiver frio, uso peças mais pesadas; se estiver calor, prefiro roupas mais leves. No fim das contas, é uma escolha prática, pensada para o trabalho e para as demais atividades do dia a dia."
b) DSC 2: "Não tenho um critério fixo para escolher minha roupa no dia a dia. É meio aleatório, escolho o que vejo na frente ou o que tenho disponível no momento."
c) DSC 3: "Escolho minhas roupas também pensando na modéstia e na decência, buscando um estilo sem escândalo do corpo, mesmo fora do ambiente da igreja."
d) DSC 4: "Gosto de criar minhas composições, combinando cores e montando looks de acordo com o meu perfil e o meu gosto pessoal."
e) DSC 5: "Escolho minha roupa conforme o ambiente que vou frequentar, a ocasião do dia e, muitas vezes, de acordo com o meu humor no momento."

Em síntese, os resultados da Pergunta 16 revelam que, no cotidiano, a escolha do vestuário das participantes é orientada predominantemente por critérios práticos, como conforto e adaptação ao clima, contrastando com a centralidade da modéstia observada nas respostas relacionadas especificamente ao vestuário utilizado para frequentar a igreja. Isso sugere que os valores de recato e discrição evangélicos, embora presentes na rotina diária de parte das participantes, se intensificam de forma perceptível no momento de se vestir para o contexto religioso.

4.4.15 Uso de saias e vestidos

A questão 17 buscou identificar se as participantes utilizam saias e vestidos e, em caso afirmativo, quais comprimentos e tipos de modelagem são mais utilizados. Diferentemente de questões anteriores, as respostas apresentadas são, em sua maioria, curtas, objetivas e diretamente relacionadas às características das peças, limitando-se a indicar o uso, o comprimento ou a modelagem. Não foram observadas, de modo geral, justificativas, percepções ou relatos suficientemente desenvolvidos que possibilitassem a identificação de diferentes sentidos compartilhados e a posterior construção de Discursos do Sujeito Coletivo.

Por essa razão, optou-se, nesta questão, por uma análise descritiva, considerada mais adequada à natureza dos dados. A análise concentra-se na identificação das características mais recorrentes nas respostas, especialmente quanto ao comprimento das saias e vestidos e às preferências de modelagem. Das 49 participantes, 44 responderam à questão, enquanto cinco não apresentaram resposta (A18, A25, A35, A42 e A43).

Entre as 44 respostas válidas, todas indicaram o uso de saias e/ou vestidos. Algumas participantes responderam de maneira mais abrangente, sem especificar uma preferência determinada, como A5, que afirmou utilizar "de todos os tipos", e A11, que declarou "eu escolho o que quero". Ainda assim, essas respostas confirmam o uso das peças, embora não permitam identificar uma preferência específica quanto ao comprimento ou à modelagem.

Quanto ao comprimento, observa-se uma concentração das respostas na altura do joelho ou abaixo dele. A altura do joelho foi mencionada explicitamente por diversas participantes, como A1, A2, A4, A7, A9, A10, A13, A24, A30, A34, A37, A40 e A47. Em outras respostas, foram indicados comprimentos abaixo do joelho, incluindo referências a peças midi, longuetes e longas. Essa preferência aparece, por exemplo, em A3 ("abaixo do joelho"), A12 ("abaixo do joelho"), A17 ("abaixo do joelho"), A21 ("midi ou longa"), A23 ("midi"), A27 ("longuetes"), A29 ("abaixo do joelho"), A31 ("longas"), A33 ("abaixo do joelho, midi"), A38 ("midi"), A41 ("abaixo do joelho") e A44 ("abaixo do joelho").

Algumas participantes mencionaram mais de uma possibilidade de comprimento. A26, por exemplo, relatou utilizar peças "na altura do joelho e longos", enquanto A34 afirmou utilizar peças "um pouco acima dos joelhos" e também "mais longas". A40 mencionou peças "até o joelho ou mais longa". Assim, embora exista alguma variação, os dados mostram uma concentração clara das escolhas entre a altura do joelho e comprimentos superiores a ela, especialmente midi e longos.

A única menção explícita a um comprimento acima do joelho aparece em A34, que relatou utilizar peças "um pouco acima dos joelhos", embora também utilize comprimentos mais longos. Portanto, esse comprimento aparece de forma pontual no conjunto de respostas.

Em relação à modelagem, as participantes mencionaram tanto peças justas quanto rodadas ou mais soltas, demonstrando maior diversidade nesse aspecto. A modelagem rodada foi mencionada de forma recorrente, aparecendo nas respostas de A2, A3, A6, A7, A8, A9, A10, A14, A20, A22, A24, A31, A32, A34, A36, A37, A39, A40, A46, A47, A48 e A49.

As peças justas também aparecem em diversas respostas. A4, por exemplo, mencionou peças "justas"; A16 especificou "justa sem ser apertada"; A28 afirmou gostar de "saias e vestidos justos"; e A33 indicou preferência por peça "justa, porém confortável". Também foram mencionadas simultaneamente as duas possibilidades, como em A1, A6, A8, A20, A22, A24, A32 e A34.

Além dos termos “justa” e “rodada”, algumas participantes utilizaram expressões que indicam preferência por peças menos ajustadas, como “soltas/larguinhas” (A19), “larga, mais rodada” (A36), “mais soltinhas ou rodadas” (A47) e “corte mais reto” (A48). Esses relatos reforçam que a modelagem não se restringe à oposição entre justa e rodada, havendo também preferência por peças mais soltas ou retas.

A análise descritiva da questão 17 indica que o uso de saias e vestidos é recorrente entre as participantes que responderam à pergunta. Quanto ao comprimento, observa-se predominância de peças na altura do joelho, abaixo do joelho, midi ou longas, enquanto a utilização de peças acima do joelho aparece apenas pontualmente. Quanto à modelagem, há maior diversidade: tanto peças justas quanto rodadas são utilizadas, com presença adicional de modelos descritos como soltos, larguinhos ou retos.

Dessa forma, os dados desta questão permitem identificar principalmente características objetivas do vestuário utilizado, mas não apresentam conteúdo discursivo suficientemente elaborado para justificar a construção de categorias de sentido e Discursos do Sujeito Coletivo. A análise descritiva, portanto, permite apresentar adequadamente as características predominantes das peças sem atribuir às respostas significados que não foram explicitamente expressos pelas participantes.

4.4.16 Decotes e saias curtas

A questão 18 buscou identificar a percepção das participantes acerca da aceitação de decotes e saias curtas no ambiente da igreja, bem como verificar se estampas são utilizadas. Assim como na questão anterior, as respostas são predominantemente curtas e objetivas, apresentando principalmente uma posição direta sobre a adequação ou não dessas peças e sobre a utilização de estampas. Dessa forma, optou-se novamente por uma análise descritiva, uma vez que a simplicidade das respostas e a forte convergência entre elas não oferecem material discursivo suficientemente diversificado para justificar a construção de Ideias Centrais e Discursos do Sujeito Coletivo.

Das 49 participantes, 40 responderam à questão, enquanto nove não apresentaram resposta (A6, A16, A18, A25, A33, A39, A42, A48 e A49). Entre as respostas válidas, observa-se uma predominância bastante acentuada da compreensão de que decotes e saias curtas não são apropriados ou recomendados para o contexto da igreja. Essa posição aparece de maneira direta em respostas como “Não são” (A7), “Não” (A9), “Não é recomendado para a igreja” (A12), “Não convém” (A14 e A15), “Decotes e saias curtas não” (A20, A21 e A22) e “Não, estampas sim” (A23, A27, A29, A31, A32, A35, A36, A44, A46 e A47).

Essa percepção também aparece em respostas que não utilizam simplesmente a palavra “não”, mas associam essas peças à inadequação ao espaço religioso. A28 afirma que elas “não são roupas

adequadas conforme a palavra de Deus" e que deve ser respeitado o fato de estar em uma igreja. De forma semelhante, A40 afirma que não são "o tipo de roupa que se deve usar em um lugar santo". A38, por sua vez, sintetiza sua posição pela afirmação de que "sensualidade não cabe a nós". Esses relatos reforçam que a questão não é apresentada apenas como uma preferência estética individual, mas também como uma questão de adequação ao contexto religioso.

Apesar dessa predominância, algumas respostas introduzem relativizações. A1 afirma que "nada é proibido, tudo é usado com bom senso", enquanto A11 considera que cada pessoa deve usar aquilo com que se sente bem. A14 e A15 afirmam que decotes e saias curtas "não convêm", mas acrescentam que a decisão depende de cada pessoa. A26 também menciona que os decotes podem ser utilizados "com sabedoria". Além disso, A8 declara não utilizar essas peças, mas reconhece que outras pessoas utilizam, e A10 e A17 fazem uma distinção entre participantes da igreja e visitantes, indicando que essas roupas podem aparecer entre visitantes.

Há ainda duas respostas que apresentam uma formulação mais ambígua. A3 responde "Sim, mas não acho certo", demonstrando uma possível distinção entre o fato de serem utilizadas e a avaliação de sua adequação. A4 responde simplesmente "Sim e sim", indicando aceitação tanto de decotes e saias curtas quanto de estampas. Já A34 afirma não saber dizer. Essas respostas demonstram que, embora a tendência geral seja bastante clara, a percepção sobre aceitação não é absolutamente uniforme.

Em relação às estampas, observa-se uma situação bastante diferente. Entre as participantes que abordaram especificamente esse aspecto, predomina a indicação de que estampas são utilizadas e não constituem um problema para o vestuário na igreja. Isso aparece de forma direta em respostas como "Estampas são usadas" (A2), "Estampas, sim" (A7), "Estampas sim!" (A5), "estampas está liberado" (A17) e "estampas sim" (A20, A21, A22, A23, A24, A27, A29, A31, A32, A35, A36, A40, A44, A46 e A47).

Algumas participantes utilizam formulações que indicam uma aceitação ainda mais ampla. A26 afirma que "estampas são usadas livremente", enquanto A36 declara que "as estampas não têm problema". Em contraste, A19 apresenta uma posição mais relativa ao afirmar que, quanto às estampas, "depende". A8 também diferencia sua preferência pessoal da prática de outras pessoas, afirmando que não utiliza determinadas peças, mas reconhecendo que outras participantes utilizam.

Assim, diferentemente do que ocorre com decotes e saias curtas, as estampas aparecem como um elemento amplamente incorporado ao vestuário das participantes, sem serem associadas, na maioria das respostas, à inadequação para o espaço religioso.

Os resultados da questão 18 revelam uma forte predominância da compreensão de que decotes e saias curtas não são apropriados ou recomendados para o uso na igreja. Embora algumas participantes relativizem essa posição, associando a escolha ao bom senso, à decisão individual ou à

condição de visitante, a maior parte das respostas apresenta uma orientação desfavorável ao uso dessas peças nesse contexto.

Em relação às estampas, observa-se uma tendência praticamente oposta: elas são amplamente mencionadas como permitidas, utilizadas ou consideradas adequadas ao ambiente da igreja. Portanto, os resultados distinguem claramente elementos relacionados à exposição corporal, como decotes e comprimentos curtos, de elementos puramente visuais, como as estampas.

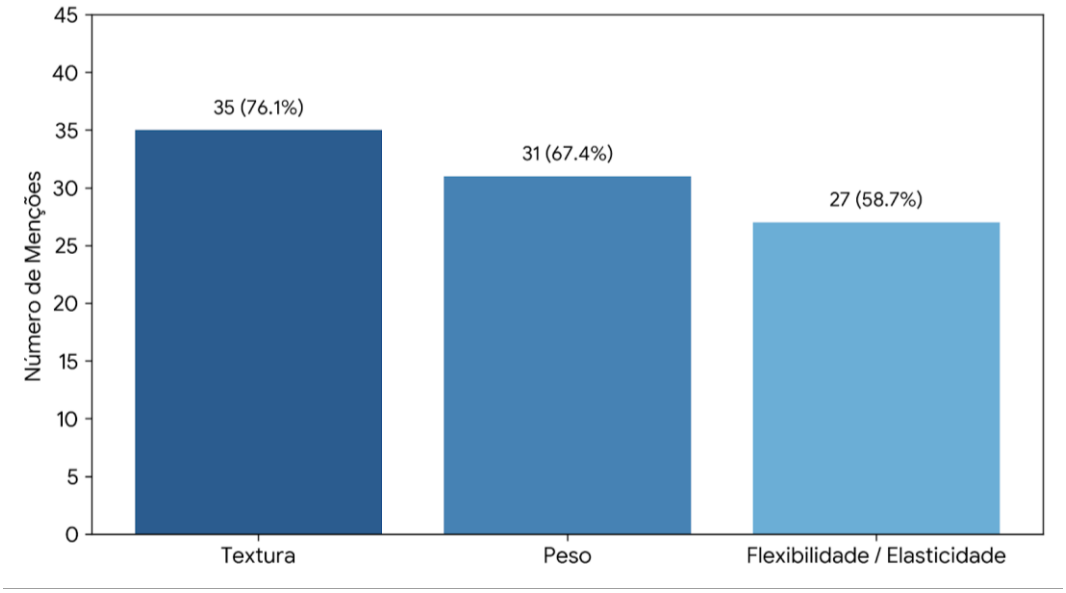
Dessa forma, a questão evidencia que, para a maioria das participantes, a adequação do vestuário religioso não implica necessariamente ausência de elementos de variedade estética. As estampas são aceitas, enquanto decotes e saias curtas são predominantemente compreendidos como inadequados ou pouco recomendáveis para o contexto da igreja.

4.4.17 Atributos físicos e táteis

A Pergunta 19 do segundo questionário, de múltipla escolha, buscou identificar quais atributos físicos e táteis dos tecidos são considerados mais relevantes pelas participantes na escolha do vestuário, entre as opções textura, peso e flexibilidade/elasticidade. A Figura X apresenta graficamente a distribuição das respostas. Por permitir múltiplas seleções, os percentuais a seguir, calculados com base no total da amostra (N = 49), somam mais de 100%.

A textura foi o atributo mais mencionado, citada por 71,43% das participantes (35 participantes), confirmando a centralidade do aspecto sensorial do tecido relacionado ao toque e à qualidade percebida da superfície. O peso foi citado por 63,27% da amostra (31 participantes), revelando preocupação com a estrutura e o caimento da peça, enquanto a flexibilidade/elasticidade apareceu em 55,10% das respostas (27 participantes), evidenciando a importância também do conforto e da liberdade de movimento proporcionados pelo tecido, conforme demonstrado no Gráfico 9. Três participantes (6,12%) não responderam à questão.

Gráfico 9



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A textura foi o atributo mais mencionado, citada por 71,43% das participantes (35 participantes), confirmando a centralidade do aspecto sensorial do tecido relacionado ao toque e à qualidade percebida da superfície. O peso foi citado por 63,27% da amostra (31 participantes), revelando preocupação com a estrutura e o caimento da peça, enquanto a flexibilidade/elasticidade apareceu em 55,10% das respostas (27 participantes), evidenciando a importância também do conforto e da liberdade de movimento proporcionados pelo tecido. Três participantes (6,12%) não responderam à questão.

A análise das combinações de respostas revela um padrão relevante: 26,53% da amostra (13 participantes) assinalou os três atributos simultaneamente, demonstrando uma percepção mais abrangente e criteriosa sobre os elementos considerados essenciais no tecido. Entre as combinações parciais, a associação entre textura e peso foi a mais recorrente, presente em 22,45% das respostas (11 participantes), seguida pela combinação entre textura e flexibilidade/elasticidade, indicada por 14,29% da amostra (7 participantes). Já a combinação entre peso e flexibilidade/elasticidade, sem a textura, foi a menos frequente entre as duplas (6,12%, 3 participantes). Quanto às escolhas isoladas, 8,16% das participantes assinalaram exclusivamente a textura, o mesmo percentual sendo observado tanto para o peso isolado quanto para a flexibilidade/elasticidade isolada (4 participantes cada).

Esses resultados sugerem que, embora haja consenso sobre a importância da textura como primeiro critério de contato com o tecido, existem diferentes formas de hierarquizar os demais atributos conforme a experiência e a expectativa de uso de cada participante. A predominância da combinação entre textura e peso, mais do que entre textura e flexibilidade, indica que a percepção tátil imediata (toque e estrutura) tende a preceder a preocupação com a mobilidade proporcionada pela peça. O grupo que assinalou todas as opções evidencia uma percepção mais sofisticada, que considera o tecido em sua totalidade, tanto na dimensão sensorial quanto na funcional.

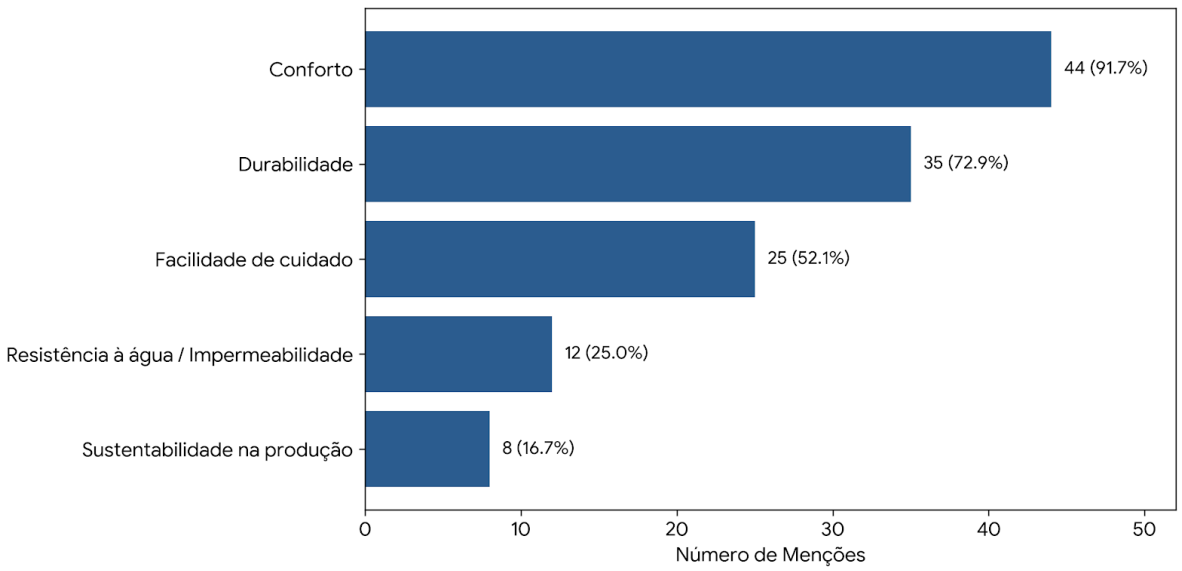
Em síntese, a análise da Pergunta 19 mostra que a escolha dos tecidos pelas mulheres evangélicas entrevistadas não se limita a um único atributo, mas envolve uma combinação de fatores sensoriais e funcionais, com centralidade clara da textura e complementaridade do peso e da flexibilidade/elasticidade. Essa diversidade de critérios reforça que o vestuário evangélico é avaliado não apenas pela aparência, mas também pela qualidade tátil e pelo conforto, revelando uma preocupação das participantes com a experiência completa de uso da peça.

4.4.18 Critérios gerais na escolha do vestuário

A Pergunta 20 investigou quais critérios as participantes consideram importantes ao escolher uma peça de vestuário, entre as opções conforto, durabilidade, resistência à água e impermeabilidade, facilidade de cuidado e preocupação com a sustentabilidade na produção. A Figura X ilustra a distribuição dessas respostas. Os percentuais a seguir também foram calculados com base no total da amostra (n=49) e somam mais de 100%, devido à possibilidade de múltiplas escolhas.

O conforto foi, disparadamente, o critério mais valorizado, mencionado por 89,80% das participantes (44 participantes). A durabilidade apareceu em segundo lugar, citada por 71,43% da amostra (35 participantes), seguida pela facilidade de cuidado, indicada por 51,02% das participantes (25 participantes). A resistência à água e impermeabilidade foi mencionada por 24,49% da amostra (12 participantes), e a preocupação com a sustentabilidade na produção do vestuário, o critério menos citado, apareceu em 16,33% das respostas (8 participantes). Uma participante (2,04%) não respondeu à questão.

Gráfico 10



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A combinação mais recorrente entre as participantes foi conforto associado à durabilidade e à facilidade de cuidado, presente em 24,49% da amostra (12 participantes), seguida pela combinação

exclusiva entre conforto e durabilidade, sem menção aos demais critérios, indicada por 20,41% das participantes (10 participantes). Um grupo menor (12,24%, 6 participantes) mencionou apenas o conforto, isoladamente, entre todas as opções disponíveis. Chama atenção que apenas duas participantes (4,08%) assinalaram simultaneamente todos os cinco critérios, o que indica que, embora o conforto e a durabilidade sejam praticamente unânimes, os demais atributos, sobretudo a sustentabilidade, tendem a ser considerados por grupos mais específicos e minoritários da amostra, e não de forma cumulativa com os critérios mais básicos.

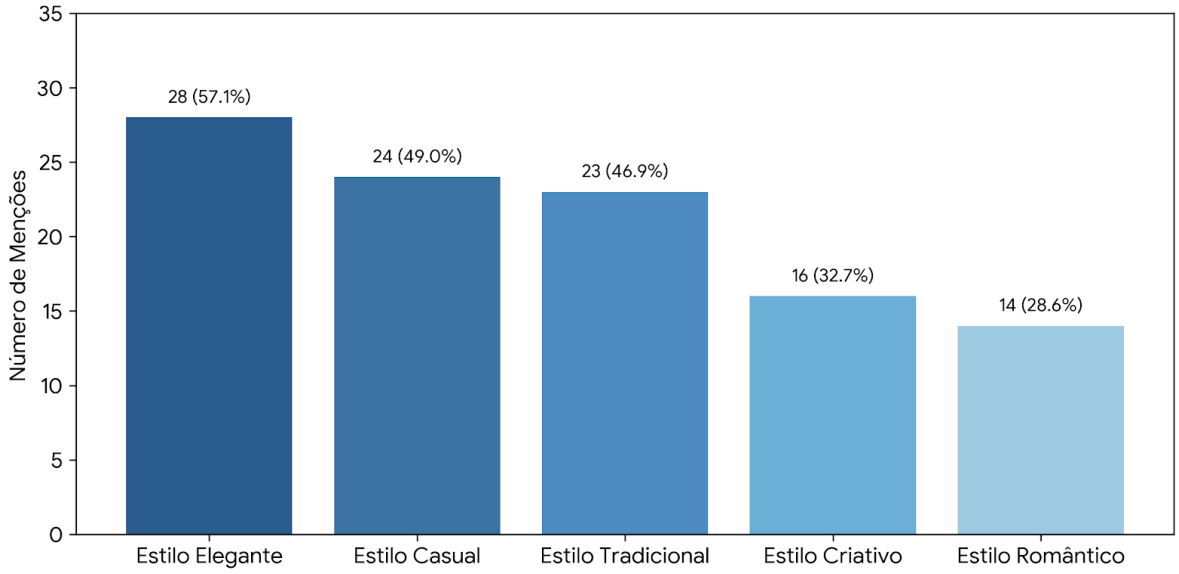
Esses resultados sugerem que a escolha do vestuário pelas participantes é guiada principalmente por critérios ligados ao uso cotidiano, conforto e durabilidade, mas que há também espaço para preocupações mais práticas, como a facilidade de cuidado, técnicas, como a impermeabilidade, e éticas, como a sustentabilidade, ainda que essas últimas ocupem posição claramente secundária na hierarquia de prioridades das entrevistadas.

Em síntese, a análise da Pergunta 20 mostra que o vestuário evangélico é avaliado pelas participantes não apenas pela estética, mas por um conjunto de atributos que refletem tanto necessidades funcionais quanto, em menor grau, valores culturais e ambientais, compondo uma lógica de consumo multifacetada, na qual a praticidade do dia a dia claramente antecede as considerações de ordem ética ou ambiental.

4.4.19 Estilo pessoal

A Pergunta 21 buscou identificar com quais dos cinco estilos universais de moda feminina, apresentados no capítulo 2 desta dissertação, as participantes mais se identificam: elegante, tradicional, casual, criativo e romântico. O gráfico 11 apresenta a distribuição gráfica dessas respostas. Também permitindo múltiplas respostas, os percentuais somam mais de 100% da amostra (n=49).

Gráfico 11



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

O estilo elegante foi o mais indicado, presente em 57,14% das respostas (28 participantes), seguido pelo estilo casual (48,98%, 24 participantes) e pelo estilo tradicional (46,94%, 23 participantes), com incidência bastante próxima entre os dois últimos. O estilo criativo foi mencionado por 32,65% da amostra (16 participantes), e o estilo romântico, o menos citado, apareceu em 28,57% das respostas (14 participantes).

Entre as escolhas exclusivas, o estilo casual foi o mais frequentemente indicado de forma isolada, sem combinação com outros estilos, presente em 14,29% da amostra (7 participantes), seguido pelo estilo tradicional isolado (8,16%, 4 participantes) e pelo estilo elegante isolado (6,12%, 3 participantes). Entre as combinações de dois estilos, destacam-se elegante associado a tradicional e elegante associado a criativo, cada um presente em 8,16% da amostra (4 participantes). Já entre as combinações de três estilos, a mais recorrente foi elegante, casual e romântico, indicada por 6,12% das participantes (3 participantes). Um pequeno grupo (4,08%, 2 participantes) assinalou os cinco estilos simultaneamente, demonstrando uma percepção plural e abrangente sobre o próprio modo de vestir.

Esses resultados sugerem que a identidade estética das participantes é marcada por uma forte presença de estilos que equilibram formalidade e tradição, elegante e tradicional, mas também incorporam de forma expressiva elementos de praticidade, o estilo casual, e, em menor medida, de originalidade e delicadeza, os estilos criativo e romântico. A recorrência da combinação entre elegante e criativo sugere ainda que, para uma parcela das participantes, sofisticação e ousadia não são percebidas como características excludentes, mas complementares dentro do próprio repertório estético pessoal.

Em síntese, a análise da Pergunta 21 mostra que o grupo pesquisado se reconhece majoritariamente em estilos elegantes, casuais e tradicionais, mas também valoriza, ainda que em

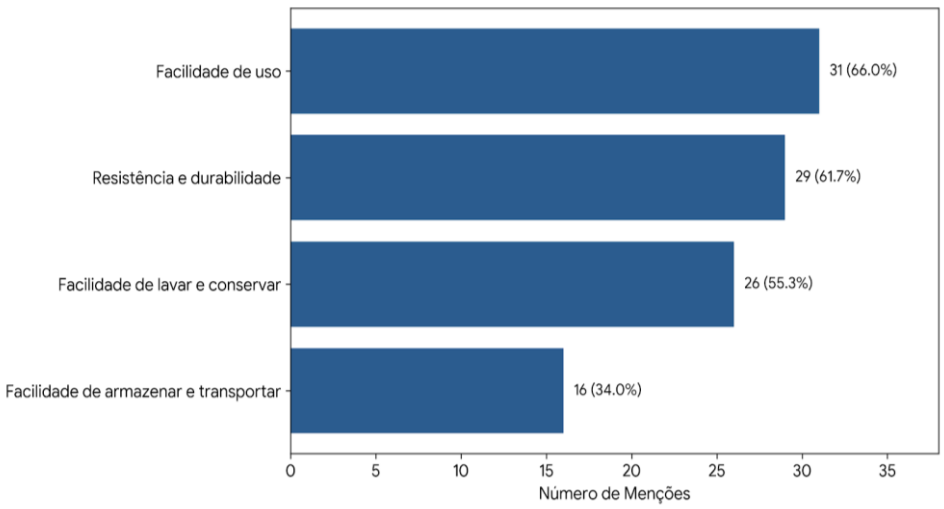
menor escala, a criatividade e o romantismo. A Figura X ilustra essa pluralidade, reforçando que a moda evangélica é vivida de maneira multifacetada, na qual convivem referências clássicas, práticas cotidianas e escolhas mais autorais dentro de uma mesma comunidade religiosa.

4.4.20 Atributos técnicos

A Pergunta 22, em sua primeira parte, investigou quais qualidades técnicas do produto são consideradas desejáveis pelas participantes na aquisição do vestuário, entre as opções facilidade de armazenar e transportar, facilidade de uso, facilidade de lavar e conservar, e resistência e durabilidade. O gráfico 12 apresenta a distribuição dessas respostas. Os percentuais a seguir foram calculados com base no total da amostra (n=49) e somam mais de 100%.

A facilidade de uso foi o critério mais valorizado, mencionada por 63,27% das participantes (31 participantes), seguida pela resistência e durabilidade, indicada por 59,18% da amostra (29 participantes). A facilidade de lavar e conservar foi citada por 53,06% das participantes (26 participantes), enquanto a facilidade de armazenar e transportar, o critério menos mencionado, apareceu em 32,65% das respostas (16 participantes). Duas participantes (4,08%) não responderam à questão.

Gráfico 12



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Um dado relevante é que 18,37% das participantes (9 participantes) assinalaram as quatro qualidades técnicas simultaneamente, demonstrando uma percepção abrangente que considera, ao mesmo tempo, praticidade, durabilidade, conservação e portabilidade como igualmente desejáveis. Esse grupo, embora minoritário, reforça que existe uma parcela relevante da amostra que não hierarquiza os critérios técnicos, mas os enxerga de forma integrada, avaliando a peça em sua funcionalidade global.

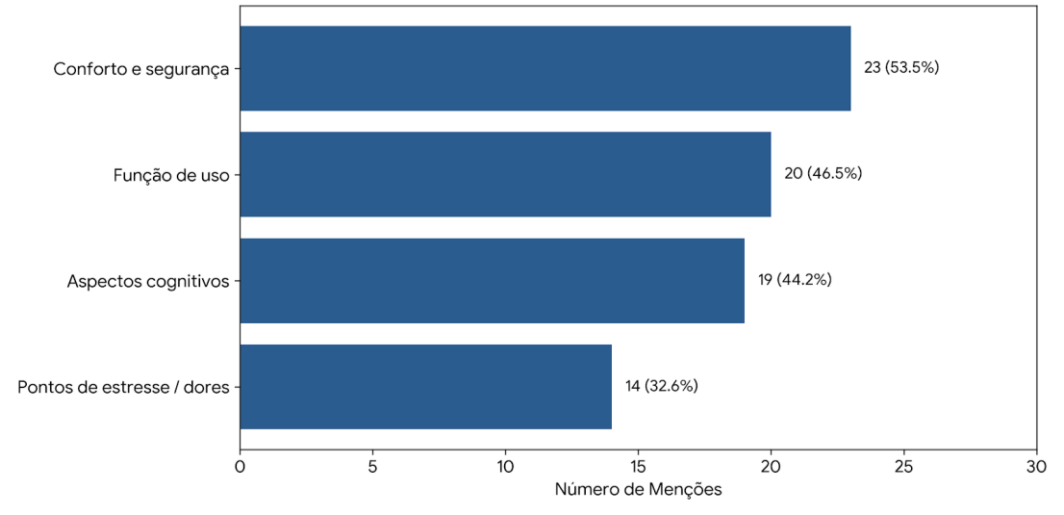
Esses números sugerem que, na prática de compra, as participantes priorizam atributos diretamente ligados ao uso cotidiano, vestir com facilidade, conservar sem esforço e garantir durabilidade, mas também reconhecem a importância de fatores complementares, como a portabilidade e o armazenamento das peças. Em síntese, a decisão de adquirir vestuário é orientada por uma lógica que valoriza sobretudo a praticidade e a durabilidade, mas que também incorpora, em grau variável, preocupações com manutenção e transporte, reforçando o caráter multidimensional já observado nas demais partes da Pergunta 22.

4.4.21 Critérios de usabilidade

A segunda parte da Pergunta 22 buscou identificar quais critérios de usabilidade são considerados desejáveis pelas participantes na aquisição do vestuário, entre as opções aspectos cognitivos, pontos de estresse/dores, conforto e segurança, e função de uso. A Figura X apresenta a distribuição gráfica dessas respostas. Os percentuais a seguir também foram calculados com base no total da amostra (n=49).

O conforto e segurança foi o critério mais mencionado, presente em 46,94% das respostas (23 participantes), seguido pela função de uso (40,82%, 20 participantes) e pelos aspectos cognitivos, relacionados à facilidade de usar e manipular a peça (38,78%, 19 participantes). Os pontos de estresse/dores, relacionados à modelagem, aos recortes e aos fechamentos da peça, foram o critério menos citado (28,57%, 14 participantes). Seis participantes (12,24%) não responderam a essa parte da pergunta, o segundo maior índice de não resposta entre as três partes da Pergunta 22.

Gráfico 13



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Isso sugere que, na prática de compra, as participantes não avaliam apenas a estética ou a durabilidade do vestuário, mas também sua usabilidade cotidiana. O conforto e a segurança aparecem como prioridade central, sendo complementados pela adequação funcional da peça ao propósito de

uso e pela clareza na sua manipulação, o que indica uma preocupação das entrevistadas com a experiência integral de uso, e não apenas com a aparência final da roupa. A posição secundária dos pontos de estresse e dores sugere que, embora relevante, esse critério mais técnico e específico da modelagem tende a ser percebido de forma menos consciente pelas consumidoras do que os demais, mais diretamente ligados à sensação geral de bem-estar.

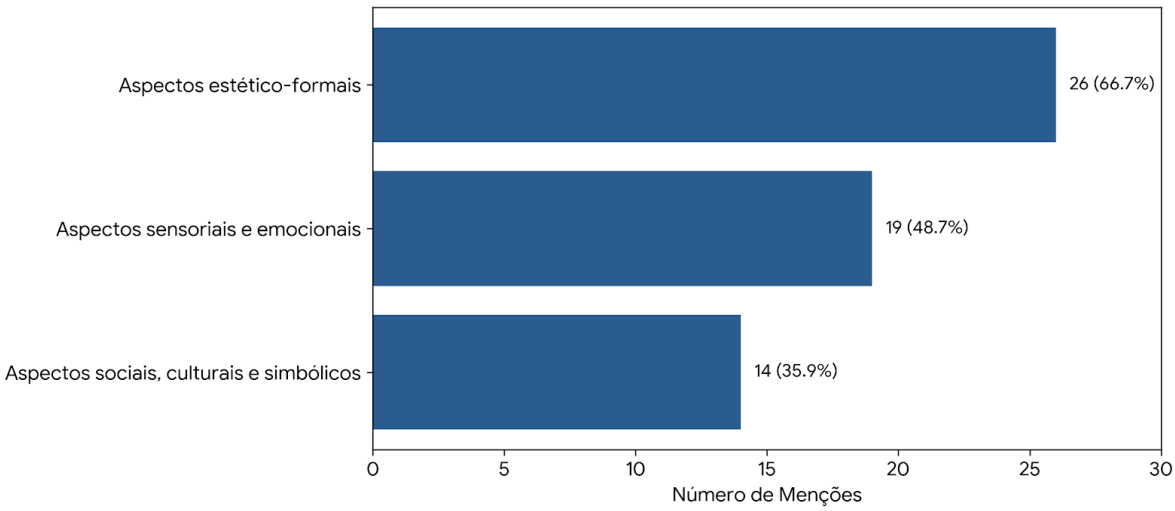
Em síntese, a análise da segunda parte da Pergunta 22 mostra que a decisão de adquirir vestuário envolve uma lógica que valoriza não apenas atributos técnicos, discutidos na seção anterior, mas também critérios de usabilidade que garantem bem-estar, funcionalidade e praticidade, reforçando que o consumo de moda evangélica é marcado por uma busca por equilíbrio entre técnica e experiência de uso.

4.4.22 Aspectos estéticos

A terceira parte da Pergunta 22 investigou quais critérios estéticos são considerados desejáveis pelas participantes ao adquirir vestuário, entre os aspectos estético-formais (forma, cor e composição), os aspectos sensoriais e emocionais (toque, temperatura, sensação ao vestir) e os aspectos sociais, culturais e simbólicos (comunicação de status, pertencimento e identidade). A Figura X apresenta a distribuição dessas respostas. Os percentuais a seguir foram calculados com base no total da amostra (N = 49).

Os aspectos estético-formais foram o critério mais valorizado, mencionados por 53,06% das participantes (26 participantes), seguidos pelos aspectos sensoriais e emocionais (38,78%, 19 participantes) e, por último, pelos aspectos sociais, culturais e simbólicos (28,57%, 14 participantes). Dez participantes (20,41%) não responderam a essa parte da pergunta, o número mais expressivo de não respostas entre as três partes da Pergunta 22, o que pode indicar maior dificuldade das participantes em diferenciar essa dimensão mais abstrata dos critérios estéticos em relação às demais, mais concretas e diretamente perceptíveis no ato de vestir.

Gráfico 14



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A leitura desses resultados permite algumas inferências relevantes sobre o processo de compra: a prevalência dos aspectos estético-formais sugere que, para mais da metade da amostra, elementos como corte, caimento e proporção são critérios centrais na escolha das roupas, indicando que, no contexto do vestuário evangélico, a conformidade formal, isto é, a aparência que comunica recato e sobriedade, continua a orientar fortemente as decisões de consumo. Ao mesmo tempo, a participação relevante dos aspectos sensoriais e emocionais aponta que o apelo tátil e a sensação ao vestir também influenciam a preferência das participantes, para além da mera conformidade visual. Já a presença de significados sociais, culturais e simbólicos em quase 29% das respostas revela que parte das participantes incorpora valores identitários e normativos, como pertencimento religioso e simbolismo de modéstia, ao avaliar o que é esteticamente desejável, ainda que esse critério permaneça secundário frente aos demais.

Em síntese, a análise da terceira parte da Pergunta 22 mostra uma hierarquia de prioridades em que a forma predomina, mas não exclui a experiência sensorial nem o significado social. A Figura X sintetiza essa distribuição, apontando para uma demanda por produtos que articulem, ainda que em proporções distintas, estética, sensação e sentido cultural no processo de escolha do vestuário evangélico.

4.4.23 Sustentabilidade

As Perguntas 23 e 24 do segundo questionário investigaram, de forma complementar, a preocupação das participantes com questões voltadas à sustentabilidade do planeta (Pergunta 23) e as práticas concretas adotadas por elas em relação ao próprio vestuário nesse sentido (Pergunta 24). Como a Pergunta 23 era essencialmente de resposta binária, e diversas participantes já detalharam, na resposta à Pergunta 24, o conteúdo que justificava sua posição na questão anterior, optou-se por

analisar as duas perguntas em conjunto, tratando o par de respostas de cada participante como uma unidade discursiva única sobre sua relação com a sustentabilidade no vestuário.

A leitura conjunta das respostas permitiu identificar seis categorias temáticas de conteúdo válido, além de um grupo de participantes que não respondeu a pelo menos uma das duas perguntas. A Tabela 29 apresenta as categorias e exemplos representativos das Expressões-Chave que fundamentaram sua construção, extraídas indistintamente das respostas às Perguntas 23 e 24, com indicação da amostra de origem entre parênteses.

Tabela 29

Ideias Centrais	Exemplos de Expressão-Chave
Doação de roupas como prática sustentável	"faço doação de roupas" (A7); "sempre procuro doar para outras pessoas" (A27); "doações para pessoas carentes" (A30)
Cuidado e conservação prolongada das peças	"procuro mantê-las bem conservadas por maior tempo possível" (A17); "cuido, lavo direitinho" (A14); "as peças que eu amo, uso até acabar" (A28)
Baixa preocupação, pouca ação concreta ou resposta vaga	"quase nada" (A3); "nada" (A4); "não compro muita roupa sustentável" (A20); "só compro em loja de departamento, não sei se é sustentável" (A22)
Reutilização por meio de brechó	"costumo comprar às vezes no brechó" (A5); "customizar e brechó" (A11); "uso brechó, conserto minhas roupas" (A33)
Consumo consciente e criterioso	"escolho materiais ecológicos" (A2); "compro o necessário" (A1); "tenho consciência ao comprar, prezo pela qualidade" (A48)
Customização e reaproveitamento criativo de peças	"já reaproveitei customizando" (A35); "reformulo, costuro, customizo" (A40); "customizo quase todas" (A39)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A Tabela 29 evidencia que a doação de roupas é, disparadamente, a prática sustentável mais mencionada pelas participantes, seguida pelo cuidado e pela conservação prolongada das peças como forma de evitar o descarte precoce. Observa-se, ainda, um número relevante de participantes que declararam pouca preocupação com o tema ou pouca ação prática a esse respeito, e um número igualmente relevante de participantes que não respondeu a pelo menos uma das duas perguntas, especialmente à Pergunta 24, o que sugere maior dificuldade em traduzir a preocupação declarada na Pergunta 23 em uma prática concreta e específica relacionada ao vestuário.

A partir das Expressões-Chave apresentadas, foi possível construir as Ideias Centrais de cada categoria e quantificar sua incidência no conjunto da amostra, conforme apresentado na Tabela 30, que traz também o número de amostras vinculadas a cada categoria, a frequência absoluta (n) e o percentual correspondente ao total de participantes.

Tabela 30

Categoria Temática	Ideias Centrais Relacionadas	Amostras	n	%
Doação de roupas como prática sustentável	Encaminhamento de peças não utilizadas para doação, campanhas sociais ou pessoas carentes, como forma de evitar o descarte	A1, A5, A6, A7, A8, A9, A18, A27, A28, A30, A31, A38, A40, A46, A48	15	30,61%
Cuidado e conservação prolongada das peças	Uso prolongado das roupas, cuidados na lavagem e na manutenção, para evitar o descarte precoce	A1, A12, A14, A17, A19, A24, A28, A33, A34, A46, A48	11	22,45%
Sem resposta a pelo menos uma das perguntas	-	A13, A16, A21, A23, A25, A37, A42, A43, A44, A47, A49	11	22,45%
Baixa preocupação, pouca ação concreta ou resposta vaga	Reconhecimento de pouca ou nenhuma ação prática voltada à sustentabilidade, mesmo entre participantes que declararam alguma preocupação com o tema	A3, A4, A15, A20, A22, A32, A36, A45	8	16,33%
Reutilização por meio de brechó	Compra e/ou revenda de roupas em brechós como alternativa ao consumo de peças novas	A5, A10, A11, A26, A33, A39, A41	7	14,29%
Consumo consciente e criterioso	Compra apenas do necessário, pesquisa sobre fabricantes e materiais, preferência por marcas com práticas sustentáveis	A1, A2, A24, A26, A29, A34, A48	7	14,29%
Customização e reaproveitamento criativo de peças	Transformação de peças antigas em novas composições, prolongando sua vida útil por meio da criatividade	A11, A31, A35, A39, A40	5	10,20%

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Os percentuais apresentados na Tabela 30 foram calculados com base no total da amostra (N = 49). Como diversas participantes mencionaram mais de uma prática em sua resposta à Pergunta 24 (a exemplo de A1, A5, A11, A24, A28, A34, A39, A40, A46 e A48), a soma dos percentuais ultrapassa 100%, havendo participantes classificadas em mais de uma categoria simultaneamente.

Verifica-se que, embora a maioria das participantes tenha declarado se preocupar com a sustentabilidade do planeta na Pergunta 23, a tradução dessa preocupação em prática concreta relacionada ao vestuário concentra-se, sobretudo, em ações de baixo custo e de fácil execução no cotidiano, como a doação de roupas usadas e o cuidado prolongado com as peças já possuídas, mais do que em decisões de consumo mais elaboradas, como a pesquisa sobre fabricantes ou a escolha de materiais ecológicos, presentes em apenas 14,29% da amostra. Chama atenção, ainda, o fato de a categoria de baixa preocupação ou ação concreta (16,33%) e a de sem resposta a pelo menos uma das

perguntas (22,45%) somarem, juntas, praticamente 40% da amostra, o que indica uma lacuna relevante entre o discurso de preocupação ambiental, frequentemente declarado de forma genérica na Pergunta 23, e sua efetiva conversão em prática consciente relacionada ao consumo de vestuário.

A partir das Ideias Centrais identificadas em cada categoria, foram construídos os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs) correspondentes às cinco categorias de conteúdo discursivo válido. A categoria de sem resposta não foi sintetizada em DSC, por não apresentar conteúdo discursivo.

a) DSC 1: "Em relação à sustentabilidade, o que eu faço é principalmente doar as roupas que não uso mais, seja para pessoas carentes, seja por meio de campanhas sociais como a do agasalho, em vez de simplesmente descartá-las."
b) DSC 2: "Me preocupo em cuidar bem das minhas roupas, lavando corretamente e usando por mais tempo possível, para não precisar descartá-las antes da hora."
c) DSC 3: "Sinceramente, não faço quase nada em relação à sustentabilidade do meu vestuário. Até me preocupo um pouco com o assunto, mas não sei dizer ao certo se compro roupas sustentáveis ou não."
d) DSC 4: "Costumo comprar roupas em brechós, o que já é uma forma de reutilização, e também repasso minhas peças usadas para outros brechós em vez de descartá-las."
e) DSC 5: "Procuro comprar apenas o necessário, escolher materiais ecológicos e dar preferência a marcas e fabricantes que se preocupam com práticas sustentáveis."
f) DSC 6: "Gosto de customizar e reformular minhas roupas antigas, criando novas peças a partir do que já tenho, em vez de comprar algo novo."

Em síntese, os resultados das Perguntas 23 e 24, analisadas em conjunto, revelam que a preocupação com a sustentabilidade é amplamente declarada pelas participantes, mas se manifesta, na prática, sobretudo por meio de ações acessíveis e já consolidadas no cotidiano do vestuário evangélico, como a doação de roupas, historicamente associada a práticas de caridade e solidariedade já presentes na cultura religiosa dessas mulheres. Práticas de consumo mais conscientes e planejadas, como a pesquisa sobre a origem dos produtos ou a escolha deliberada de materiais ecológicos, permanecem minoritárias, sugerindo que a sustentabilidade, embora reconhecida como valor relevante, ainda não ocupa papel central nas decisões de compra de vestuário dessa comunidade.

4.5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta sessão trata dos resultados de forma a discutir os dados de acordo com a fundamentação teórica e seus autores. A ordem adotada é a ordem das perguntas de acordo com os questionários, conforme abordados nos itens anteriores, a começar pela questão número 6 do primeiro questionário.

4.5.1 Percepção em relação ao vestir

Os resultados obtidos na Pergunta 6 evidenciam que o vestir é compreendido pelas participantes a partir de duas dimensões principais: o bem-estar e a satisfação pessoal, relacionados ao conforto, à sensação de estar bem, à elegância e ao autocuidado; e a comunicação e expressão por meio do vestir, associadas à identidade, à personalidade, à imagem e à manifestação de valores cristãos. Essa compreensão converge com a fundamentação teórica apresentada neste estudo, que aborda o vestuário para além de sua função de proteção, considerando também suas dimensões funcionais, estéticas e simbólicas.

A dimensão comunicativa identificada nos discursos encontra correspondência especialmente na concepção de Barnard (2003) apresentada no capítulo 2, segundo a qual a moda e o vestuário participam da produção e comunicação de significados sociais e culturais. Da mesma forma, Dulci (2009) compreende a moda como um fenômeno relacionado à construção e à expressão da identidade, aspecto que aparece de maneira explícita nas respostas das participantes que associam a roupa à comunicação de "quem somos", à personalidade e à imagem transmitida aos demais. Assim, os resultados empíricos reforçam a compreensão do vestuário como uma forma de comunicação social e identitária.

No contexto específico investigado, essa dimensão comunicativa também assume caráter religioso. Parte das participantes relaciona diretamente o vestir à modéstia, à decência e à expressão da fé cristã, incluindo a intenção de comunicar os valores de sua crença por meio das roupas. Esse resultado dialoga com a discussão apresentada no capítulo 2 acerca do vestuário como marcador de identidade e pertencimento religioso. Nesse sentido, as roupas não são percebidas apenas como escolhas individuais, mas também como elementos por meio dos quais as participantes expressam sua inserção em determinado grupo social e religioso, aspecto relacionado à discussão de Rossi (2015) sobre a influência dos grupos sociais, usos e costumes religiosos nas escolhas de vestuário das mulheres evangélicas.

Ao mesmo tempo, a presença expressiva da categoria relacionada ao bem-estar demonstra que a dimensão religiosa não esgota os significados atribuídos ao vestir. O conforto, a satisfação pessoal, o autocuidado, a beleza e a elegância também aparecem nos discursos, indicando que as participantes procuram conciliar os princípios associados à sua crença com necessidades e preferências individuais. Esse resultado pode ser relacionado à discussão teórica sobre conforto, usabilidade e vestibilidade, na medida em que o vestuário é compreendido como produto que deve responder às características e necessidades de quem o utiliza. Dessa forma, os resultados sugerem uma articulação entre as dimensões funcional, estética, individual e simbólica do vestuário.

A coexistência dessas dimensões é particularmente significativa para a compreensão do vestuário evangélico, pois indica que a adequação à crença não necessariamente é percebida pelas participantes como oposta ao conforto, à beleza, à elegância ou à expressão da identidade. Ao contrário, os discursos apontam para a busca de uma combinação entre esses elementos. Os resultados, portanto, reforçam a discussão teórica apresentada no capítulo 2 sobre a necessidade de compreender o vestuário evangélico considerando simultaneamente os aspectos relacionados à identidade religiosa, aos valores culturais, às características do produto e às necessidades individuais das consumidoras.

4.5.2 Perspectivas sobre o vestir na atualidade

As respostas à questão 7 evidenciam percepções distintas sobre o vestir na atualidade, que podem ser organizadas principalmente em três eixos: a percepção de maior diversidade, liberdade e modernização do vestuário; a crítica à vulgarização e ao afastamento de padrões de modéstia e decência; e a compreensão da roupa como forma de expressão, comunicação e construção da identidade. Essa diversidade de percepções encontra correspondência na literatura apresentada no referencial teórico, especialmente nas discussões sobre a relação entre moda e religião.

A coexistência entre a percepção de modernização do vestir e a preocupação com a preservação de valores religiosos pode ser relacionada à discussão apresentada por Cezar (2010), segundo a qual moda e religião são frequentemente compreendidas como campos opostos, uma vez que a primeira estaria associada à mudança, enquanto a segunda tende a ser relacionada à conservação de valores. Entretanto, o próprio referencial destaca que esses campos podem se cruzar. Os resultados desta pesquisa ilustram justamente essa aproximação: parte das participantes reconhece que o vestuário contemporâneo apresenta maior variedade, liberdade e modernidade, enquanto outra parte avalia essas transformações a partir dos critérios de modéstia, decência e adequação aos padrões cristãos.

Essa relação aparece de forma especialmente clara nas respostas que reconhecem simultaneamente mudanças no vestuário e a permanência de critérios religiosos. No referencial, Ortega (2022) caracteriza a moda evangélica como resultado da necessidade de desenvolver roupas destinadas ao público fiel, inicialmente orientadas pelos preceitos bíblicos e pela modéstia. Entretanto, a literatura também mostra que esse segmento passou a incorporar o mercado de moda e, posteriormente, as redes sociais e os meios digitais. Dessa forma, a presença de elementos contemporâneos no vestuário evangélico não representa necessariamente uma ruptura completa com suas referências religiosas, mas pode indicar uma adaptação dessas referências às transformações da moda.

Os resultados também se aproximam da discussão de Lima (2020), apresentada no referencial, sobre a existência de diversidade de estilos dentro da moda cristã. Segundo a autora, essa diversidade ocorre mediante adaptações de elementos como decotes e comprimentos, ao mesmo tempo em que são considerados os usos e costumes denominacionais, a modéstia e a decência. Assim, as respostas das participantes que mencionam maior variedade de estilos, modernização, elegância e liberdade podem ser compreendidas em conjunto com aquelas que demonstram preocupação com a exposição corporal e com o afastamento de padrões anteriormente considerados adequados. A literatura, portanto, oferece suporte à interpretação de que diversidade e observância religiosa não são necessariamente categorias excludentes.

A presença de respostas que classificam o vestir contemporâneo como vulgar ou pouco discreto também encontra respaldo no referencial sobre a tradição do vestuário evangélico. O trabalho apresenta que determinadas denominações mantêm referências mais tradicionalistas e que, historicamente, peças como vestidos e saias, mangas de determinados comprimentos e restrições ao uso de calças fizeram parte das convenções de vestimenta evangélica. Nesse sentido, as participantes que associam as transformações atuais à perda de discrição ou ao afastamento de padrões bíblicos estão avaliando a moda contemporânea a partir de referências de vestimenta construídas no interior do próprio grupo religioso.

Por outro lado, a categoria relacionada à expressão, identidade e comunicação confirma outra dimensão destacada no referencial teórico: o vestuário não possui apenas uma função prática, mas também participa da comunicação social e da construção da identidade. As respostas que definem a roupa como “forma de expressão pessoal”, “forma de se comunicar”, “cartão de visitas” e “forma de identidade” são coerentes com a abordagem apresentada na fundamentação teórica, segundo a qual o vestuário pode transmitir informações sobre o indivíduo e funcionar como elemento de expressão social. Essa dimensão também permite compreender por que as mudanças na moda são percebidas pelas participantes não apenas como alterações estéticas, mas como transformações na maneira como as pessoas se apresentam socialmente.

A literatura sobre estilos apresentada no trabalho reforça essa interpretação. Mesquita (2009) compreende os estilos como elementos que constituem diferentes modos de existência, enquanto o referencial destaca que há uma diversidade de estilos femininos, desde propostas mais clássicas até alternativas. No contexto da moda cristã, Lima (2020) também reconhece essa diversidade, desde que sejam consideradas as especificidades denominacionais e os princípios de modéstia e decência. Dessa maneira, a percepção de que atualmente existem “muitas opções” e maior liberdade para utilizar diferentes estilos pode ser interpretada como expressão da ampliação das possibilidades de construção da aparência, sem que isso elimine a influência dos valores religiosos sobre essas escolhas.

Outro aspecto relevante é a coexistência, nas próprias respostas, de avaliações positivas e negativas acerca das mudanças. Algumas participantes reconhecem que as pessoas estão mais estilosas, que as roupas estão mais modernas ou que há maior diversidade, enquanto outras destacam vulgaridade, exposição corporal ou perda de discrição. Essa coexistência é importante para compreender que as participantes não apresentam uma percepção homogênea sobre a moda contemporânea. Mesmo dentro de um grupo que compartilha uma mesma referência religiosa, existem diferentes formas de interpretar os limites entre modernização, estética, liberdade e adequação religiosa.

Assim, os resultados da questão 7 reforçam a compreensão da moda evangélica como um campo de negociação entre transformação e permanência. De um lado, as participantes reconhecem a ampliação das possibilidades de estilo e a influência da moda contemporânea; de outro, parte delas utiliza a modéstia, a decência e os padrões religiosos como critérios para avaliar essas transformações. Essa dinâmica é compatível com a literatura que apresenta a moda evangélica como um segmento que se desenvolveu justamente a partir da necessidade de conciliar vestuário religioso e tendências contemporâneas.

Desse modo, a questão 7 contribui para evidenciar que, para as participantes, o vestir contemporâneo não é percebido exclusivamente como uma questão de acompanhar ou rejeitar a moda. Ele envolve também identidade, comunicação, pertencimento religioso e interpretação dos valores de modéstia e decência. A diversidade encontrada nas respostas sugere que a relação entre religião e moda é dinâmica, na medida em que as participantes negociam referências religiosas já estabelecidas com as possibilidades oferecidas pelo vestuário contemporâneo.

4.5.3 Percepções sobre mudanças ao longo do tempo

Os resultados da questão 8 evidenciam que, entre as participantes com 40 anos ou mais, a percepção sobre as diferenças entre o vestuário de suas épocas e o vestuário atual está fortemente associada às transformações observadas na exposição corporal, na modéstia, na decência e na elegância. Entre as 20 participantes às quais a questão se aplicava, 12 respostas (60%) foram relacionadas à percepção de maior exposição corporal e redução do recato, da decência e da discrição; quatro (20%) destacaram mudanças e modernização do vestuário; três (15%) não perceberam diferenças significativas; e uma participante (5%) não apresentou resposta. Esses resultados demonstram que a mudança geracional no vestir não é percebida de maneira homogênea, embora predomine entre as participantes mais velhas uma leitura crítica das transformações ocorridas no vestuário.

Essa percepção está diretamente relacionada à discussão apresentada no Capítulo 2 sobre a relação entre moda e religião. Cezar (2010) observa que moda e religião são frequentemente compreendidas como campos opostos, uma vez que a primeira está associada à mudança, enquanto a segunda tende à conservação de valores e costumes. Entretanto, a autora ressalta que esses dois campos podem se cruzar. Os resultados da questão 8 tornam essa relação particularmente evidente, pois as participantes reconhecem que o vestuário se transformou ao longo das gerações, mas avaliam essas transformações a partir de critérios associados aos valores religiosos, especialmente a modéstia e a decência.

As falas que apontam para maior exposição corporal ilustram essa percepção. As participantes mencionam que atualmente as roupas são “mais curtas”, “mostram mais o corpo”, apresentam “menos tecido” e são “mais expostas”, enquanto suas próprias épocas são associadas a roupas mais “comportadas”, “recatadas” e “decentes”. Essa comparação encontra correspondência na fundamentação teórica quando se considera que o vestuário evangélico foi historicamente constituído em torno da necessidade de atender a preceitos religiosos relacionados à modéstia. Ortega (2022) aponta que a moda evangélica surgiu justamente da necessidade de produzir roupas destinadas às fiéis que desejavam conciliar o vestir com os preceitos bíblicos e a modéstia. Dantas (2020), por sua vez, registra que, especialmente durante a década de 1990, havia dificuldade de encontrar roupas adequadas a essas necessidades, enquanto Santos (2018) identifica, nos anos 2000, a consolidação de um mercado específico para esse público.

Dessa maneira, a percepção de que o vestuário atual se tornou mais exposto pode ser compreendida não apenas como uma avaliação estética das participantes, mas também em relação à própria constituição histórica da moda evangélica. Enquanto anteriormente a oferta de roupas compatíveis com os valores religiosos era mais restrita, o desenvolvimento desse segmento permitiu a incorporação de elementos da moda contemporânea ao vestuário evangélico. O próprio Capítulo 2 aponta que a geração atual de mulheres assembleianas passou a ter maior acesso às informações de moda por meio das redes sociais, das influenciadoras cristãs e do comércio digital, produzindo uma relação diferente com o consumo e com as tendências quando comparada às gerações anteriores.

Esse processo ajuda a compreender também as quatro respostas classificadas na categoria de modernização e transformação do vestuário, nas quais aparecem afirmações como “a moda dita regras, inclusive a gospel”, “as roupas mudaram” e “as roupas hoje são modernas”. Uma das participantes ainda identifica mudanças na qualidade dos tecidos. Portanto, nem todas as transformações são necessariamente interpretadas de maneira negativa. Há participantes que simplesmente reconhecem a modernização do vestuário, sem associá-la diretamente à perda da modéstia.

Essa coexistência entre modernização e manutenção de princípios religiosos também é discutida por Lima (2020). Segundo a autora, existe diversidade de estilos na moda cristã, mas essa diversidade envolve uma releitura de elementos como decotes e comprimentos, de modo que diferentes estilos possam ser incorporados desde que sejam respeitados os usos e costumes da denominação, assim como a modéstia e a decência. Assim, os resultados da questão 8 não indicam necessariamente uma substituição completa do vestuário tradicional por um vestuário não religioso, mas evidenciam uma transformação dos limites e das formas pelas quais a moda contemporânea é incorporada ao universo evangélico.

Essa interpretação é reforçada pela discussão apresentada no Capítulo 2 sobre as diferentes gerações de mulheres assembleianas. O trabalho aponta que as gerações mais antigas apresentavam maior severidade em relação ao vestir, enquanto mudanças posteriores ampliaram determinadas possibilidades de apresentação pessoal. Ao mesmo tempo, a geração atual passou a ter acesso muito maior às informações e tendências de moda, especialmente por meio do ambiente digital. Albuquerque *et al.* (2017) são citados no trabalho justamente ao discutir como as mulheres assembleianas passaram a transitar entre o universo religioso e o consumo de moda rápida, buscando equilibrar a modéstia e os usos e costumes da igreja com as transformações da moda.

Nesse sentido, as respostas das participantes mais velhas podem refletir também uma diferença de experiência geracional. As entrevistadas não estão apenas comparando peças de roupas de diferentes períodos, mas relacionando essas mudanças às normas e aos valores que aprenderam em suas próprias trajetórias. Essa dimensão é particularmente perceptível na fala que afirma que, anteriormente, as roupas eram mais recatadas e românticas e que a identidade de uma pessoa era mais claramente percebida pela linguagem de sua roupa. A observação estabelece uma relação direta com Mesquita (2009), para quem os estilos funcionam como elementos que "emolduram modos de existência", permitindo compreender o vestuário não apenas como uma escolha estética, mas como uma forma de expressão social.

Essa dimensão simbólica também está presente na fundamentação de Sant'Anna (2007), que relaciona aparência, imagem, poder e identidade social. A autora compreende a moda como um elemento que articula os sujeitos por meio da aparência e da experiência estética. Assim, quando uma participante afirma que anteriormente era mais clara a identidade de uma pessoa pela linguagem da roupa, sua fala evidencia justamente essa função comunicacional do vestuário. A mudança percebida entre gerações, portanto, não se limita à forma, ao comprimento ou à quantidade de tecido das peças, mas também envolve a transformação dos códigos sociais associados ao vestir.

Por outro lado, a existência de três participantes que afirmaram não perceber diferença entre os períodos demonstra que a transformação do vestuário não é percebida de maneira universal. As respostas "Não", "Não vejo diferença" e "Não" indicam a existência de experiências individuais

distintas dentro do próprio grupo de mulheres com 40 anos ou mais. Esse resultado é relevante porque impede que a mudança geracional seja interpretada como uma experiência homogênea entre todas as participantes.

A relação entre transformação e permanência também pode ser observada à luz de Lipovetsky (1987). No Capítulo 2, o autor é utilizado para discutir a característica efêmera da moda, sua capacidade de produzir diferenciação e sua inserção na sociedade de consumo. A percepção das participantes de que "as roupas mudaram" ou de que atualmente a moda "dita regras" pode ser relacionada a esse caráter dinâmico da moda. Entretanto, no contexto evangélico, essa dinâmica encontra limites estabelecidos pelos valores religiosos, produzindo uma relação particular entre mudança e permanência.

Essa relação aparece de forma ainda mais clara na discussão sobre a moda evangélica apresentada no Capítulo 2. O trabalho destaca que a escolha do vestuário pode combinar estilo pessoal e exigências do ambiente religioso, sem necessariamente eliminar a elegância e o estilo. Santos (2022) é utilizado para sustentar justamente a ideia de que as mulheres evangélicas também participam da moda e buscam peças que conciliem tendências com os padrões religiosos.

Portanto, os resultados da questão 8 sugerem que a transformação geracional do vestuário é percebida pelas participantes principalmente a partir de uma tensão entre modernização e conservação de valores. De um lado, reconhece-se que existem atualmente mais tendências, maior variedade e novas formas de vestir; de outro, parte significativa das participantes interpreta algumas dessas mudanças como aumento da exposição corporal e redução da modéstia, da decência e da discrição. Essa tensão corresponde à própria relação entre moda e religião discutida na fundamentação teórica: a moda introduz mudanças e novas possibilidades, enquanto os valores religiosos funcionam como referências para avaliar e delimitar essas mudanças.

Assim, a questão 8 reforça a compreensão do vestuário evangélico como um espaço de negociação entre tradição e contemporaneidade. As diferenças percebidas entre as gerações não significam necessariamente o desaparecimento dos valores religiosos, mas evidenciam que esses valores são vivenciados e reinterpretados diante das transformações da moda. Nesse processo, a modéstia e a decência permanecem como referências importantes para parte das participantes, ao mesmo tempo em que novos estilos, materiais, tendências e formas de apresentação são incorporados ao vestuário evangélico. Essa dinâmica confirma a discussão de Lima (2020) sobre a possibilidade de diversidade estilística dentro da moda cristã, desde que articulada aos princípios e costumes religiosos.

Dessa forma, os resultados da questão 8 contribuem para demonstrar que o vestuário, para esse grupo, não constitui apenas uma manifestação das mudanças da moda ao longo do tempo. Ele

também funciona como marcador das transformações culturais e geracionais e como meio pelo qual as participantes percebem, preservam ou questionam valores associados à identidade evangélica.

Os discursos obtidos na Pergunta 12 dialogam diretamente com os conceitos apresentados no capítulo teórico, sobretudo no que se refere à tensão entre modéstia, modernidade e liberdade de escolha no vestuário evangélico.

O DSC 1, que reúne a percepção de aumento da exposição corporal e de perda de modéstia e decência entre as gerações, corrobora o que Cezar (2010) descreve como o foco histórico da mulher assembleiana na santidade e na preservação da modéstia frente à vaidade e à sensualidade. A crítica presente nesse discurso também se aproxima da constatação de Martinez (2015), para quem hoje existe uma tolerância maior no pentecostalismo, com distintas interpretações sobre o vestir, a exemplo do uso da calça, peça antes proibida e hoje incorporada ao guarda-roupa evangélico. Esse mesmo processo de flexibilização é descrito por Da Silva (2024), que aponta que, mesmo com as transformações sociais, algumas denominações passaram a tolerar cortes de cabelo, maquiagem leve e uso de acessórios, desde que mantido o equilíbrio com os preceitos bíblicos. O DSC 1, portanto, expressa justamente o desconforto de parte das participantes diante dessa flexibilização, sugerindo que, embora a norma institucional tenha se abrandado, o julgamento moral sobre esse abrandamento continua presente no discurso das próprias fiéis.

Já o DSC 2, relacionado à maior variedade e ao acesso à informação de moda, encontra respaldo direto em Matuzawa (2019), que afirma que o acesso digital ampliou a informação de moda disponível às fiéis, produzindo um "consumidor mais esclarecido" em comparação às gerações anteriores. Esse achado também se conecta à observação de Ferrari e Alvares (2020) sobre a geração atual de assembleianas como "totalmente instagramável", com acesso constante a influenciadoras de moda cristã, e à constatação de Albuquerque *et al.* (2017; 2021) de que as mulheres evangélicas passaram a utilizar redes sociais, blogs e vlogs para obter dicas de moda alinhadas aos valores morais e doutrinários da igreja. O discurso das participantes, nesse sentido, reflete de forma concreta a transição digital descrita pelos autores.

O DSC 3, voltado ao refinamento estético e à busca por elegância, dialoga com a seção teórica sobre moda modesta, que descreve esse segmento como aquele que prioriza a elegância discreta, peças sofisticadas e bem cortadas, sem renunciar à beleza ou das tendências. Aproxima-se, também, do que Lima (2020) chama de releitura das peças evangélicas quanto a decotes e comprimentos, indicando que a diversidade de estilos hoje disponível permite às mulheres evangélicas transitar entre diferentes propostas estéticas, desde que respeitados os usos e costumes de sua denominação.

Por fim, o DSC 4, que evidencia a manutenção da modéstia e do conforto como valores ainda presentes, reforça a definição de modéstia trazida por Alves (2016), que trata do vestir-se com discrição e sem apelo sexual, e por Lima (2020), para quem a modéstia extrapola o vestuário e se

relaciona ao comportamento e ao caráter cristão. Esse discurso também confirma a leitura de Martinez (2015), segundo a qual o desafio da mulher evangélica contemporânea está em equilibrar moda e preceitos bíblicos, sem que um anule o outro.

De modo geral, os quatro discursos confirmam a tensão apontada por Cezar (2010) entre moda e religião: enquanto uma parcela das participantes valoriza a abertura trazida pela modernidade e pelo acesso à informação (DSCs 2 e 3), outra parcela mantém um posicionamento mais crítico ou conservador, reafirmando a modéstia como valor central da identidade evangélica (DSCs 1 e 4). Isso evidencia que a construção da identidade por meio do vestuário evangélico, na geração atual, não segue um caminho único, mas se constrói na negociação constante entre tradição e moda contemporânea.

4.5.4 Opiniões sobre melhorias na moda evangélica

As respostas à questão 9 evidenciam que as principais melhorias percebidas pelas participantes em relação ao vestir e à moda evangélica estão relacionadas à ampliação da oferta e da variedade de produtos e à modernização das roupas, especialmente em aspectos como estilo, elegância, refinamento e qualidade. Esses resultados indicam uma transformação na experiência de consumo da mulher evangélica, que passa a encontrar maior diversidade de possibilidades sem que isso implique, necessariamente, o abandono dos princípios associados à sua fé.

A percepção de que atualmente existem mais opções e mais lugares para comprar pode ser relacionada ao processo de consolidação da moda evangélica enquanto segmento específico do mercado. Ortega (2022) aponta que a moda evangélica surgiu da necessidade de oferecer roupas adequadas aos preceitos religiosos e à modéstia. Dantas (2020) observa que, durante a década de 1990, ainda havia dificuldade para encontrar esse tipo de vestuário, levando algumas fiéis a produzirem suas próprias roupas. Posteriormente, Santos (2018) identifica a criação de lojas especializadas no segmento evangélico durante os anos 2000, em resposta à percepção de um público consumidor com necessidades específicas. Dessa maneira, a maior disponibilidade apontada pelas participantes pode ser compreendida como resultado de um processo de expansão e especialização desse mercado.

Essa transformação também aparece na literatura relacionada ao ambiente digital. O capítulo 2 aponta que a geração atual de mulheres assembleianas possui maior acesso a informações de moda por meio das redes sociais e de influenciadoras cristãs, o que contribui para a formação de um consumidor mais informado. Albuquerque *et al*. (2021) destacam a utilização de canais, blogs e vlogs por mulheres evangélicas para compartilhar conteúdos relacionados à moda e ao comportamento cristão, enquanto Matuzawa (2019) relaciona a expansão do ambiente digital ao aumento do acesso

às informações e às transformações nos hábitos de consumo. Assim, a maior variedade percebida pelas participantes não está relacionada apenas à existência de mais produtos, mas também a um contexto em que as consumidoras têm maior contato com referências de moda.

A segunda dimensão predominante nos resultados corresponde à modernização, ao estilo, à elegância, ao refinamento e à qualidade. As participantes mencionam que as peças estão mais modernas, bonitas e estilosas, além de destacarem o refinamento, a elegância e a sofisticação. Essa percepção dialoga diretamente com Mesquita (2009), para quem os estilos constituem elementos que emolduram modos de existência, indicando que o vestuário não se limita à função prática, mas participa da construção e expressão dos modos de vida. No contexto da moda evangélica, portanto, a modernização identificada pelas participantes pode ser entendida como uma ampliação das possibilidades de expressão estética dentro de um universo ainda marcado por referências religiosas.

Lima (2020) também contribui para compreender esse resultado ao apontar a existência de diversidade de estilos na moda cristã, acompanhada de uma releitura de elementos como decotes e comprimentos das peças, de modo a preservar a modéstia e os costumes de cada denominação. Dessa forma, os resultados da questão 9 sugerem que modernização e adequação religiosa não são necessariamente percebidas pelas participantes como dimensões incompatíveis. Ao contrário, parte delas identifica justamente como melhoria a possibilidade de encontrar roupas mais atuais, elegantes e sofisticadas que continuem sendo consideradas adequadas à sua fé.

Essa relação aparece de maneira particularmente explícita na categoria “Conciliação entre moda e valores religiosos”. A participante A18 afirma que atualmente é possível “seguir as tendências sem comprometer a nossa crença”, enquanto outras respostas fazem referência à sabedoria, à modéstia e à manutenção da decência. O resultado dialoga com Albuquerque et al. (2017), que identificam, entre mulheres evangélicas assembleianas, uma relação entre as práticas de consumo de moda e a necessidade de equilibrar as transformações da moda com a modéstia e os usos e costumes da igreja. Ajala (2017), por sua vez, observa a construção de uma imagem do consumidor religioso como alguém informado e atento à moda, capaz de articular fé e modernidade.

Essa articulação também pode ser compreendida a partir da discussão apresentada por Cezar (2010), segundo a qual moda e religião podem ser inicialmente percebidas como campos opostos, devido à característica mutável da moda e ao caráter mais conservador atribuído à religião. Os resultados desta questão, entretanto, apontam para uma relação menos dicotômica: as participantes não identificam necessariamente a modernização da moda como afastamento da identidade religiosa. Para algumas delas, a própria possibilidade de acompanhar tendências preservando a crença constitui uma das melhorias observadas.

A presença de respostas relacionadas a conforto, inclusão e liberdade amplia essa compreensão. A menção ao uso de tênis com saias, à disponibilidade de opções *plus size*, ao maior

conforto e à liberdade demonstra que as transformações percebidas não são exclusivamente estéticas. Elas também envolvem possibilidades práticas de utilização das roupas e ampliação das alternativas disponíveis às consumidoras. Esse aspecto é coerente com a caracterização da consumidora evangélica apresentada no capítulo 2, que valoriza atributos como qualidade, conforto e durabilidade, além da discrição e da elegância.

A questão da inclusão também pode ser relacionada à ampliação da diversidade do mercado. A existência de opções plus size mencionada por A6 indica que a percepção de melhoria pode envolver a possibilidade de diferentes mulheres encontrarem produtos mais compatíveis com suas necessidades. Entretanto, como essa manifestação aparece de forma isolada entre as respostas, não é possível afirmar, a partir desses dados, que tenha ocorrido uma transformação ampla ou suficiente na oferta para diferentes corpos. O resultado permite apenas registrar que a inclusão corporal é percebida por uma participante como uma melhoria relevante.

A ideia de liberdade no vestir também deve ser compreendida dentro das particularidades do grupo pesquisado. Rossi (2015) destaca que o consumo de roupas entre mulheres evangélicas está relacionado não apenas aos gostos individuais, mas também aos usos e costumes e às expectativas sociais do grupo religioso, que influenciam as escolhas de vestimenta em diferentes contextos. Nesse sentido, a liberdade mencionada por A28 não necessariamente significa ausência de referências religiosas, mas pode representar a ampliação das possibilidades de escolha dentro dos limites considerados aceitáveis pela própria participante.

Os resultados também apresentam uma manifestação que funciona como contraponto às percepções predominantemente positivas: A24 afirma que “tem muita nudez”, enquanto A29 declara que “não mudou nada”. Essas respostas são importantes porque demonstram que a transformação da moda evangélica não é percebida de maneira homogênea. Embora a maioria das manifestações identifique melhorias relacionadas à oferta e à modernização, algumas participantes não reconhecem essas mudanças como positivas ou não percebem mudança alguma.

Esse contraponto é particularmente relevante diante da permanência da modéstia e da decência como referências centrais no capítulo 2. Lima (2020) relaciona a diversidade da moda cristã à necessidade de respeitar os usos e costumes denominacionais, enquanto o trabalho apresenta a modéstia como elemento associado à identidade do vestuário evangélico. Dessa maneira, a avaliação das transformações da moda depende também dos critérios utilizados pelas próprias consumidoras para definir o que é considerado adequado ao universo religioso.

De modo geral, os resultados desta questão reforçam a ideia de que a moda evangélica passou por um processo de ampliação e transformação, deixando de estar restrita a uma oferta limitada de peças para apresentar maior variedade, acesso e diversidade estética. Ao mesmo tempo, essa transformação ocorre em negociação com valores religiosos, especialmente a modéstia e a decência.

A literatura apresentada no capítulo 2 sustenta essa interpretação ao mostrar, de diferentes perspectivas, a expansão do mercado, o crescimento do acesso digital à informação e a aproximação entre tendências contemporâneas e práticas religiosas.

Assim, a principal contribuição dos resultados da questão 9 para a compreensão do fenômeno estudado está em evidenciar que "melhorar" a moda evangélica assume diferentes significados para as participantes. Para algumas, significa ter mais opções e lugares para comprar; para outras, significa encontrar peças mais modernas, elegantes e sofisticadas; para outras, ainda, significa poder acompanhar tendências preservando os valores religiosos, encontrar maior conforto ou dispor de alternativas mais inclusivas. Essa multiplicidade reforça a compreensão da moda evangélica como um campo em transformação, no qual consumo, estética, identidade, pertencimento e valores religiosos se articulam.

4.5.5 Dificuldades no consumo de vestimentas adequadas à crença de fé

A análise das respostas à questão 10 evidencia três percepções distintas sobre o consumo de roupas adequadas à fé: ausência de dificuldade atual (16 participantes, 55,17%), persistência de dificuldade (11 participantes, 37,93%) e redução da dificuldade em relação ao passado (2 participantes, 6,90%). Esses resultados mostram que, embora a maioria das mulheres afirme não enfrentar obstáculos significativos para encontrar peças condizentes com sua crença, uma parcela expressiva ainda relata dificuldades ligadas ao tamanho, ao preço, à disponibilidade local ou às características das roupas, como decotes.

Esse panorama dialoga diretamente com a literatura apresentada no capítulo 2. Ortega (2022) destaca que o surgimento da moda evangélica se deu como resposta à necessidade de roupas que respeitassem preceitos bíblicos e valores de modéstia, o que explica a relevância da categoria que aponta persistência de dificuldades: mesmo com a expansão do mercado, ainda há barreiras específicas que não são plenamente atendidas. Dantas (2020) registra que, na década de 1990, encontrar roupas adequadas era uma dificuldade significativa, o que se conecta às respostas de A2 e A23, que reconhecem que "já foi mais difícil" e que "hoje nem tanto", indicando uma melhora em relação ao passado. Santos (2018), por sua vez, observa que o mercado passou a identificar esse público e criar lojas especializadas, o que se reflete nas respostas que apontam ausência de dificuldade atual, especialmente quando mencionam a *internet* como meio de acesso (A21).

Assim, os resultados mostram uma trajetória coerente com a evolução histórica da moda evangélica: de um cenário inicial de escassez e dificuldade, descrito por Dantas (2020), para um contexto de maior disponibilidade e especialização, como apontam Santos (2018) e Ortega (2022). No entanto, a persistência de dificuldades relatadas por parte das participantes evidencia que a

expansão do mercado não garante atendimento integral às demandas, sobretudo quando entram em jogo questões de tamanho, preço e adequação estética. Em síntese, a percepção das mulheres entrevistadas confirma tanto os avanços registrados pela literatura quanto os limites ainda presentes na experiência concreta de consumo.

Os resultados da questão 11, que investigou a facilidade ou dificuldade em encontrar lojas com vestuário voltado ao público evangélico, revelam um quadro heterogêneo. Parte significativa das participantes relatou facilidade atual, enquanto outra parcela apontou dificuldades persistentes, e um grupo menor destacou melhora em relação ao passado. Além disso, um número expressivo de respostas foi considerado inválido ou não respondido, por se limitar a "sim" ou "não" sem detalhamento.

Esse panorama dialoga diretamente com a literatura apresentada no capítulo 2. Ortega (2022) observa que o surgimento da moda evangélica esteve relacionado à necessidade de atender a um público específico, com demandas de modéstia e adequação aos preceitos bíblicos. A presença de respostas que relatam facilidade atual confirma a consolidação desse segmento, especialmente com a ampliação das opções pela internet, mencionada por algumas participantes. Essa constatação também se aproxima da análise de Santos (2018), que destaca a expansão de lojas especializadas e a identificação do público evangélico como nicho de mercado.

Por outro lado, as respostas que apontam dificuldades persistentes — seja pela escassez de opções, inadequação das peças ou preços elevados — remetem ao cenário descrito por Dantas (2020), que registra a dificuldade significativa de acesso ao vestuário evangélico na década de 1990. Embora o mercado tenha evoluído, os relatos atuais mostram que a expansão não eliminou todas as barreiras, especialmente quando se consideram aspectos como variedade, tamanhos específicos e adequação estética. Nesse sentido, a percepção de melhora em relação ao passado, mas sem desaparecimento completo das dificuldades, reforça a ideia de que o mercado especializado atende parcialmente às demandas, mas ainda apresenta lacunas.

Em síntese, os resultados da questão 11 confirmam a trajetória histórica descrita pelos autores: de um cenário inicial de escassez e dificuldade (Dantas, 2020), para uma fase de expansão e especialização (Santos, 2018), consolidada pela presença digital e pela *internet* (Ortega, 2022). Contudo, a análise também evidencia que, mesmo em um contexto de maior disponibilidade, persistem desafios que impactam parte das consumidoras, revelando que a moda evangélica, embora consolidada, ainda não alcança plenamente todas as necessidades do público que busca vestuário adequado à sua fé.

4.5.6 Preferências em relação a peças de roupa

Os resultados da Pergunta 14 confirmam, na prática, o que a fundamentação teórica já apontava sobre o guarda-roupa da mulher evangélica. A preferência majoritária por vestidos e saias, somando a maioria das respostas, corrobora a afirmação de Silva (2018) de que as igrejas mais tradicionais orientam as mulheres a usarem vestidos ou saias, com blusas de mangas longas ou médias, reservando às calças um uso mais restrito, associado a contextos específicos como estudo ou trabalho. Essa mesma hierarquia entre as peças aparece nos discursos coletados: enquanto vestidos e saias lideram amplamente as preferências, a calça surge de forma bem mais pontual, ainda que já presente no repertório de parte das entrevistadas.

Essa presença, mesmo que minoritária, da calça e de peças estruturadas como blazers e conjuntos entre as preferências relatadas reforça o que Martinez (2015) descreve como uma tolerância crescente no pentecostalismo em relação ao vestuário, citando justamente a calça como exemplo de peça antes proibida e hoje incorporada ao cotidiano das mulheres evangélicas. Ainda assim, o próprio autor pontua que a saia permanece como a peça preferida pela maioria das fiéis, o que os dados desta pesquisa confirmam de forma direta, já que a saia aparece como a segunda peça mais citada, atrás apenas do vestido.

A recorrência de vestidos e saias também se conecta à discussão sobre a moda modesta, que caracteriza esse segmento pela busca de peças sofisticadas e bem cortadas, capazes de cobrir o corpo de forma equilibrada sem renunciar à elegância. As menções a blazers, casacos e conjuntos, embora minoritárias, indicam que a busca por elegância discreta descrita nessa seção teórica também se manifesta nas preferências pessoais das participantes, sugerindo uma convivência entre o tradicionalismo do vestido e da saia e uma abertura pontual a peças associadas a um estilo mais contemporâneo e executivo.

4.5.7 Cores

Os resultados apresentados na Pergunta 1 do segundo questionário evidenciaram uma clara predominância de tons discretos e neutros entre as cores utilizadas pelas participantes para frequentar a igreja, com destaque para o preto. Essa constatação pode ser melhor compreendida à luz da discussão teórica sobre a simbologia das cores, apresentada no capítulo 2 desta dissertação, que aborda como as cores do vestuário carregam significados simbólicos e comunicam mensagens não verbais sobre quem as utiliza.

A predominância do preto entre as cores citadas pelas participantes dialoga diretamente com o que propõem Rafaeli e Pratt (1993), para quem essa cor está associada à sofisticação, à elegância e

à formalidade, características que se alinham à busca por uma apresentação discreta e, ao mesmo tempo, elegante, esperada no ambiente religioso. Essa leitura também é reforçada por Fisher-Mirkin (2001), que associa o uso de cores escuras, como o preto e o azul-marinho, a um perfil mais reservado, contrastando com cores "audaciosas e brilhantes", que geram uma percepção de maior abertura e integração social. A escolha recorrente do preto pelas participantes, portanto, pode ser interpretada não apenas como preferência estética, mas como uma forma de comunicação não verbal coerente com os valores de discrição e recato associados à modéstia evangélica.

A presença expressiva do azul entre as respostas também encontra respaldo teórico: Rafaeli e Pratt (1993) descrevem essa cor como associada à tranquilidade, à confiança e à seriedade, sendo inclusive comum em ambientes corporativos por transmitir estabilidade e segurança — associações que se aproximam do comportamento comportado esperado das mulheres evangélicas em contextos de culto. Já o uso recorrente de termos como "cores neutras", presente em parte significativa das respostas, reforça a categoria de cores discretas descrita pelos autores, que inclui justamente preto, branco e cinza como tons que sugerem discrição e formalidade.

Por outro lado, a parcela de participantes que relatou maior abertura a cores diversas, incluindo tons vibrantes como vermelho, rosa e estampas coloridas, indica que a psicologia das cores não se aplica de forma homogênea entre as entrevistadas. Isso sugere que, embora exista uma tendência predominante à sobriedade cromática associada aos preceitos evangélicos, uma parte da amostra já incorpora com mais liberdade cores que a teoria classifica como estimulantes, o que pode refletir a mesma flexibilização discutida anteriormente em relação a outros aspectos do vestuário evangélico contemporâneo.

Após a identificação das cores predominantemente utilizadas pelas participantes para frequentar a igreja, a Pergunta 2 do segundo questionário buscou aprofundar essa investigação, questionando diretamente os motivos que levam as entrevistadas a escolherem essas cores específicas. O objetivo dessa questão foi compreender se a escolha cromática está mais associada a critérios estéticos e pessoais ou a valores ligados à modéstia e aos preceitos evangélicos, permitindo, assim, uma leitura mais aprofundada do comportamento relatado na pergunta anterior. Os resultados obtidos podem ser mais bem interpretados à luz da discussão teórica sobre simbologia das cores e sobre o conceito de modéstia apresentados no capítulo 2 desta dissertação.

A predominância do DSC 1, centrado no gosto pessoal e na identificação estética, sugere que, para a maior parte das participantes, a escolha da cor é vivenciada primeiramente como uma expressão de preferência individual, e não como resposta direta a uma norma religiosa. Essa constatação dialoga com o que Rafaeli e Pratt (1993) descrevem sobre a comunicação não verbal das cores, ao afirmarem que a escolha de uma cor está ligada à intenção de comunicar emoções e características pessoais, sendo também influenciada por tendências sazonais da moda. O fato de a maioria das participantes

justificar sua escolha unicamente pelo "gosto" indica que a dimensão simbólica da cor, discutida pelos autores, é muitas vezes internalizada de forma inconsciente, sem que a participante a associe explicitamente a uma mensagem religiosa.

Ainda assim, o DSC 4, relacionado à discrição e à modéstia, confirma de forma direta a permanência dos valores discutidos por Alves (2016) e Lima (2020) sobre a modéstia evangélica, ao evidenciar que uma parcela das participantes associa conscientemente a escolha de cores neutras à intenção de manter um comportamento discreto. Essa relação também encontra respaldo em Fisher-Mirkin (2001), para quem o uso de cores escuras e neutras está associado a um perfil mais reservado, reforçando a leitura de que, mesmo entre as participantes que priorizam critérios estéticos, a sobriedade cromática segue funcionando como uma forma de comunicação não verbal alinhada aos preceitos de recato do vestuário evangélico.

Por fim, o DSC 3, relacionado à praticidade e à versatilidade dos tons neutros, sugere uma motivação híbrida, na qual a escolha da cor atende simultaneamente a critérios funcionais e a uma preferência por discrição, já que os tons neutros mencionados pelas participantes são justamente os classificados por Rafaeli e Pratt (1993) como discretos. Esse dado reforça que a escolha cromática das participantes evangélicas, embora majoritariamente justificada por motivos pessoais e práticos, permanece indiretamente alinhada aos valores de modéstia e sobriedade discutidos ao longo da fundamentação teórica.

4.5.8 Mudança de comportamento

Os resultados da questão 3 devem ser interpretados considerando uma particularidade importante das respostas: embora a pergunta tenha buscado identificar mudanças no comportamento associadas ao uso das cores, as participantes que desenvolveram suas respostas referiram-se predominantemente a sensações, percepções sobre a própria aparência e significados atribuídos às cores, e não a mudanças comportamentais propriamente ditas. Dessa forma, os dados não permitem afirmar que o uso de determinada cor tenha provocado alterações no comportamento das participantes, mas indicam que a cor pode estar relacionada a diferentes dimensões da experiência subjetiva com o vestuário.

Essa característica encontra respaldo na própria fundamentação teórica da pesquisa. Ao abordar os atributos dos produtos, o Capítulo 2 apresenta a cor como um atributo capaz de influenciar o comportamento do consumidor, juntamente com outros elementos materiais e estéticos. Entretanto, as respostas obtidas nesta questão sugerem que essa influência não necessariamente se manifesta como uma mudança comportamental consciente ou diretamente relatada pela usuária. No presente grupo, ela apareceu principalmente por meio de percepções e sensações associadas ao uso das cores.

Entre as respostas, destacaram-se relatos de bem-estar, conforto, alegria e contentamento. Essa dimensão pode ser relacionada à abordagem ergonômica apresentada na fundamentação teórica, na qual o vestuário é analisado não apenas por suas características funcionais, mas também pela experiência proporcionada ao usuário. O Capítulo 2 relaciona o conforto visual aos aspectos perceptíveis, estéticos e de comunicação visual, além de apresentar o bem-estar emocional como relacionado aos valores subjetivos e à carga simbólica do produto. Assim, respostas como “me sinto bem”, “me sinto confortável”, “paz”, “mais alegre” e “bem-estar” indicam que a relação com a cor pode ultrapassar sua característica puramente visual e participar da experiência subjetiva proporcionada pelo vestuário.

Também foram observadas respostas relacionadas à beleza, autoestima e elegância. Algumas participantes afirmaram sentir-se bonitas, enquanto outras associaram determinadas cores à elegância ou ao realce do rosto. Esse resultado se aproxima da discussão apresentada no Capítulo 2 sobre qualidade estética, entendida como aquela que proporciona prazer ao consumidor e envolve a combinação de formas, cores, materiais, texturas e acabamentos para tornar o produto atraente e desejável. O texto também destaca que, no vestuário, a qualidade estética deve ser articulada às demais qualidades do produto, considerando as necessidades do usuário.

A presença de respostas relacionadas à discrição também é particularmente relevante no contexto desta pesquisa. A1 afirmou que determinada cor é “menos chamativa”, A25 declarou sentir-se discreta e A48 relatou utilizar o preto quando deseja uma aparência mais discreta. Nesse caso, a cor não aparece apenas como elemento de preferência estética, mas como parte da construção da imagem que a participante deseja apresentar. Esse resultado dialoga com a compreensão do vestuário como linguagem e marcador social apresentada na fundamentação teórica. Segundo Barnard (2003), conforme discutido no Capítulo 2, as roupas assumem significados culturais relacionados às experiências, valores e crenças de uma sociedade, enquanto Dulci (2009) destaca a capacidade da moda de criar e transferir significados culturais.

A dimensão simbólica aparece de maneira ainda mais explícita em respostas como a de A26, que relacionou o preto à elegância, o rosé à leveza e as estampas florais à alegria. Da mesma forma, A34 associou a cor à liderança, A37 à segurança e A39 à identidade. Essas respostas reforçam a compreensão do vestuário como elemento capaz de comunicar características individuais e sociais. A fundamentação teórica apresenta o vestuário como marcador de identidade, pertencimento, valores e crenças, destacando sua função como linguagem visual. Veblen (1980), também apresentado no Capítulo 2, relaciona as funções do vestuário à expressão de identidade, profissão e crenças, enquanto Sant’Anna (2007) compreende a moda como elemento de identidade social e de interação por meio da aparência.

Nesse sentido, os resultados indicam que a cor pode participar da construção da experiência com o vestuário em diferentes níveis: sensorial e emocional, quando associada a conforto, bem-estar e alegria; estético, quando relacionada à beleza, elegância ou ao realce da aparência; e simbólico e comunicacional, quando associada a discrição, liderança, segurança ou identidade. Entretanto, é importante preservar a distinção entre essas dimensões e o comportamento propriamente dito, uma vez que as respostas não permitem estabelecer uma relação direta entre o uso das cores e mudanças comportamentais.

O fato de 20 participantes terem respondido que não percebem diferença também é relevante. Ele demonstra que a atribuição de efeitos subjetivos às cores não é compartilhada por todas as participantes e que a experiência com esse atributo do vestuário é heterogênea. Portanto, os resultados não sustentam a ideia de que uma determinada cor produza uma resposta universal sobre quem a utiliza. Ao contrário, parecem indicar que os significados e sensações associados às cores dependem da percepção individual e do contexto de uso.

Dessa forma, a questão contribui para a compreensão dos atributos do vestuário ao evidenciar que, embora a pergunta tenha sido direcionada ao comportamento, as participantes expressaram principalmente relações entre cor, percepção pessoal, emoções, aparência e identidade. Esse resultado reforça a importância de considerar os aspectos estéticos e simbólicos no desenvolvimento de produtos de vestuário, especialmente em um público para o qual a roupa também participa da expressão de valores, identidade e pertencimento religioso.

4.5.9 Vestimenta em eventos de contexto religioso

A Pergunta 4 investigou as escolhas de vestuário e de cores das participantes em situações e eventos considerados importantes no contexto religioso, como congressos e cultos especiais, permitindo verificar se esses momentos de maior formalidade institucional intensificam os valores de discrição já identificados ao longo desta pesquisa para o vestuário utilizado no dia a dia da igreja. Os resultados obtidos podem ser interpretados à luz de diferentes conceitos discutidos no capítulo 2 desta dissertação, especialmente a simbologia das cores, o conceito de dress code e o *habitus* de Bourdieu.

A predominância do DSC 1, relacionado à preferência por cores neutras, escuras e discretas em mais da metade das respostas, confirma a associação já discutida por Fisher-Mirkin (2001) entre cores escuras e um perfil reservado, além da leitura de Rafaeli e Pratt (1993) sobre o preto como cor ligada à sofisticação e à formalidade. O fato de essa preferência se intensificar justamente em ocasiões consideradas importantes sugere que, para as participantes, a formalidade do evento reforça, e não substitui, os valores de sobriedade cromática já identificados na Pergunta 1 desta pesquisa para o

vestuário cotidiano de igreja, indicando que a cor segue funcionando como recurso de comunicação não verbal adequado à seriedade da ocasião.

O DSC 2, relacionado à busca por roupas mais elegantes, sociais e formais, dialoga diretamente com o conceito de dress code apresentado no capítulo 2, entendido como um conjunto de regras que orientam a apresentação de um grupo social conforme o ambiente e a ocasião. A presença desse discurso em quase um terço da amostra evidencia que eventos institucionais específicos ativam, de forma mais consciente, uma adequação formal do vestuário, aproximando-se do que Langford (2012) descreve como a busca por uma apresentação condizente com as expectativas do ambiente, capaz de gerar maior conforto e confiança à pessoa que se sente adequadamente vestida para o momento.

Já o DSC 3, que reúne participantes cuja escolha é condicionada pela organização coletiva do evento, como o uso de uniformes ou cores previamente combinadas em congressos, representa uma manifestação ainda mais explícita do dress code discutido teoricamente, já que, nesses casos, a regra deixa de ser implícita e internalizada, como ocorre no cotidiano da igreja, e passa a ser uma orientação institucional direta e coletiva. Esse achado amplia a compreensão do habitus de Bourdieu (1996) discutida anteriormente nesta pesquisa: enquanto o vestuário do dia a dia de igreja parece decorrer principalmente de uma reprodução espontânea do padrão do grupo, o vestuário de eventos específicos revela momentos em que essa reprodução é ativamente orientada e coordenada pela própria instituição religiosa.

Por fim, a minoria de participantes reunida no DSC 4, que relata ausência de preferência específica ou escolha livre mesmo em ocasiões importantes, reforça a diversidade de posturas já identificada ao longo desta pesquisa quanto à relação entre norma religiosa e liberdade individual, corroborando a leitura de Martinez (2015) sobre a existência de distintas interpretações entre as próprias fiéis a respeito dos limites entre tradição e autonomia pessoal no vestuário evangélico contemporâneo.

4.5.10 Simbologia das cores

Os resultados da Pergunta 5 revelaram que a maioria das participantes desconhece formalmente o valor simbólico das cores, o que contrasta de forma relevante com o comportamento identificado nas respostas às Perguntas 1 e 2, nas quais a escolha cromática das entrevistadas mostrou-se coerente com os significados simbólicos discutidos por Rafaeli e Pratt (1993) e Fisher-Mirkin (2001) no capítulo 2 desta dissertação. Essa aparente contradição pode ser explicada pelos próprios autores: Fisher-Mirkin (2001, p. 30) afirma que, inconscientemente, todas as pessoas utilizam-se das cores para comunicar seus humores e sua personalidade, o que sugere que a associação entre cor e

significado ocorre de forma automática e intuitiva, independentemente do conhecimento teórico consciente sobre o tema por parte de quem a utiliza.

As respostas afirmativas, embora minoritárias, confirmam com precisão os significados simbólicos apresentados no ccapítulo 2, com base em Rafaeli e Pratt (1993): a associação do preto à elegância e à sofisticação, do branco à paz e do vermelho à paixão foi citada literalmente por algumas participantes, evidenciando que, mesmo sendo minoria, esse grupo já internalizou de forma consciente o repertório simbólico descrito pelos autores. A menção ao azul-marinho como transmissor de confiabilidade também dialoga diretamente com a afirmação de Rafaeli e Pratt (1993) de que o azul sugere tranquilidade, confiança e estabilidade, sendo inclusive uma cor comum em ambientes corporativos.

Por fim, o elevado percentual de participantes que declarou desconhecer o valor simbólico das cores reforça a ideia defendida por Fisher-Mirkin (2001) de que o poder das cores sobre o comportamento humano opera, em grande medida, no campo do inconsciente. Isso indica que, embora a fundamentação teórica desta pesquisa demonstre uma relação evidente entre a simbologia cromática e as escolhas de vestuário das mulheres evangélicas entrevistadas, essa relação não é necessariamente percebida ou verbalizada de forma consciente pelas próprias participantes, o que reforça a relevância de se investigar o comportamento de vestuário para além do discurso explícito das entrevistadas sobre suas motivações.

4.5.11 Introversão *vs* extroversão

Os resultados da Pergunta 6 revelaram que a maioria das participantes se autodeclara extrovertida, resultado que, à primeira vista, contrasta com a predominância do preto identificada na Pergunta 1 como a cor mais utilizada pelas entrevistadas para frequentar a igreja. Essa aparente contradição encontra respaldo direto na discussão teórica apresentada no capítulo 2, especificamente na afirmação de Fisher-Mirkin (2001), segundo a qual as roupas pretas não se associam apenas à sofisticação, mas também à introversão. O autor também relaciona o uso de cores escuras, como o preto e o azul-marinho, a um perfil mais reservado, o que, à luz do perfil majoritariamente extrovertido relatado pelas participantes, sugere que a escolha do preto no contexto religioso pode não refletir necessariamente a personalidade das entrevistadas, mas sim uma adequação consciente ou inconsciente ao ambiente da igreja, associada aos valores de discrição e sobriedade já discutidos anteriormente.

Esse achado reforça a ideia, também defendida por Fisher-Mirkin (2001), de que o significado transmitido pela roupa está ligado à peça e à cor utilizadas, e não necessariamente ao indivíduo que as veste, o que explica por que uma participante extrovertida pode optar por uma cor tradicionalmente

associada à introversão sem que isso represente uma contradição em seu comportamento social. Esse dado é particularmente relevante para esta pesquisa, pois evidencia que o vestuário evangélico, no contexto do culto, pode funcionar menos como expressão espontânea da personalidade individual e mais como uma linguagem não verbal adaptada às expectativas do ambiente religioso, corroborando a definição de Castilho (2005) e Lurie (1997) sobre a roupa como forma de comunicação que se adapta ao contexto social em que a pessoa está inserida.

Por fim, o percentual de participantes que relatou um comportamento situacional, variando entre extroversão e introversão conforme o contexto, reforça a compreensão de que a expressão da personalidade por meio do vestuário não é estática, alinhando-se à afirmação de Fisher-Mirkin (2001) de que a reação de cada pessoa às cores é influenciada tanto por fatores ambientais e culturais quanto por sua constituição emocional, que pode variar conforme o momento vivido.

4.5.12 Inovação *vs* conservadorismo

O resultado expressivo da Pergunta 7, com 71,43% das participantes se autodeclarando conservadoras, confirma de forma direta um padrão que já vinha se delineando ao longo desta pesquisa, especialmente nos discursos analisados na Pergunta 12 do primeiro questionário, nos quais uma parcela significativa das participantes demonstrou um posicionamento crítico diante do aumento da exposição corporal e da percepção de perda de modéstia e decência entre as gerações. Essa coerência entre autopercepção e comportamento relatado reforça a leitura de Cezar (2010) sobre o histórico foco da mulher assembleiana na santidade e na preservação da modéstia frente à vaidade, valores que, segundo os resultados desta pesquisa, continuam sendo internalizados pela maioria das entrevistadas como parte de sua própria identidade, e não apenas como uma norma institucional externa.

Ainda assim, a parcela de participantes que se declarou revolucionária ou que reconheceu características intermediárias entre os dois perfis (juntas, 24,49% da amostra) dialoga com a discussão de Martinez (2015) sobre a tolerância crescente no pentecostalismo em relação ao vestuário, que abre espaço para distintas interpretações entre as próprias fiéis sobre os limites entre tradição e modernidade. Essa coexistência de perfis dentro de uma mesma comunidade religiosa reforça a compreensão, já discutida por Da Silva (2024), de que a flexibilização das normas evangélicas ocorre de forma gradual e não uniforme, convivendo lado a lado com posicionamentos mais tradicionais.

Esse resultado também fortalece a hipótese, levantada anteriormente na discussão sobre a Pergunta 1, de que a predominância de cores neutras e discretas no vestuário das participantes está diretamente relacionada a uma identidade pessoal conservadora, e não apenas a uma imposição institucional. Segundo Rafaeli e Pratt (1993) e Fisher-Mirkin (2001), a escolha de determinadas cores

e estilos de vestuário reflete características de personalidade e valores pessoais; nesse sentido, a autodeclaração majoritariamente conservadora das participantes reforça a coerência entre discurso, autopercepção e comportamento de vestuário observada ao longo desta pesquisa, sugerindo que a modéstia evangélica identificada nesta amostra é vivenciada não apenas como regra religiosa, mas como valor pessoal genuinamente incorporado pela maior parte das entrevistadas.

4.5.13 Percepção sobre as cores mais utilizadas na igreja

Enquanto as Perguntas 1 e 2 investigaram a escolha individual de cores das próprias participantes, a Pergunta 8 deslocou o olhar para a percepção coletiva, questionando quais cores são mais utilizadas no vestuário das mulheres da igreja como um todo. Essa mudança de perspectiva, do individual para o coletivo, permite discutir os resultados à luz do conceito de dress code e do *habitus* de Bourdieu, apresentados no capítulo 2 desta dissertação, que tratam justamente da padronização do vestuário em um determinado grupo social.

A constatação de que quase metade das participantes (48,98%) percebe a predominância de cores neutras e discretas no vestuário coletivo da igreja confirma, na prática, o conceito de dress code discutido na fundamentação teórica, definido como um conjunto de regras que ditam a forma de apresentação e o vestuário a ser aplicado a um grupo de pessoas conforme o ambiente em que estão inseridas. A coerência entre esse resultado e o comportamento individual relatado na Pergunta 1, na qual o preto também se destacou como cor predominante, sugere que existe, de fato, um padrão cromático reconhecível dentro dessa comunidade religiosa, ainda que não formalizado como uma regra explícita.

Essa dinâmica também dialoga diretamente com o conceito de habitus de Pierre Bourdieu (1996), mencionado no capítulo 2, que trata da reprodução do estilo, da vestimenta e do comportamento característicos de um determinado grupo social, incorporada pelo indivíduo por vontade própria ou pela ordem social, como forma de adequação a esse grupo. A percepção de um padrão cromático discreto e neutro na igreja, relatada por quase metade das participantes, pode ser interpretada como uma manifestação desse habitus evangélico, no qual a escolha individual de cores, discutida nas questões anteriores como fruto de gosto pessoal, acaba coincidindo com o padrão coletivo do grupo — o que, segundo Langford (2012, p. 160), citado no capítulo 2, oferece ao indivíduo a consciência de estar vestido adequadamente ao ambiente, gerando maior conforto e confiança, especialmente em contextos sociais como o religioso.

Por outro lado, a parcela expressiva de participantes (32,65%) que percebe maior diversidade cromática no contexto coletivo da igreja indica que esse habitus não é absoluto nem percebido de forma unânime por todas as fiéis, reforçando a leitura já discutida anteriormente, com base em

Martinez (2015) e Da Silva (2024), de que o vestuário evangélico contemporâneo vem passando por um processo de flexibilização, que permite a coexistência de um padrão cromático predominante com uma diversidade real de escolhas dentro do mesmo grupo religioso.

4.5.14 Proibição de cores

O resultado expressivo da Pergunta 9, com 87,76% das participantes afirmando não existir nenhuma cor proibida em sua igreja, reforça a leitura, já discutida anteriormente, de que a normatização do vestuário evangélico contemporâneo tende a operar menos por meio de proibições explícitas relacionadas a atributos específicos, como a cor, e mais por meio de valores internalizados de modéstia e discrição, conforme discutido por Alves (2016) e Lima (2020). Esse achado também dialoga com a afirmação de Martinez (2015) sobre a crescente tolerância no pentecostalismo em relação ao vestuário, que hoje comporta distintas interpretações entre as próprias fiéis, sem que isso implique, necessariamente, a existência de regras formais e universalmente aplicadas.

A ausência de restrições cromáticas explícitas também reforça a distinção apresentada no capítulo 2 entre o conceito de dress code, entendido como um conjunto de regras mais rígidas aplicadas a um grupo social, e o comportamento observado na amostra pesquisada, no qual a adequação ao padrão coletivo de cores neutras, identificada na Pergunta 8, parece decorrer muito mais do habitus discutido por Bourdieu (1996) — ou seja, de uma reprodução espontânea do estilo do grupo, internalizada pelas próprias participantes — do que de uma imposição institucional formal sobre quais cores podem ou não ser utilizadas.

Por fim, a única resposta condicional obtida, que menciona "coloridos extravagantes" como possível exceção à liberdade cromática relatada pela maioria, sugere que, ainda que não exista uma proibição formal de cores específicas, pode haver uma percepção mais sutil de limite relacionada à intensidade ou à extravagância da cor, e não à cor em si, o que se aproxima da discussão sobre moda modesta apresentada no capítulo 2, que associa esse segmento à busca por elegância discreta e à distância da hipersexualização, mais do que à exclusão de cores específicas do guarda-roupa evangélico.

4.5.15 Julgamentos sobre a cor em terceiros

A Pergunta 10 investigou a impressão que as participantes formam sobre as demais pessoas e sobre a igreja a partir da cor utilizada no vestuário, permitindo verificar, na prática, se a dimensão simbólica das cores, discutida ao longo do capítulo 2 desta dissertação, é de fato percebida e verbalizada pelas próprias entrevistadas como critério de julgamento dentro do ambiente religioso.

O predomínio do DSC 1, no qual a maioria das participantes rejeita a cor como critério de julgamento sobre o caráter das pessoas, contrasta de forma interessante com a fundamentação teórica de Castilho (2005) e Lurie (1997), que descrevem a roupa como um meio de comunicação não verbal, comparável a um idioma que precisa ser traduzido pelo observador. Enquanto a literatura discutida no capítulo 2 sustenta que o vestuário comunica aspectos como personalidade, humor e valores, uma parcela significativa das participantes desta pesquisa recusa conscientemente essa leitura, argumentando que a cor "não define" quem a pessoa é. Esse resultado sugere que, embora a comunicação não verbal por meio da cor ocorra de fato, conforme discutido por Fisher-Mirkin (2001), ela nem sempre é aceita ou legitimada pelo receptor como base válida de julgamento, especialmente em um contexto religioso no qual o julgamento pela aparência é frequentemente rejeitado por princípio.

Essa rejeição também dialoga com a ressalva feita por Langford (2012, p. 57), citada no capítulo 2, de que a roupa, embora seja uma forma importante de comunicação não verbal, não deve ser interpretada isoladamente, sendo necessário considerar o contexto e os demais sinais não verbais envolvidos. O DSC 4, que reúne discursos de crítica explícita à obrigatoriedade de determinada cor e ao pré-julgamento a partir dela — incluindo a menção direta à associação indevida entre o uso do preto e um suposto estado depressivo —, reforça justamente essa cautela teórica, evidenciando que parte das participantes já identifica, e rejeita ativamente, os riscos de uma leitura simplista da cor como sinal isolado de caráter ou estado emocional.

Por outro lado, o DSC 2, relacionado à impressão estética positiva, e o DSC 3, que associa determinadas cores a valores religiosos como modéstia e pureza, confirmam que a dimensão simbólica da cor, discutida por Rafaeli e Pratt (1993) e Fisher-Mirkin (2001), continua operando de forma consciente para uma parte da amostra, ainda que minoritária. A menção ao branco como símbolo de "pureza de Deus" (DSC 3), por exemplo, corrobora diretamente a associação apresentada no capítulo 2, segundo a qual o branco representa paz, pureza e transparência. Esse conjunto de resultados indica que a relação entre cor e julgamento moral ou espiritual, embora presente na literatura de moda e comunicação não verbal, é vivenciada de forma heterogênea pelas participantes desta pesquisa, coexistindo discursos de rejeição consciente ao julgamento pela aparência com discursos que reconhecem, ainda que pontualmente, o valor simbólico da cor no contexto religioso.

4.5.16 Escolha de tecidos e materiais para cultos

Os resultados da Pergunta 11 dialogam diretamente com a discussão teórica sobre os atributos do vestuário apresentada no capítulo 2 desta dissertação, que destaca a importância de conhecer as qualidades estéticas e funcionais do tecido — como textura, caimento e conforto — para a escolha

adequada da peça, considerando a finalidade, a estação do ano e as preferências individuais de cada consumidora. A recorrência de algodão e linho entre as respostas confirma, na prática, a indicação teórica de que materiais como algodão, linho, lã e seda estão entre os tecidos que oferecem maciez, respirabilidade e boa adaptação à pele, características especialmente relevantes para o conforto durante os cultos, que costumam ter duração prolongada.

A parcela de participantes que respondeu com base em critérios funcionais, como tecidos que "não marcam o corpo" ou "não são transparentes", reforça a articulação entre a escolha têxtil e os valores de modéstia já discutidos ao longo desta pesquisa, sugerindo que, para essas participantes, o tecido não é escolhido apenas por sua composição ou conforto, mas também como um recurso prático para garantir a discrição e o recato exigidos pelo vestuário evangélico. Esse achado amplia a discussão teórica sobre os atributos estéticos e funcionais do vestuário, indicando que, no contexto religioso investigado por esta pesquisa, a funcionalidade do tecido está diretamente subordinada aos valores de modéstia previamente discutidos com base em Alves (2016) e Lima (2020).

Por fim, a parcela de participantes que declarou não possuir conhecimento suficiente sobre tecidos para responder à pergunta reforça uma tendência já observada na Pergunta 5, relativa ao desconhecimento do valor simbólico das cores: assim como ocorre com a cor, o conhecimento técnico sobre os atributos do vestuário parece não ser pré-requisito para que as participantes façam escolhas de vestuário coerentes com os valores evangélicos de modéstia e conforto discutidos na fundamentação teórica, indicando que essas escolhas operam, em grande parte, de forma intuitiva e consuetudinária, e não a partir de um conhecimento técnico consciente sobre moda e materiais têxteis.

4.5.17 Tecidos e materiais evitados para contexto religioso

Os resultados da Pergunta 12 confirmam, de forma direta e explícita, os valores de modéstia discutidos ao longo desta pesquisa com base em Alves (2016) e Lima (2020), que associam a modéstia evangélica à discrição no vestir e à ausência de apelo sexual. A recusa recorrente a tecidos que marcam o corpo e a tecidos transparentes, somadas, foram mencionadas por mais da metade da amostra, demonstrando que a preocupação com a exposição corporal, já identificada na Pergunta 12 do primeiro questionário como uma das principais críticas das participantes às mudanças geracionais no vestuário evangélico, também se manifesta de forma concreta na escolha têxtil individual relatada nesta questão.

Essa rejeição também dialoga diretamente com a discussão sobre moda modesta apresentada no capítulo 2, que descreve esse segmento como aquele que busca cobrir o corpo de forma equilibrada e se distanciar da hipersexualização, sem, no entanto, abrir mão da beleza ou das tendências. As justificativas das participantes, que associam tecidos justos e transparentes à sensualização indevida

do corpo, confirmam, na prática, essa busca por equilíbrio entre estética e recato descrita teoricamente, evidenciando que a escolha do tecido não é percebida pelas entrevistadas apenas como uma questão de caimento ou estilo, mas como uma decisão diretamente vinculada à preservação de sua identidade espiritual.

A rejeição a tecidos chamativos, como paetê e cetim, por sua vez, amplia essa discussão para além da exposição corporal, indicando que o excesso estético — e não apenas a exposição do corpo — também é percebido como incompatível com os valores evangélicos de sobriedade, corroborando a leitura já discutida na Pergunta 1 sobre a predominância de cores e materiais discretos no vestuário utilizado para frequentar a igreja. Em conjunto, esses resultados reforçam a compreensão de que a construção da identidade evangélica por meio do vestuário, discutida ao longo desta pesquisa, ocorre não apenas pela escolha do que se veste, mas também, de forma igualmente significativa, pela rejeição consciente daquilo que se considera incompatível com os valores religiosos da comunidade.

4.5.18 Código de vestimenta percebido

Os resultados das Perguntas 13 e 14, analisados em conjunto, oferecem um dos cruzamentos mais diretos desta pesquisa com o conceito de dress code apresentado no capítulo 2, definido como um conjunto de regras que orientam a forma de apresentação de um grupo social conforme o ambiente em que está inserido. A divisão relativamente equilibrada entre participantes que reconhecem um código implícito de modéstia (38,78%) e participantes que negam a existência de qualquer código, escrito ou não (32,65%), revela que o dress code evangélico identificado nesta pesquisa não opera, majoritariamente, como uma norma formal e explícita, mas como uma regra internalizada de forma difusa pela comunidade religiosa.

Essa internalização dialoga diretamente com o conceito de habitus de Bourdieu (1996), discutido no capítulo 2 como a reprodução do estilo e do comportamento de um grupo social, incorporada pelo indivíduo por vontade própria ou pela ordem social vigente. O DSC 2, no qual as participantes afirmam não existir "uma regra rígida escrita", mas reconhecem princípios claros de modéstia e decência amplamente compartilhados, ilustra com precisão esse conceito: o código de vestimenta evangélico, embora não formalizado, é reproduzido de maneira consistente por boa parte da comunidade, funcionando como uma norma social implícita e naturalizada, tal como discutido teoricamente. Esse achado também confirma a afirmação de Cezar (2010) sobre o histórico foco da mulher assembleiana na preservação da santidade e da modéstia, que aqui se revela menos como imposição institucional explícita e mais como valor incorporado à própria identidade das fiéis.

O DSC 1, por sua vez, no qual uma parcela relevante das participantes nega qualquer código, associando sua forma de vestir apenas ao "bom senso" pessoal, sugere um discurso de autonomia

individual que, ainda assim, não está necessariamente dissociado dos mesmos valores de modéstia identificados no DSC 2 — a diferença está na forma como cada participante percebe a origem dessa norma: como imposição do grupo religioso, no caso do DSC 2, ou como escolha pessoal e ética, no caso do DSC 1. Essa distinção reforça a discussão de Martinez (2015) sobre a diversidade de interpretações hoje presentes entre as próprias fiéis pentecostais em relação aos limites entre norma religiosa e liberdade individual, evidenciando que uma mesma prática de vestuário modesto pode ser vivenciada, subjetivamente, como imposição externa ou como valor genuinamente pessoal.

Por fim, o DSC 3, que associa o código de vestimenta especificamente ao uso de saias e vestidos, confirma diretamente a afirmação de Silva (2018) de que as igrejas mais tradicionais orientam as mulheres a utilizarem essas peças, reservando as calças a contextos mais específicos. Ainda que minoritário na amostra (8,16%), esse discurso indica que, em algumas congregações, o código de vestimenta segue sendo expresso de forma mais concreta e prescritiva, em contraste com a maioria das participantes, que o descreve de forma mais abstrata, associada a princípios gerais de modéstia e decência, e não a peças específicas do guarda-roupa.

4.5.19 Sobre o uso de calças

Os resultados da Pergunta 15 permitem observar, de forma concreta, o processo de flexibilização do vestuário evangélico discutido ao longo desta pesquisa, especialmente no que se refere à incorporação da calça jeans, peça historicamente associada à ruptura com os padrões mais tradicionais de vestimenta feminina evangélica. A predominância da categoria de permissão restrita a contextos específicos (40,82%) confirma diretamente a afirmação de Martinez (2015) de que hoje existe uma tolerância maior no pentecostalismo em relação a peças antes proibidas, como a calça, ainda que essa tolerância não seja plena nem uniforme, variando conforme o momento e o grau de formalidade da atividade religiosa.

Essa hierarquia informal entre momentos de maior e menor formalidade, evidenciada pelo DSC 2, dialoga diretamente com o conceito de dress code discutido no capítulo 2, que trata da adequação do vestuário ao contexto e ao ambiente em que a pessoa está inserida. A recorrência de expressões como "a mulher cristã sabe onde usa" reforça que essa adequação contextual não depende de uma regra formalizada, mas de um julgamento internalizado pelas próprias participantes sobre o que é apropriado para cada momento da vivência religiosa, corroborando a leitura de Bourdieu (1996) sobre o habitus como uma disposição incorporada, e não necessariamente imposta de forma explícita.

Por outro lado, a proporção significativa de participantes que relatou permissão irrestrita à calça jeans, inclusive durante os cultos (32,65%), reforça o processo de flexibilização descrito por Da Silva (2024), segundo o qual determinadas denominações evangélicas passaram a tolerar peças antes

vedadas, desde que mantido certo equilíbrio com os preceitos bíblicos. O fato de essa categoria já rivalizar em tamanho com a categoria de permissão condicionada sugere que a calça jeans, ao contrário de outras peças discutidas anteriormente nesta pesquisa, como roupas transparentes ou justas ao corpo, encontra-se em estágio avançado de aceitação dentro do vestuário evangélico contemporâneo, tendendo a se consolidar como peça plenamente incorporada ao guarda-roupa da mulher evangélica, inclusive no espaço do culto.

4.5.20 Escolha do vestuário

Os resultados da Pergunta 16 permitem estabelecer um contraste relevante entre o vestuário utilizado pelas participantes no cotidiano e o vestuário utilizado especificamente para frequentar a igreja, investigado nas questões anteriores desta pesquisa. Enquanto os critérios relacionados à modéstia e à decência se mostraram centrais nas respostas voltadas ao contexto religioso, na rotina diária esses mesmos critérios ocupam posição secundária, cedendo lugar a fatores predominantemente práticos, como o conforto e a adaptação ao clima.

Essa diferença de comportamento conforme o contexto de uso confirma, na prática, a discussão de Langford (2012, p. 160) apresentada no capítulo 2, segundo a qual a consciência de estar vestido de forma adequada ao ambiente gera maior conforto e confiança ao indivíduo, sendo a roupa constantemente ajustada às expectativas de cada situação social. Os resultados desta pesquisa sugerem que as participantes operam, de forma consciente ou não, com códigos de vestuário distintos para o ambiente religioso e para o cotidiano: o primeiro fortemente ancorado em valores de recato, já discutidos com base em Alves (2016) e Lima (2020), e o segundo mais próximo de uma lógica funcional, menos preocupada com a comunicação de valores espirituais.

Essa constatação também reforça a distinção entre dress code e habitus, discutida anteriormente com base em Bourdieu (1996): se o vestuário utilizado na igreja tende a refletir a incorporação de um padrão de comportamento do grupo religioso, o vestuário do cotidiano, conforme relatado pelas próprias participantes, parece obedecer menos a uma norma de grupo e mais a decisões individuais e circunstanciais, evidenciando que a identidade evangélica construída por meio do vestuário, discutida ao longo desta dissertação, se manifesta de forma mais intensa e deliberada em contextos especificamente religiosos do que na vida cotidiana das participantes.

Por fim, a presença ainda relevante da categoria de modéstia e decência (12,24%) no vestuário cotidiano, ainda que secundária, indica que esse valor não se restringe inteiramente ao momento do culto, sugerindo que, para uma parcela das entrevistadas, a identidade evangélica construída por meio do vestuário, discutida por Cezar (2010) como historicamente associada à santidade e à preservação

da modéstia, permanece parcialmente presente mesmo fora do ambiente institucional da igreja, funcionando como um valor mais amplamente incorporado à vida pessoal dessas mulheres.

4.5.21 Uso de saias e vestidos

Os resultados da questão 17 evidenciam uma forte concentração das escolhas de saias e vestidos em comprimentos situados na altura do joelho ou abaixo dele, incluindo modelos midi, longos e longuetes. Esse resultado dialoga diretamente com a discussão apresentada por Lima (2020) sobre a moda cristã, segundo a qual existe diversidade de estilos entre mulheres evangélicas, mas com uma releitura de elementos como o decote e o comprimento das peças. Nesse sentido, os dados encontrados não indicam necessariamente uma uniformidade estética, mas revelam a presença de um parâmetro de comprimento que parece compatível com a concepção de modéstia apresentada no referencial teórico.

Essa característica também pode ser relacionada à própria construção histórica do vestuário evangélico. Conforme apresentado no referencial, determinadas igrejas tradicionalmente orientam o uso de saias e vestidos e estabelecem parâmetros específicos para o vestir feminino, incluindo comprimento das peças e outros elementos da aparência (Silva, 2018). Entretanto, as respostas desta questão mostram que, entre as participantes, essa preferência não se traduz em um único modelo de saia ou vestido. Há mulheres que utilizam peças na altura do joelho, enquanto outras optam por modelos midi ou longos, indicando diferentes possibilidades dentro de um mesmo parâmetro geral de vestuário.

A diversidade aparece de maneira ainda mais evidente quando se observa a modelagem. Embora as peças rodadas sejam mencionadas com frequência, também aparecem modelos justos, retos, soltos e larguinhos. Algumas participantes, inclusive, apresentam simultaneamente mais de uma possibilidade, como A20, que utiliza modelos midi tanto justos quanto rodados, e A34, que relata utilizar peças justas e rodadas, além de diferentes comprimentos. Esse resultado é coerente com a perspectiva de Mesquita (2009), segundo a qual os estilos podem ser compreendidos como variáveis que “emolduram modos de existência”, permitindo compreender o vestuário não apenas como reprodução de um padrão único, mas como espaço de manifestação de diferentes estilos.

A presença de peças justas merece atenção porque as respostas não permitem interpretar simplesmente que “justo” seja entendido pelas participantes como incompatível com a modéstia. Pelo contrário, algumas respostas qualificam essa escolha: A16 afirma utilizar peça “justa sem ser apertada”, enquanto A33 menciona uma peça “justa, porém confortável”. Assim, os dados sugerem que a modelagem é acompanhada por outros critérios de adequação, como conforto e grau de ajuste ao corpo. Essa observação se aproxima da discussão apresentada no referencial sobre a moda

modesta, que não se restringe à formalidade, mas articula discrição, elegância, reverência e possibilidades contemporâneas de estilo.

Esse resultado também reforça a ideia de que o vestuário das mulheres evangélicas não pode ser compreendido exclusivamente a partir de regras formais. Rossi (2015), conforme discutido no referencial, destaca que os usos e costumes relacionados à igreja participam das escolhas de vestuário e podem variar de acordo com os cultos e eventos sociais. Ao mesmo tempo, o trabalho aponta que as escolhas não se resumem aos gostos individuais, envolvendo também normas sociais, pertencimento e adequação ao grupo. Na questão analisada, essa relação aparece de maneira indireta: há uma concentração em determinados comprimentos, mas coexistem diferentes modelagens e preferências individuais.

Por fim, os resultados podem ser compreendidos dentro da relação mais ampla entre moda, aparência e identidade social. Sant'Anna (2007) é mobilizada no referencial para compreender a aparência como elemento constitutivo de uma ética social, enquanto o trabalho também apresenta a moda evangélica como um campo no qual tradição religiosa e possibilidades contemporâneas de vestuário se articulam. Dessa perspectiva, o predomínio de determinados comprimentos, associado à diversidade de modelagens, sugere que as participantes compartilham certos parâmetros de adequação, mas não necessariamente um único estilo de vestir.

Assim, os resultados da questão 17 reforçam a coexistência entre modéstia, adequação ao contexto religioso e diversidade de estilos. O comprimento das peças apresenta maior concentração em torno do joelho ou abaixo dele, enquanto a modelagem demonstra maior flexibilidade, abrangendo peças rodadas, justas, retas e mais soltas. Dessa forma, os dados se aproximam da concepção de moda cristã apresentada no referencial teórico: um campo em que os usos e costumes religiosos estabelecem determinados parâmetros, mas no qual diferentes formas de expressão estética podem coexistir.

4.5.22 Decotes e saias curtas

As respostas da Questão 18 evidenciam uma distinção entre diferentes características das vestimentas no contexto religioso. Enquanto decotes e saias curtas foram predominantemente associados a roupas consideradas inadequadas ou pouco recomendáveis para o ambiente da igreja, as estampas foram, de modo geral, apresentadas como elementos aceitos e utilizados pelas participantes. Esse resultado sugere que os parâmetros de vestimenta identificados pelas respondentes não estão relacionados à ausência de elementos visuais ou à adoção de uma aparência necessariamente sóbria, mas principalmente a determinados critérios de exposição corporal e adequação ao espaço religioso.

Essa distinção encontra correspondência com a discussão apresentada por Lima (2020), segundo a qual a moda cristã apresenta diferentes possibilidades de estilo, mas realiza uma releitura

de elementos como decotes e comprimentos das peças a partir de princípios relacionados à modéstia e à decência. Assim, os resultados da pesquisa indicam que tais princípios podem atuar como referências para a seleção das roupas, especialmente no que diz respeito às características consideradas adequadas para a participação em atividades religiosas. A predominância de respostas que rejeitam decotes e saias curtas, portanto, está alinhada à compreensão apresentada pela autora de que a moda cristã não elimina necessariamente a diversidade estética, mas estabelece determinados parâmetros para sua expressão.

A discussão de Bourdieu, apresentada no referencial teórico, também contribui para compreender esse resultado ao considerar que as escolhas relacionadas à aparência são influenciadas por disposições socialmente construídas e pelos espaços de pertencimento. Nesse sentido, a roupa utilizada na igreja pode representar não apenas uma escolha individual, mas também uma forma de adequação às expectativas compartilhadas pelo grupo. Essa perspectiva se aproxima de Rossi (2015), que relaciona as escolhas de vestuário feminino às influências dos grupos sociais, dos usos e costumes e do sentimento de pertencimento. As respostas que afirmam que determinadas peças "não convêm" ou "não são apropriadas para a igreja" podem ser compreendidas nesse contexto, uma vez que associam a escolha da roupa às características específicas do ambiente religioso.

Ao mesmo tempo, as respostas não indicam a existência de uma compreensão completamente uniforme sobre o tema. Algumas participantes afirmaram que "nada é proibido" e que as escolhas devem ser realizadas "com bom senso", enquanto outras ressaltaram que a questão depende de cada pessoa ou fizeram distinções entre membros da igreja e visitantes. Também houve respostas que relativizaram a inadequação de determinadas peças, utilizando expressões como "não convém, mas vai de cada um" e "decotes com sabedoria". Essas manifestações são relevantes porque demonstram que os parâmetros de vestimenta podem coexistir com diferentes graus de autonomia individual, não sendo necessariamente percebidos pelas participantes como um conjunto rígido e uniforme de proibições.

Essa coexistência entre parâmetros coletivos e escolhas individuais também pode ser relacionada a Mesquita (2009), para quem o estilo envolve variáveis que emolduram diferentes modos de existência. Sob essa perspectiva, a participante pode reconhecer determinadas expectativas de adequação ao ambiente religioso e, simultaneamente, preservar formas próprias de escolha e expressão. O resultado observado na questão anterior, referente à diversidade de comprimentos e modelagens de saias e vestidos, reforça essa interpretação: a existência de parâmetros relacionados à modéstia não implica a eliminação da variedade estética.

A aceitação das estampas reforça essa diferenciação. Embora a maior parte das participantes tenha associado decotes e saias curtas à inadequação no ambiente da igreja, as estampas foram amplamente apresentadas como permitidas ou utilizadas. Esse resultado é compatível com a discussão

sobre a moda evangélica contemporânea apresentada no referencial teórico, na qual a modéstia não é necessariamente compreendida como oposição à estética, à diversidade ou à atualização das formas de vestir. Nesse sentido, a presença de estampas demonstra que a adequação religiosa pode ser construída por meio da combinação entre diferentes atributos da roupa, e não pela eliminação de toda expressão estética.

Assim, os resultados da Questão 18 indicam que, para as participantes, a adequação da vestimenta ao espaço religioso parece estar especialmente relacionada aos limites percebidos de exposição corporal, enquanto elementos como estampas permanecem incorporados às possibilidades de expressão estética. Esse resultado evidencia a articulação entre valores religiosos, normas sociais do grupo e escolhas individuais, mostrando que a vestimenta utilizada na igreja pode cumprir simultaneamente funções de adequação ao contexto, expressão da identidade e composição estética.

4.5.23 Atributos do vestuário

Esta seção apresenta a discussão dos resultados obtidos nas perguntas de múltipla escolha do segundo questionário, que investigaram os diferentes atributos e características levados em consideração pelas participantes no momento de escolher uma peça de vestuário. Diferentemente das discussões anteriores, construídas a partir de respostas abertas e de elaboração mais subjetiva, os resultados discutidos a seguir permitem uma leitura mais direta e quantificável das prioridades das entrevistadas, possibilitando um cruzamento mais objetivo com os atributos estéticos e funcionais do vestuário discutidos no capítulo 2 desta dissertação, como conforto, caimento, modéstia e estilo pessoal.

A Pergunta 19 do segundo questionário, de múltipla escolha, investigou quais atributos físicos e táteis as participantes consideram mais importantes na escolha de um tecido, sendo as opções apresentadas textura, peso e flexibilidade/elasticidade. Esses resultados dialogam de forma direta com a própria estrutura teórica proposta no capítulo 2 desta dissertação, que define especificamente esses três atributos como os atributos físicos e táteis do tecido, descrevendo a textura como responsável pela aparência visual e pelo toque do material, o peso como determinante do caimento da peça, e a flexibilidade/elasticidade como a capacidade do tecido de se moldar ao corpo e permitir liberdade de movimento.

A predominância da textura como atributo mais valorizado pelas participantes (71,43%) confirma, na prática, a centralidade desse elemento também na percepção teórica sobre a escolha do tecido, reforçando a ideia de que a experiência sensorial do vestuário — o toque e a aparência do material — é o aspecto mais imediatamente perceptível pelas consumidoras, mesmo diante das demais qualidades funcionais do tecido.

O elevado percentual de menções ao peso (63,27%) também confirma a relevância teórica desse atributo, associado diretamente ao caimento da peça, elemento amplamente discutido no capítulo 2 como determinante da qualidade estética e funcional do vestuário. Essa valorização do peso do tecido pode ainda ser relacionada, de forma indireta, aos resultados obtidos na Pergunta 12 desta pesquisa, na qual a rejeição a tecidos que "marcam" o corpo apareceu como um dos principais critérios de recusa das participantes: tecidos mais pesados e estruturados tendem a proporcionar justamente o caimento menos colado ao corpo associado à modéstia evangélica discutida ao longo desta dissertação.

Por fim, a flexibilidade/elasticidade, embora tenha sido o atributo menos citado entre os três (55,10%), ainda assim representa mais da metade da amostra, o que indica que a mobilidade e o conforto de movimento proporcionados pelo tecido também são considerados relevantes pelas participantes, mesmo em um contexto de vestuário associado à modéstia e à discrição. Esse resultado sugere que a escolha do tecido ideal para as mulheres evangélicas entrevistadas não se resume à busca por peças que não marquem o corpo, incorporando também critérios de conforto e funcionalidade amplamente discutidos na literatura de moda apresentada no capítulo 2, o que reforça o caráter multifacetado da relação dessas mulheres com o vestuário, equilibrando valores religiosos e critérios técnicos e sensoriais na escolha das peças que compõem seu guarda-roupa.

A Pergunta 20 do segundo questionário, de múltipla escolha, investigou quais atributos as participantes consideram importantes ao escolher uma peça de vestuário, entre as opções conforto, durabilidade, resistência à água e impermeabilidade, facilidade de cuidado e preocupação com a sustentabilidade na produção. Essas categorias correspondem diretamente aos atributos de desempenho, funcionalidade e manutenção do vestuário discutidos no capítulo 2 desta dissertação, o que permite um cruzamento direto entre os resultados obtidos e a fundamentação teórica.

A predominância do conforto como atributo mais valorizado (89,80%) confirma, mais uma vez, a centralidade desse critério já identificada em questões anteriores desta pesquisa, especialmente na Pergunta 16, na qual o conforto também se destacou como principal orientador da escolha de vestuário no cotidiano das participantes. A durabilidade, segundo atributo mais mencionado (71,43%), reforça a definição teórica apresentada no capítulo 2, segundo a qual a escolha certa do tecido é fundamental por influenciar diretamente a durabilidade da peça, além do conforto, do caimento e da funcionalidade, sugerindo que as participantes valorizam vestimentas capazes de acompanhar seu uso ao longo do tempo, e não peças de caráter descartável.

Esse resultado dialoga diretamente com a discussão sobre moda e sustentabilidade apresentada no capítulo 2, que contrapõe o modelo de consumo desenfreado promovido pelas fast fashions ao conceito de Slow Fashion, definido como um modelo de consumo mais consciente, preocupado com o tempo de uso das roupas e com a comunidade envolvida em sua produção. Embora

apenas 16,33% das participantes tenham indicado diretamente a preocupação com a sustentabilidade na produção do vestuário como critério de escolha, a elevada valorização da durabilidade sugere uma aproximação indireta com os princípios do Slow Fashion, ainda que essa conexão não seja verbalizada de forma consciente pela maioria das entrevistadas como uma questão ambiental.

Esse achado também reforça a discussão teórica apresentada na seção "A sustentabilidade e a moda nas igrejas", que aponta, com base em Proença (2002), a relativa ausência do tema da sustentabilidade nas atividades das igrejas evangélicas, uma vez que o foco institucional tende a estar voltado à santificação e aos preceitos bíblicos, e não a pautas ambientais. O baixo percentual de participantes que associou a escolha do vestuário à sustentabilidade da produção corrobora essa constatação teórica, sugerindo que, embora o cuidado com o planeta seja reconhecido no capítulo 2 como um valor cristão pouco explorado institucionalmente, essa preocupação ainda não se traduz, de forma expressiva, no comportamento de consumo relatado pelas próprias participantes desta pesquisa.

Por fim, os atributos de resistência à água e impermeabilidade (24,49%) e facilidade de cuidado (51,02%) reforçam a dimensão prática e funcional já identificada como predominante no comportamento cotidiano das participantes, coerente com a discussão apresentada no capítulo 2 sobre a importância de conhecer as qualidades funcionais do tecido para além de sua composição estética, garantindo praticidade no manuseio e na manutenção das peças no dia a dia dessas mulheres.

A Pergunta 22 do segundo questionário, de múltipla escolha, investigou quais qualidades as participantes consideram desejáveis ao adquirir uma peça de vestuário, sendo esta primeira parte dedicada especificamente às qualidades técnicas do produto: facilidade de armazenar e transportar, facilidade de uso, facilidade de lavar e conservar, e resistência e durabilidade. Essas quatro categorias reproduzem, de forma direta, os Critérios Técnicos do instrumento de avaliação ergonômica de produtos apresentado por Iida (2005) e discutido no capítulo 2 desta dissertação, o que permite um cruzamento particularmente preciso entre os resultados obtidos e a fundamentação teórica.

A facilidade de uso foi o critério mais valorizado pelas participantes (63,27%), seguido de perto pela resistência e durabilidade (59,18%), enquanto a facilidade de lavar e conservar (53,06%) e a facilidade de armazenar e transportar (32,65%) aparecem em posições subsequentes. Esse resultado tem implicação direta para o Planejamento e Desenvolvimento Produtivo (PDP) de coleções voltadas a esse nicho, discutido no capítulo 2 com base em Iida e Guimarães (2016): a priorização de durabilidade e facilidade de manutenção por mais da metade da amostra sugere que uma coleção de moda evangélica bem-sucedida deveria investir preferencialmente em tecidos e acabamentos que resistam a lavagens frequentes e ao uso prolongado, em vez de priorizar materiais de menor custo e vida útil mais curta, típicos da lógica de fast fashion criticada no capítulo 2 com base em Gregori e Maier (2023).

Essa priorização técnica também dialoga diretamente com os dados de mercado apresentados na fundamentação teórica: segundo a pesquisa Gospel Power (2025), citada no capítulo 2, 58% dos evangélicos afirmam que a fé influencia suas decisões de compra e declaram estar dispostos a pagar mais por produtos alinhados aos seus valores, e três em cada dez já boicotaram marcas cuja produção contraria suas convicções. Esse comportamento de consumo mais criterioso, somado à valorização técnica da durabilidade identificada nesta pesquisa, indica que marcas voltadas a esse nicho, que já movimenta R$ 21,5 bilhões por ano no Brasil — têm espaço econômico para investir em matéria-prima de melhor qualidade, ainda que isso implique um custo de produção mais elevado, uma vez que a consumidora evangélica já demonstra disposição a pagar mais por peças alinhadas às suas expectativas, sejam elas religiosas ou técnicas.

Por fim, a menor valorização da facilidade de armazenar e transportar (32,65%) sugere que, no planejamento de coleção, esse critério pode ocupar posição secundária frente aos demais, sem que isso comprometa significativamente a aceitação do produto por parte dessa consumidora, permitindo que os esforços de desenvolvimento técnico se concentrem prioritariamente na durabilidade, na facilidade de uso e na manutenção das peças, os três critérios que, segundo os resultados desta pesquisa, mais pesam na decisão de compra dessa consumidora.

A segunda parte da Pergunta 22 investigou os critérios de usabilidade considerados desejáveis pelas participantes na aquisição de uma peça de vestuário, reproduzindo diretamente os Critérios de Usabilidade do instrumento de avaliação ergonômica de Iida (2005), discutido no capítulo 2: aspectos cognitivos (facilidade de usar e manipular), pontos de estresse/dores (relacionados à modelagem, aos recortes, às costuras e aos fechamentos), conforto e segurança (adequação antropométrica e biomecânica), e função de uso (eficácia do produto em sua finalidade principal).

O critério mais valorizado pelas participantes foi conforto e segurança (46,94%), seguido pela função de uso (40,82%) e pelos aspectos cognitivos (38,78%), com os pontos de estresse/dores em último lugar entre os critérios respondidos (28,57%). Essa hierarquia tem implicações diretas para o desenvolvimento de produto voltado a esse nicho de mercado: segundo Reilly (2010), citado no capítulo 2, o nível de conforto entre o corpo humano e o vestuário depende de princípios de fabricação centrados no usuário, capazes de absorver os estudos ergonômicos ao longo da elaboração do produto. A predominância do conforto e segurança nas respostas reforça que, no planejamento de coleção para a consumidora evangélica, a adequação antropométrica da modelagem, ou seja, o ajuste correto às medidas e aos movimentos do corpo, deve ser tratada como requisito central do projeto, e não como um diferencial secundário frente à estética da peça.

A valorização da função de uso, por sua vez, sugere que essa consumidora avalia a peça também pela sua eficácia prática no contexto em que será utilizada — o culto, o trabalho ou o dia a dia —, o que reforça a importância de testes de aceitação pelo usuário no processo de

desenvolvimento, prática que, segundo Montemezzo (2003), discutida no capítulo 2, costuma ser preterida pela indústria do vestuário devido aos altos custos envolvidos, mas que, para esse nicho específico, parece particularmente relevante dado o peso que as próprias participantes atribuem a esse critério.

Já os pontos de estresse/dores, embora tenham sido o critério menos citado, ainda assim aparecem na resposta de mais de um quarto da amostra, o que indica atenção da consumidora aos detalhes construtivos da peça (modelagem, recortes, costuras e fechamentos), aspecto que dialoga diretamente com os resultados obtidos na Pergunta 12 desta pesquisa, relativa à rejeição de tecidos e ajustes que marcam o corpo: no planejamento de coleção, esse dado reforça a necessidade de recortes e fechamentos que não apenas confiram bom caimento, mas que evitem pontos de tensão ou desconforto associados a peças excessivamente ajustadas, unindo o critério técnico de usabilidade ao valor religioso de modéstia já amplamente identificado ao longo desta pesquisa.

Por fim, a valorização relevante dos aspectos cognitivos — a facilidade de usar e manipular a peça — sugere que fechamentos práticos (como zíperes, botões ou elásticos de fácil manuseio) devem ser priorizados no desenvolvimento de produto voltado a essa consumidora, especialmente considerando a rotina de trocas de roupa associada à frequência semanal aos cultos e demais atividades da igreja, relatada ao longo das respostas desta pesquisa.

A terceira e última parte da Pergunta 22 investigou os critérios estéticos considerados desejáveis pelas participantes na aquisição de uma peça de vestuário, reproduzindo os Critérios Estéticos do instrumento de Iida (2005), discutido no capítulo 2: aspectos estético-formais (formas, cores e relação com a temática de inspiração), aspectos sensoriais e emocionais (tato, pressão, temperatura) e aspectos sociais, culturais e simbólicos (capacidade de representação de poder, status e comunicação no contexto social do consumidor).

Os aspectos estético-formais foram o critério mais valorizado (53,06%), seguidos pelos aspectos sensoriais e emocionais (38,78%) e, por último, pelos aspectos sociais, culturais e simbólicos (28,57%). Essa hierarquia é particularmente relevante para o planejamento de coleção voltado a essa consumidora: a predominância dos aspectos formais, como forma, cor e composição, sobre a dimensão simbólica indica que, na prática de desenvolvimento de produto, a coerência visual da peça (silhueta, paleta de cores e proporção) deve ser tratada como prioridade de projeto, funcionando como a porta de entrada da aceitação estética da consumidora, antes mesmo de qualquer comunicação simbólica mais explícita sobre fé ou pertencimento religioso.

Esse resultado também reforça a discussão de Castilho (2005), apresentada no capítulo 2, sobre a linguagem da moda ser construída a partir de formas, volumes, texturas, cores e materiais têxteis, elementos que compõem justamente os aspectos estético-formais mais valorizados pelas participantes. Ao mesmo tempo, a posição secundária ocupada pelos aspectos sociais, culturais e

simbólicos dialoga diretamente com os resultados obtidos na Pergunta 10 desta pesquisa, na qual a maioria das participantes rejeitou a cor como critério de julgamento sobre o caráter das pessoas: assim como a cor não é vista como portadora de mensagem moral por grande parte da amostra, a dimensão simbólica da roupa também não é, para a maioria, o critério mais determinante na escolha de compra, reforçando que a consumidora evangélica avalia a peça primeiramente pela sua qualidade estética visual, e não pelo que ela comunica socialmente sobre sua identidade religiosa.

Ainda assim, o fato de quase 30% da amostra valorizar os aspectos simbólicos sugere que existe um nicho relevante para o qual a comunicação identitária da peça, como referências discretas à fé, cortes que remetam à tradição religiosa ou coleções vinculadas a datas do calendário evangélico, pode representar um diferencial estratégico de mercado, especialmente considerando o dado já discutido nesta pesquisa de que 58% dos evangélicos afirmam que a fé influencia suas decisões de compra, segundo a pesquisa Gospel Power (2025) citada no capítulo 2. Para o planejamento de coleção, isso sugere uma estratégia de duas camadas: uma linha de base fundamentada primordialmente na qualidade estético-formal e sensorial da peça, capaz de atender à maioria das consumidoras, complementada por uma linha ou cápsula de coleção com maior carga simbólica explícita, voltada a esse nicho mais consciente e engajado religiosamente na decisão de compra.

4.5.24 Estilo pessoal

A Pergunta 21 do segundo questionário, de múltipla escolha, investigou qual estilo pessoal as participantes consideram ter, entre as cinco categorias de estilo universais femininos apresentadas no capítulo 2 desta dissertação: elegante, tradicional, casual, criativo e romântico. Por permitir múltiplas seleções, os percentuais a seguir, calculados com base no total da amostra (N = 49), somam mais de 100%.

O estilo elegante foi o mais frequentemente indicado pelas participantes (57,14%), o que dialoga diretamente com a definição teórica apresentada no capítulo 2, segundo a qual esse estilo transborda sofisticação e é caracterizado pelo investimento em tecidos de bom caimento, acessórios atemporais e looks discretos, como o preto e o branco. Essa predominância confirma, na prática, um padrão já observado ao longo de toda esta pesquisa: a valorização da elegância discreta, coerente com os resultados obtidos nas Perguntas 1 e 8, relacionados à predominância de cores neutras, e com os resultados da Pergunta 12, referentes à rejeição de tecidos que expõem ou marcam o corpo.

O estilo casual (48,98%) e o estilo tradicional (46,94%) aparecem logo em seguida, com incidência bastante próxima entre si. A alta adesão ao estilo casual, definido no capítulo 2 pelo equilíbrio entre conforto e praticidade, sem abrir mão das tendências da moda, confirma diretamente os resultados obtidos na Pergunta 16, na qual o conforto se destacou como o principal critério de

escolha do vestuário cotidiano das participantes. Já o estilo tradicional, descrito na fundamentação teórica como marcado por linhas retas, cores sóbrias e sobriedade elegante, reforça a permanência dos valores de modéstia e discrição já amplamente discutidos ao longo desta pesquisa, sendo o estilo que mais diretamente incorpora, em sua definição teórica, os atributos estéticos associados à modéstia evangélica.

Por fim, os estilos criativos (32,65%) e romântico (28,57%) apresentaram menor incidência entre as participantes, o que é coerente com suas definições teóricas: o estilo criativo, descrito como mais ousado e experimental, com uso de estampas variadas e misturas de épocas, e o estilo romântico, associado à feminilidade vintage e a elementos como babados, rendas e transparências, tendem a se afastar mais da sobriedade característica do vestuário evangélico identificada ao longo desta pesquisa. Ainda assim, o fato de quase um terço da amostra ter se identificado com o estilo criativo, e mais de um quarto com o estilo romântico, sugere que uma parcela relevante das participantes não se limita exclusivamente aos estilos mais discretos, reforçando a diversidade estética já constatada em resultados anteriores desta pesquisa, especialmente na Pergunta 8, referente à percepção de diversidade cromática no vestuário coletivo da igreja.

4.5.25 Sustentabilidade

Os resultados das Perguntas 23 e 24 permitem aprofundar a discussão sobre moda e sustentabilidade apresentada no capítulo 2 desta dissertação, especificamente na seção que trata da relação entre esse tema e o universo evangélico. A ampla declaração de preocupação com a sustentabilidade do planeta na Pergunta 23, contrastada com a concentração das práticas relatadas na Pergunta 24 em ações de baixo custo e fácil execução, como a doação de roupas, confirma diretamente a constatação de Proença (2002), citada no capítulo 2, sobre a relativa ausência do tema da sustentabilidade nas atividades institucionais das igrejas evangélicas. Essa lacuna institucional parece se refletir também no comportamento individual das participantes, que demonstram reconhecer a importância do tema, mas nem sempre convertem esse reconhecimento em práticas de consumo mais elaboradas.

A predominância do DSC 1, centrado na doação de roupas, dialoga com a discussão apresentada no capítulo 2 sobre o Slow Fashion, modelo de consumo mais consciente que, segundo Fletcher (2007), se preocupa com o tempo de uso das roupas e com a comunidade envolvida em sua produção e descarte. A doação, embora seja uma prática mais simples do que a escolha deliberada de materiais sustentáveis ou marcas responsáveis, cumpre justamente a função de prolongar o ciclo de vida da peça e evitar seu descarte incorreto, problema apontado no capítulo 2 com base em Ferreira e Ricardo (2026) como um dos principais impactos ambientais da indústria têxtil. Nesse sentido, a

doação pode ser compreendida como uma prática já alinhada, ainda que talvez não conscientemente, aos princípios discutidos teoricamente sobre consumo consciente.

O DSC 2, relacionado ao cuidado e à conservação prolongada das peças, reforça ainda mais essa aproximação com o Slow Fashion, já que a extensão da vida útil da roupa é apontada por Fletcher (2007) como um dos pilares desse modelo de consumo, em contraposição direta à lógica das fast fashions, discutida no capítulo 2 com base em Gregori e Maier (2023) como um sistema de produção desenfreado e de descarte acelerado. A recorrência desse discurso entre as participantes sugere que, mesmo sem nomear tecnicamente o conceito de Slow Fashion, uma parcela relevante da amostra já prática, de forma intuitiva, princípios centrais desse modelo.

Por outro lado, o DSC 3, que reúne discursos de baixa preocupação ou pouca ação concreta, e o elevado número de participantes que não respondeu à Pergunta 24, reforçam a leitura teórica de que, apesar do cuidado com o planeta ser reconhecido no capítulo 2 como um valor cristão, conforme argumentado por Brissos-Lino (2023), esse valor esbarra em crenças escatológicas específicas do meio evangélico, como a expectativa da volta de Jesus Cristo e a interpretação de desastres ambientais como eventos previstos biblicamente, o que pode contribuir para uma relativização da urgência do tema entre parte das fiéis.

Por fim, os DSCs 4, 5 e 6, relacionados respectivamente à reutilização por meio de brechó, ao consumo consciente e criterioso e à customização de peças, embora minoritários, indicam a existência de um núcleo de participantes já alinhado a práticas mais elaboradas de sustentabilidade, incluindo a pesquisa sobre fabricantes e materiais, mencionada no DSC 5, o que dialoga diretamente com o comportamento de consumo mais criterioso já discutido nesta pesquisa a partir dos dados do Gospel Power (2025), segundo os quais o consumidor evangélico é exigente e disposto a considerar a origem e os valores por trás dos produtos que adquire. Esse núcleo, embora ainda minoritário, representa um caminho relevante para futuras iniciativas de educação ambiental dentro das igrejas evangélicas, tal como sugerido no capítulo 2 desta dissertação.

5 ATRIBUTOS ESTÉTICOS, FUNCIONAIS E ERGONÔMICOS PARA A CRIAÇÃO DE PEÇAS DE VESTUÁRIO SUSTENTÁVEL A SEREM UTILIZADAS PELAS MULHERES DAS IGREJAS EVANGÉLICAS

O capítulo 5 apresenta os atributos estéticos, funcionais e ergonômicos para a criação de peças de vestuário sustentável a serem utilizadas pelas mulheres das igrejas evangélicas por meio de uma revista catálogo no formato *e-book*. O desenvolvimento de peças de vestuário sustentável para mulheres das igrejas evangélicas deve considerar aspectos estéticos, funcionais e ergonômicos, ligados aos princípios da sustentabilidade. Esses atributos orientam a criação de produtos que atendam às necessidades das usuárias, conciliando aparência, conforto, praticidade, identidade e durabilidade.

Os atributos estéticos correspondem aos elementos relacionados à aparência e à percepção da peça, como formas, cores, estampas, texturas, proporções e acabamentos. No presente projeto, esses elementos também contribuem para a expressão da identidade e dos valores das usuárias. Dessa forma, a estética ultrapassa a questão visual e participa da construção de uma relação de identificação entre a mulher e o vestuário.

Os atributos funcionais estão relacionados à capacidade da roupa de cumprir adequadamente sua finalidade. Envolvem praticidade, resistência, durabilidade, facilidade de manutenção e possibilidade de diferentes combinações. Silveira (2008) destaca que a usabilidade do vestuário depende da consideração de fatores técnicos e funcionais durante o desenvolvimento do produto, favorecendo uma relação mais adequada entre a peça e sua usuária.

Os atributos ergonômicos, por sua vez, estão relacionados à interação entre o corpo e o vestuário, considerando aspectos como conforto, caimento, liberdade de movimento e adequação às características corporais. A ergonomia, portanto, contribui para que as peças sejam adequadas às diferentes situações de uso. Segundo a ISO 9241-11 (2018), a usabilidade está relacionada à eficácia, eficiência e satisfação obtidas pelo usuário em determinado contexto de utilização. No vestuário, esses princípios podem ser associados à facilidade e ao conforto proporcionados pela peça.

A sustentabilidade amplia essa perspectiva ao considerar não apenas os materiais utilizados, mas também a durabilidade e o tempo de uso dos produtos**.** A Ellen MacArthur Foundation (2021) ressalta a importância de projetar produtos para serem utilizados por mais tempo, considerando sua durabilidade física e emocional. Nessa mesma direção, Viggiani e Moura (2026) apontam a importância da integração entre sustentabilidade, ergonomia e desenvolvimento de produtos de moda, buscando equilibrar estética, conforto, usabilidade e práticas sustentáveis.

Esses princípios são apresentados neste projeto por meio de uma revista catálogo em formato de e-book**,** desenvolvida como instrumento visual e informativo para orientar a criação de peças

destinadas às mulheres das igrejas evangélicas. O material apresenta conceitos relacionados à identidade, conforto, funcionalidade, resistência e escolhas conscientes. Entre os conteúdos, destacam-se os conceitos “Sentir-se bem”**,** relacionado a conforto, caimento e movimento, e “Funcionar bem”, associado à praticidade, resistência e durabilidade.

Assim, os atributos estéticos, funcionais e ergonômicos constituem diretrizes complementares para o desenvolvimento das peças propostas. A integração desses aspectos permite criar um vestuário que associe beleza, identidade, conforto, funcionalidade e sustentabilidade, contribuindo para produtos mais adequados às necessidades das usuárias e para uma relação mais duradoura com o vestuário.

A seguir, o resultado apresentado no *e-book*: Atributos para uma coleção cristã sustentável, como exibido nas Figuras 48 a 59.

Em conformidade com as diretrizes de integridade científica do CNPq (Portaria nº 2.664/2026), declaro o uso da inteligência artificial *Chat GPT* neste capítulo para direcionamento da organização das informações textuais produzidas pelo autor com o conteúdo presente na fundamentação teórica desta dissertação. A responsabilidade sobre os resultados é sempre do pesquisador, independente das ferramentas utilizadas no processo.

Figura *48* - Capa Revista Catálogo Atributos para uma Coleção Cristã Sustentável



Figura 49 - Sumário



Figura *50* - Da escuta ao design



Figura *51* - O nosso compromisso com a sustentabilidade



Figura 52 - Ser vista



Figura 53 - Sentir-se bem



Figura *54* - Vestir com propósito



Figura 55 - Funcionar bem



Figura *56* - Expressar identidade



Figura 57 - Escolher Materiais



Figura 58 - Consumir melhor

REVISTA • CATÁLOGO

07 — CONSUMIR MELHOR

Cuidar • conservar • doar • reutilizar

A sustentabilidade aparece em atitudes simples do cotidiano:

Doar • comprar em brechós • customizar • consertar • reaproveitar • conservar.

→ *Para criar*

Peças feitas para durar, combinar, cuidar e permanecer.











O QUE SE DESTACA

DOAR
estende o ciclo das peças.

COMPRAR EM BRECHÓS
valoriza o que já existe e reduz o impacto ambiental.

CUSTOMIZAR
dá nova vida ao que você já tem.

CONSERTAR
evita o descarte precoce e aumenta a durabilidade.

REAPROVEITAR
transforma resíduos em novas possibilidades.

CONSERVAR
mantém a qualidade e o valor por mais tempo.

Mais do que tendência, é um estilo de vida que respeita o presente e o futuro.

10

Figura 59 - Sustentabilidade na moda

REVISTA • CATÁLOGO



08 — SUSTENTABILIDADE NA MODA

Cuidar • criar • conservar • transformar

A moda também pode ser uma forma de cuidado.

Cada tecido escolhido, cada peça produzida e cada recurso utilizado carrega uma responsabilidade. Para nós, cristãos, cuidar da criação não é apenas uma tendência: é parte do chamado que Deus nos confiou.

> *"Tomou, pois, o Senhor Deus o homem e o colocou no jardim do Éden para o cultivar e o guardar."*
>
> GÊNESIS 2:15

MATERIAIS NATURAIS
Tecidos que respeitam o meio ambiente e a sua pele.

PROCESSOS MAIS LIMPOS
Menor uso de água, energia e produtos químicos.

PRODUÇÃO RESPONSÁVEL
Valorização das pessoas e das comunidades envolvidas.

CICLO MAIS LONGO
Peças duráveis, versáteis e atemporais.

CONSUMO CONSCIENTE
Escolhas que reduzem o desperdício e ampliam o impacto positivo.

Produzir artigos de moda de maneira mais consciente significa olhar além da beleza de uma peça. É pensar em como ela é feita, quais recursos utiliza, quanto tempo pode durar e o que acontecerá com ela depois do uso.

→ *Uma moda que cuida*

Criar com propósito é valorizar os recursos que Deus criou, respeitar o trabalho envolvido na produção e buscar escolhas que reduzam desperdícios e impactos desnecessários.

11

Figura *60* - Sustentabilidade em todas as escolhas

REVISTA • CATÁLOGO

09 — SUSTENTABILIDADE EM TODAS AS ESCOLHAS

Do propósito à prática, em todo o ciclo.

A sustentabilidade não é apenas uma etapa da produção, mas um princípio que se conecta a todos os atributos que você conheceu na página anterior. Ela está presente em cada escolha, desde o que vestimos até o que fazemos com aquilo que já não usamos mais.

Quando aplicamos a sustentabilidade em todas as etapas, transformamos moda em impacto positivo.





O CICLO DA SUSTENTABILIDADE



Sustentabilidade é um ciclo.

Cada escolha fortalece a próxima etapa e gera um impacto positivo que se multiplica.

COMO A SUSTENTABILIDADE SE CONECTA AOS SEUS ATRIBUTOS

01 — SER VISTA

Elegância, feminilidade e identidade também se expressam em escolhas conscientes.

Materiais de qualidade, com menor impacto ambiental.

02 — SENTIR-SE BEM

Conforto e bem-estar vão além do toque: começam na forma como o produto é feito e no impacto que gera.

Tecidos naturais e processos responsáveis.

03 — VESTIR COM PROPÓSITO

Modelista e docência andam juntas com práticas éticas e sustentáveis.

Produção justa e materiais seguros.

04 — FUNCIONAR BEM

Resistência e durabilidade também são formas de sustentabilidade.

Peças bem feitas para durar mais.

05 — EXPRESSAR IDENTIDADE

A estética ganha ainda mais valor quando reflete valores reais.

Beleza com sentido e impacto positivo.

06 — ESCOLHER MATERIAIS

O que você veste também é uma escolha pelo planeta.

Fibras naturais, seguras e de baixo impacto.

07 — CONSUMIR MELHOR

Reutilizar, doar, consertar e conservar fazem parte de um estilo de vida mais consciente.

Peças que acompanham você por muito tempo.

12

Figura *61* - Beleza que permanece



Figura 59 – Créditos

REVISTA · CATÁLOGO

CRÉDITOS

Universidade Estadual de Santa Catarina

Mestrado Profissional em Design de Vestuário e Moda

Orientando:
Thiago Augusto de Oliveira Roese

Orientadora:
Icléia Silveira

Banca:
Daniela Novelli
Jacqueline Keller





DECLARAÇÃO DE USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Em conformidade com as diretrizes de integridade científica do CNPq (Portaria nº 2.664/2026), afirmo que o e-book foi produzido por a inteligência artificial *Chat GPT* em relação as imagens e design com as informações da pesquisa da dissertação colhidas no capítulo 4.

Agradeço a todos que, com suas contribuições, tornaram esta pesquisa possível.

6 CONCLUSÃO

A amostra selecionada para a pesquisa foi formada pelos dirigentes e mulheres da igreja Assembleia de Deus Itacorubi, Florianópolis, Santa Catarina. Do ponto de vista da análise dos resultados, construiu-se o Discurso do Sujeito Coletivo, ao listarem-se as ideias centrais e as expressões chave coincidentes ou semelhantes, para o desenvolvimento do conhecimento compartilhado. As principais ideias Centrais destacaram: os atributos estéticos, ergonômicos e funcionais da pesquisa e o olhar para a sustentabilidade.

Esta pesquisa teve como objetivo propor atributos estéticos, funcionais e ergonômicos para a criação de peças de vestuário sustentável a serem utilizadas pelas mulheres para igrejas evangélicas. Para alcançar esse propósito, foram desenvolvidos estudos teóricos sobre moda, consumo feminino, moda evangélica, usos e costumes religiosos, linguagem das roupas, ergonomia, atributos dos produtos de vestuário e sustentabilidade. Esses conhecimentos foram articulados com a pesquisa de campo realizada com mulheres da Igreja Assembleia de Deus e com representantes da instituição, cujos resultados fundamentaram a elaboração de uma revista catálogo em formato de e-book, apresentada no capítulo 5.

A investigação permitiu compreender que o vestuário ultrapassa sua função de proteção e cobertura do corpo, constituindo também um meio de expressão da identidade, dos valores, das crenças e do pertencimento social. No contexto das mulheres evangélicas, a escolha das roupas envolve a relação entre preferências pessoais, tendências da moda, conforto, necessidades cotidianas e princípios religiosos. Dessa forma, a criação de produtos para esse público requer uma compreensão integrada dos aspectos culturais, simbólicos, estéticos, funcionais e ergonômicos que participam da experiência de vestir.

Em relação ao primeiro objetivo específico da fundamentação teórica, que consistiu em abordar o contexto da moda e o consumo feminino, verificou-se que as transformações históricas e sociais modificaram as formas de produzir, comercializar e consumir vestuário. A moda passou a desempenhar um papel importante na construção da identidade individual e coletiva, enquanto o consumo feminino adquiriu novas características relacionadas à autonomia, à expressão pessoal e ao acesso às tendências, inclusive por meio dos ambientes digitais. Entretanto, as decisões de compra não se limitam à aparência ou à novidade: também envolvem fatores econômicos, sociais, culturais e emocionais. Essa compreensão contribuiu para situar a consumidora evangélica como um público que possui necessidades específicas, mas que também participa das transformações contemporâneas da moda.

Quanto ao segundo objetivo, referente à contextualização da moda evangélica feminina e do comportamento de consumo, a fundamentação teórica e os resultados da pesquisa de campo eviden-

ciaram que esse segmento apresenta diversidade de estilos, preferências e práticas. A moda evangélica não pode ser compreendida como um conjunto homogêneo de roupas tradicionais, pois as mulheres procuram conciliar os valores religiosos com a elegância, a feminilidade, a praticidade e a expressão de suas individualidades. Os resultados indicaram a presença de referências aos estilos elegante, casual e tradicional, sem excluir manifestações criativas e românticas. Assim, existe espaço para o desenvolvimento de produtos contemporâneos que respeitem os valores das consumidoras e ofereçam variedade estética.

O terceiro objetivo específico buscou destacar as normas de usos e costumes relacionadas ao vestuário para frequentar templos religiosos. As entrevistas com representantes da Igreja Assembleia de Deus contribuíram para compreender que, no contexto institucional investigado, não foi identificado um código formal específico de vestimenta, embora sejam reconhecidas orientações de caráter bíblico relacionadas à modéstia, ao pudor e à decência. Os questionários também demonstraram que a percepção sobre a existência de regras não é uniforme entre as participantes. Enquanto parte delas reconhece normas implícitas, outras afirmam não existir um código de vestimenta propriamente dito. Essa diferença evidencia que as orientações sobre o vestir podem ser interpretadas de distintas maneiras, conforme as experiências individuais e o contexto religioso.

A observação não participante complementou essas informações ao possibilitar o acompanhamento das práticas de vestuário durante cultos e atividades sociais. Foram percebidas diferenças entre gerações, tanto na composição dos looks quanto nas referências estéticas e nas práticas de consumo. As mulheres mais jovens demonstraram maior aproximação com tendências digitais e combinações contemporâneas, enquanto, entre as participantes de 40 a 50 anos, foram observadas referências mais clássicas, e, entre as mulheres acima de 60 anos, maior presença de elementos tradicionais. Essas observações devem ser compreendidas no contexto da comunidade pesquisada, não como características universais de cada faixa etária. Ainda assim, reforçam a importância de considerar a diversidade geracional durante o desenvolvimento de produtos de moda evangélica.

No que se refere ao quarto objetivo, que abordou o código do vestir e a linguagem das roupas, constatou-se que as peças comunicam significados que ultrapassam seus atributos materiais. Cores, formas, estampas, texturas, comprimentos e modelagens participam da construção de mensagens relacionadas à identidade, à feminilidade, à religiosidade e ao pertencimento. No ambiente investigado, a adequação religiosa foi associada principalmente à modéstia e à discrição, sem representar necessariamente a ausência de variedade estética. A aceitação de estampas, por exemplo, coexistiu com a compreensão predominante de que decotes e saias curtas não são apropriados ou recomendados para o contexto da igreja. Desse modo, o projeto de vestuário deve considerar não apenas a aparência isolada da peça, mas também seus significados e sua adequação às situações de uso.

O quinto objetivo específico consistiu em identificar atributos estéticos, funcionais e ergonômicos para o uso do vestuário. Os resultados do segundo questionário permitiram reconhecer prioridades relevantes para o desenvolvimento dos produtos. Entre os atributos físicos e táteis dos tecidos, a textura foi mencionada por 71,43% das participantes, seguida pelo peso, com 63,27%, e pela flexibilidade ou elasticidade, com 55,10%. Esses dados demonstram a importância da experiência sensorial, do caimento e da capacidade do material de acompanhar os movimentos corporais.

Em relação aos atributos técnicos, a facilidade de uso foi apontada por 63,27% das participantes, seguida pela resistência e durabilidade, com 59,18%, pela facilidade de lavar e conservar, com 53,06%, e pela facilidade de armazenar e transportar, com 32,65%. Quanto aos critérios de usabilidade, conforto e segurança foram mencionados por 46,94% das respondentes, enquanto a função de uso foi indicada por 40,82% e os aspectos cognitivos, relacionados à facilidade de usar e manipular a peça, por 38,78%. Os resultados demonstram que a escolha do vestuário envolve a avaliação conjunta de características técnicas, sensoriais e ergonômicas.

Esses achados permitem concluir que o desenvolvimento de peças para esse público deve priorizar modelagens que favoreçam o caimento adequado e a liberdade de movimento, materiais agradáveis ao toque e soluções que facilitem o uso e a conservação. Também é necessário considerar a adequação das peças às diferentes características corporais e situações cotidianas, evitando que a busca por uma aparência desejada comprometa o conforto e a funcionalidade. Portanto, os atributos estéticos, funcionais e ergonômicos devem ser considerados de maneira complementar, e não como dimensões independentes.

O sexto objetivo, referente à relação entre as mulheres religiosas e a moda evangélica, foi atendido ao se observar que as escolhas de vestuário são construídas na interação entre valores religiosos, experiências pessoais, preferências estéticas e relações sociais. As participantes demonstraram que é possível buscar roupas atuais sem abandonar os princípios considerados importantes para sua vivência da fé. Ao mesmo tempo, as diferenças de idade, estilo e interpretação dos usos e costumes revelam que não existe uma única maneira de expressar a identidade evangélica por meio das roupas. Para o design de moda, essa constatação reforça a necessidade de desenvolver produtos que contemplem diferentes preferências, mantendo atenção às características e aos contextos de uso identificados na pesquisa.

Por fim, o sétimo objetivo específico buscou verificar como a utilização das roupas pode contribuir para a sustentabilidade na moda. Os resultados demonstraram que essa contribuição não depende exclusivamente da escolha de matérias-primas consideradas ecológicas. A durabilidade, a conservação adequada, a doação, a reutilização e o prolongamento da vida útil das peças também constituem práticas relevantes. As respostas discursivas indicaram que a doação de roupas e o cuidado

para utilizá-las por mais tempo estão entre as práticas reconhecidas pelas participantes. Em contrapartida, a pesquisa identificou uma distância entre a preocupação geral com a sustentabilidade e sua incorporação sistemática nas decisões de compra, uma vez que a escolha de materiais ecológicos e a investigação sobre fabricantes apareceram de forma minoritária.

Essa constatação evidencia uma oportunidade para aproximar a sustentabilidade do cotidiano das consumidoras por meio de orientações acessíveis sobre conservação, reparo, reutilização e consumo consciente. No desenvolvimento de produtos, isso implica valorizar peças resistentes, versáteis e capazes de permanecer relevantes por mais tempo. A sustentabilidade, portanto, deve ser considerada desde a definição dos materiais e da modelagem até as possibilidades de uso, manutenção e destinação posterior das roupas.

No que diz respeito aos objetivos específicos relacionados ao caminho metodológico, a observação não participante, as entrevistas e os questionários possibilitaram reunir diferentes perspectivas sobre o vestuário das mulheres da Igreja Assembleia de Deus. A observação contribuiu para identificar práticas concretas de vestir em situações religiosas e sociais, enquanto as entrevistas com representantes da instituição permitiram conhecer as orientações relacionadas à modéstia, ao pudor e à decência. A articulação dessas informações com os relatos das participantes possibilitou compreender tanto as orientações institucionais quanto as interpretações individuais sobre o vestir.

A seleção de mulheres de diferentes faixas etárias, abrangendo participantes acima de 60 anos, de 40 a 50 anos e de 18 a 30 anos, também contribuiu para reconhecer diferenças nas perspectivas, prioridades e preferências relacionadas ao vestuário. A análise comparativa evidenciou a coexistência de referências tradicionais e contemporâneas, reforçando a importância de não limitar o desenvolvimento de produtos a um único perfil de consumidora. Por sua vez, foram identificados os atributos considerados importantes pelas mulheres da Igreja Assembleia de Deus para a escolha de peças de vestuário por meio das entrevistas e questionários realizados.

A combinação dos procedimentos metodológicos mostrou-se pertinente ao propósito da pesquisa, pois permitiu confrontar as orientações institucionais, as práticas observadas e as percepções das consumidoras. Os dados qualitativos contribuíram para compreender os significados atribuídos ao vestir, enquanto os resultados quantitativos auxiliaram na identificação das características mais valorizadas pelas participantes. Desse modo, o caminho metodológico forneceu uma base para a construção de uma proposta aplicada ao desenvolvimento de produtos de vestuário, embora os resultados devam ser interpretados considerando o contexto específico da comunidade investigada.

Diante dos resultados apresentados, considera-se que o objetivo geral desta dissertação foi alcançado por meio da identificação e organização de atributos estéticos, funcionais e ergonômicos que podem orientar a criação de peças de vestuário sustentável destinadas às mulheres das igrejas

evangélicas. A resposta ao objetivo geral materializa-se, principalmente, na revista catálogo em formato de e-book, desenvolvida no capítulo 5, que reúne os conhecimentos teóricos e os resultados da pesquisa de campo em um instrumento visual e informativo destinado a empresas, designers e profissionais envolvidos no desenvolvimento de produtos de moda.

A proposta organiza os resultados em temas que articulam aparência, conforto, propósito religioso, funcionalidade, identidade, materiais e consumo consciente. Entre os atributos estéticos, destacam-se a elegância, a feminilidade, a discrição, a composição visual, as cores, as estampas, as texturas e o caimento, considerados em relação à identidade e às preferências das usuárias. Entre os atributos funcionais, sobressaem a facilidade de uso, a praticidade, a resistência, a durabilidade e a facilidade de lavagem e conservação. Já os atributos ergonômicos compreendem o conforto, a vestibilidade, a adequação da modelagem ao corpo e a liberdade de movimentos. A integração desses elementos permite orientar o desenvolvimento de roupas que atendam às necessidades identificadas sem reduzir a moda evangélica a padrões estéticos rígidos ou uniformes.

A dimensão sustentável atravessa esses atributos ao valorizar a qualidade dos materiais, a vida útil das peças, a versatilidade das combinações e as possibilidades de conservação e reutilização. Assim, a proposta não se restringe à utilização de tecidos considerados sustentáveis, mas contempla decisões de design capazes de favorecer relações mais duradouras entre as consumidoras e suas roupas. Essa abordagem é especialmente relevante diante dos resultados que indicaram maior valorização de características funcionais, como a facilidade de uso e a durabilidade, em comparação com a preocupação explicitamente declarada com a origem sustentável dos produtos.

A principal contribuição prática da pesquisa consiste em transformar os resultados obtidos em informações que possam apoiar o processo de criação de produtos para um público com necessidades e preferências específicas. A revista catálogo oferece uma forma de consulta que aproxima os conhecimentos acadêmicos da realidade profissional, contribuindo para que empresas e designers considerem as dimensões religiosas, culturais, estéticas, funcionais, ergonômicas e ambientais durante o planejamento de suas propostas de vestuário. Sua finalidade é orientar decisões de projeto, e não estabelecer um modelo único de roupa ou prescrever regras universais para todas as mulheres evangélicas.

Como limitação, destaca-se que a investigação foi realizada com participantes vinculadas à Igreja Assembleia de Deus, do bairro Itacorubi, Florianópolis, Santa Catarina, em um contexto delimitado. Embora os resultados ofereçam contribuições para a compreensão da moda evangélica feminina, não devem ser generalizados automaticamente para todas as denominações religiosas, cujas orientações, práticas e interpretações podem apresentar diferenças. Além disso, a proposta desenvolvida constitui um instrumento de orientação para o design, cuja aplicação em empresas e coleções poderá ser aprofundada por estudos posteriores, testes de produtos e avaliações com usuárias.

Para pesquisas futuras, sugere-se ampliar a investigação para outras denominações evangélicas e regiões brasileiras, bem como desenvolver e avaliar protótipos de vestuário a partir dos atributos identificados. Também se considera pertinente investigar formas de comunicar a sustentabilidade de maneira mais próxima das práticas cotidianas das consumidoras, incentivando a conservação das roupas, o reparo, a reutilização e escolhas de compra mais conscientes. Essas possibilidades poderão ampliar a aplicabilidade dos resultados e contribuir para a evolução do conhecimento sobre design de vestuário sustentável voltado a públicos religiosos.

Conclui-se que a criação de vestuário sustentável para mulheres das igrejas evangélicas exige uma abordagem integrada, que reconheça a roupa como produto material, experiência de uso e meio de expressão cultural e religiosa. Os resultados demonstram que elegância, modéstia, identidade, conforto, praticidade e durabilidade podem ser consideradas conjuntamente no desenvolvimento de produtos. Ao reunir esses atributos em uma revista catálogo, a pesquisa oferece uma contribuição aplicada ao campo do Design de Vestuário e Moda, aproximando as necessidades das consumidoras das decisões projetuais das empresas. Espera-se que o estudo contribua para o desenvolvimento de produtos mais adequados às usuárias e para a incorporação progressiva de práticas sustentáveis na moda evangélica feminina, respeitando a diversidade de estilos, experiências e valores que caracteriza esse público. Em conformidade com as diretrizes de integridade científica do CNPq (Portaria nº 2.664/2026), declaro o uso da inteligência artificial *Chat GPT* neste capítulo para direcionamento da organização das informações textuais produzidas pelo autor com os objetivos citados no capítulo 1 desta dissertação. A responsabilidade sobre os resultados é sempre do pesquisador, independente das ferramentas utilizadas no processo.

REFERÊNCIAS

ABERGO. **O que é ergonomia**. Disponível em: https://www.abergo.org.br/o-que-%C3%A9-ergonomia. Acesso em: 21jan. 2025.

ABIACOM. **Balanço do e-commerce brasileiro em janeiro de 2025**. *ABIACOM, 2025*. Disponível em: https://abiacom.org/noticias/balanco-do-e-commerce-brasileiro-em-janeiro-de-2025/. Acesso em: 9 nov. 2026.

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 16933: Vestuário – Referenciais de medidas do corpo humano - **Vestibilidade para mulheres** - Biótipos retângulo e colher. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2021. 34 p.

AD. Disponível em: https:// ad.org.br/113-anos-de-assembleia-de-deus-no-brasil/. Acesso em: 18 dez. 2025

AJALA, Imène. From Islamic Dress and Islamic Fashion to Cool Islam: An Exploration of Muslim Youth Hybrid Identities in the West From Islamic Dress and Islamic Fashion to Cool Islam: An ... **The International Journal of Interdisciplinary Cultural Studies**, [s. l.], v. 12, n. 3, p. 1-11, 2017.

ALAIMO, C., & Kallinikos, J. **Social media and the infrastructuring of sociality**. *In* Thinking infrastructures. Emerald Publishing Limited, 2019.

ALBUQUERQUE, H. C., Duque-Arrazola, L. S., & Rocha, M. A. V. (2017). "Santas e estilosas": O consumo de moda gospel por mulheres pentecostais. **Oikos: Família e Sociedade em Debate**, 28(2), 316-331. https://periodicos.ufv.br/oikos/article/view/3757
» HTTPS://PERIODICOS.UFV.BR/OIKOS/ARTICLE/VIEW/3757 Acesso em: 22 ago. 2025.

ALENCAR, Gedeon Freire de. **Assembleias Brasileiras de Deus:** teorização, história e tipologia 1911- 2011. 2012. 285 f. Tese (Doutorado em Ciências da Religião) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: https:// tede2.pucsp.br/bitstream/handle/1883/1/Gedeon%20Freire%20de%20Alencar.pdf. Acesso em: 31 dez. 2025.

ALENCAR, Gedeon Freire de. **Matriz pentecostal brasileira: Assembleias de Deus (1911-2011).** Rio de Janeiro: Novos Diálogos, 2013.

ALENCAR, Gedeon Freire de. Pastores assembleianos na universidade: a polissemia assembleiana da terceira geração pastoral. **REFLEXUS – Revista Semestral de Teologia e Ciências das Religiões**, ano VIII, n. 12, p. 289-324, jul./dez. 2014.

ALENCAR, Gedeon Freire de. **Todo poder aos pastores, todo trabalho ao povo, todo louvor a Deus**: Assembleia de Deus – origem, implantação e militância (1911-1946). São Bernardo do Campo, São Paulo: UMESP, 2000. Disponível em: https:// haroldoxsilva.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/12/assembleia-de-deus-origem-implantac3a7c3a3o-e-militc3a2ncia-1911-1946-por-gedeon-freire-de-alencar-umesp-2000.pdf. Acesso em: 18 dez. 2025.

ALMEIDA, Joede Braga de. **O sagrado e o profano**: construção e desconstrução dos usos e costumes nas Assembléias de Deus no Brasil. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2007. Disponível em: https://

adelpha-api.mackenzie.br/server/api/core/bitstreams/d499aec2-cfcb-4c1e-8f32-9f3c0756b81a/contente. Acesso em: 18 dez. 2025.

ALPERT, M. Identification of determinant attributes: a comparison of methods. **Journal of Marketing Research**, v. 8, n. 2, p. 184-191, 1971.

ALVES, M. A. B. **Mulheres do círculo de oração:** Poder simbólico da Assembléia de Deus. 2024. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) – Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, 2024. Disponível em: https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/20422/2/MARY_ANGELA_BRITO_ALVES.pdf. Acesso em: 02 jan. 2026.

ALVES. Rita de Cássia Gonçalo. **Qual é o *dress code*?** Moral e juízo estético no vestir feminino **evangélico.** 2016. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação Social) – Departamento de Comunicação Social, PUC – Rio, Rio de Janeiro, 2016. Disponível: **HTTPS://WWW.MAXWELL.VRAC.PUC-RIO.BR/27270/27270.PDF**. Acesso em 21 set. 2025.

ALVES, Rosiane pereira, MARTINS, Laura Bezerra, MARTIN, Suzana Barreto. **Usabilidade e diretrizes projetuais para desenvolvimento de roupas intimas ergonômicas.** RESEARCHGATE, 2014 Disponível em: **HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICATION/267270021**. Acesso em: 31 jan.2025.

ALVES, Rosiane Pereira, MARTINS, Laura Bezerra, MARTIN, Suzana Barreto. **Estibilidade: transposição teórica e metodológica com base na abnt nbr 9241-11/210.** Anais do 13º Colóquio de Moda. UNESP, Bauru, São Paulo, 2017.

ALVES, Rosiane Pereira, MARTINS, Laura Bezerra **Vestibilidade**: transposição teórica e metodológica com base na abnt nbr 9241-11/210. Anais do 13º Colóquio de moda. Bauru, São Paulo, 2017. Disponível em: **HTTPS://COLOQUIOMODA.COM.BR/ANAIS/COLOQUIO%20DE%20MODA%20-%202017/GT/GT_06/GT_6_VESTIBILIDADE.PDF**. Acesso em: 17 fev. 2025.

ALVES, Yvone de Mello. Gerações e trajetórias: a construção da identidade juvenil. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

ARAUJO, Isael de. **Cem mulheres que fizeram a história das Assembleias de Deus no Brasil**. Rio de Janeiro: CPAD, 2015.

ARAÚJO, R. F. (2018). Marketing científico digital e métricas de mídias sociais: indicadores chave de desempenho de periódicos no Facebook. **Informação & Amp; Sociedade: Estudos**, 28(1). Disponível em: **HTTPS://PERIODICOS.UFPB.BR/INDEX.PHP/IES/ARTICLE/VIEW/22063**. Acesso em: 22 ago. 2025.

ARMSTRONG, G.; KOTLER, P.; SAUNDERS, J.; WONG, V. **Principles of Marketing**. 2. ed. New Jersey: Prentice Hall Europe, 1999.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 9241-11**: requisitos ergonômicos para o trabalho com dispositivos de interação visual parte 11: orientações sobre usabilidade. Rio de Janeiro, 2011.

AUDACES. **Estilo de Roupas.** Disponível em: **HTTPS://AUDACES.COM/PT-BR/BLOG/ESTILOS-MODA**. Acesso em: 26 set. 2025.

AUDREY DE SORTIRAPARIS. **Worth, o nascimento da Alta Costura: a primeira exposição de moda sobre o costureiro no Petit Palais.** *Sortiraparis.com*, 6 maio 2025. Disponível em: https://www.sortiraparis.com/pt/o-que-visitar-em-paris/exposicao-museu/articles/316760-vale-a-pena-o-nascimento-da-alta-costura-a-exposicao-de-moda-original-sobre-o-costureiro-no-petit-palais. Acesso em: 9 nov. 2026.

BALDUCI, Carol. **Mulheres e consumo: o comportamento delas na hora de comprar.** *Agência Rezz*, 14 mar. 2023. Disponível em: https://agenciarezz.com.br/mulheres-e-consumo-o-comportamento-delas-na-hora-de-comprar/. Acesso em: 9 nov. 2026.
BARBETTA, Pedro Alberto. Estatística aplicada às ciências sociais. 8. ed. Florianópolis: UFSC, 2014.

BANDINI, Claudirene de Paula.
Relações de gênero na Assembleia de Deus: uma análise de trajetória feminina RELAÇÕES DE GÊNERO NA ASSEMBLEIA DE DEUS. **Ciências da Religião: história e sociedade**, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 109-133, jul./dez. 2015.

BARNARD, Malcolm. Moda e comunicação. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARROS, Gisele Porto. **A importância de marcadores sociais da diferença para a pesquisa científica no direito.** *Revista Direito Internacional e Globalização Econômica*, São Paulo, v. 11, n. 11, p. 102-123, 2023. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/DIGE/article/download/63362/43490. Acesso em: 9 nov. 2026.

BARTLEMAN, Frank. **A História do Avivamento Azusa**: Missão da Rua Azusa, Los Angeles, Califórnia, 1906. Berço do Movimento Pentecostal Mundial. Editora D'Sena/Worship. Disponível em: https:// d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34614496/A_Historia_do_Avivamento_Azusa-libre.pdf?1409733402=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DA_Historia_do_Avivamento_Azusa.pdf&Expires=1766111388&Signature=LOlbXU1JCwrMxBXpGViPUn-7hJ~7BHxIajj65-e~XFp9Hv6iX-65viIQeRa7vhyFPseIgI5Z8oH5ykgAbd~xWmkIrnPg5yKc89PBUPdolPUzKgjcGIMy1BDADWz1jlw7Sc1CyQDA99PJyniosWc6K6ep98I6LkaxqYDVFwrM0Wgo3-MZh9pkq-WgdPPiDpOyG4TY31uMcIkpdyroBrFYi2H3ztBf-83shwX8mZ5hArYptLmiI46PMf9hAem1K59tK7~LIfSqO1VRZ28T6o-PpmzEcM0r~Ym7BraUvVtgmkqUWfL~QQVfQ85ZddABWl9xL1vr8jbPQF-L5rT0nS98NQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 18 dez. 2025.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BAXTER, M. **Projeto de Produto**: Guia prático para desenvolvimento de novos produtos. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

BELFIORE, Patrícia. Estatística aplicada à administração. 1. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

BENSTOCK, Shari; FERRISS, Suzanne (ed.). **On fashion**. New Brunswick: Rutgers University Press, 1994. 320 p.

BÍBLIA. **Bíblia Sagrada:** Nova Tradução na Linguagem de Hoje. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 2000.

BITTENCOURT, E. **Considerações sobre o estágio atual da nanotecnologia no setor têxtil.** *In*: Seminário de Nanotecnologia, Abit, São Paulo, 9 jan. 2010.

BLOG ZIOVARA, 2022. Disponível em: **HTTPS://BLOG.ZIOVARA.COM.BR/VOCE-SABIA-QUE-EXISTEM-7-ESTILOS-DE-MODA-UNIVERSAIS-DESCUBRA-O-SEU-AQUI/ACESSO** em: 26 set. 2025.

BOURDIEU, Pierre. As formas de capital. *In:* RICHARDSON, John. Manual de **Teoria e Investigação em Sociologia da Educação**. 1. ed. New York: Greenwood, 1986, p. 241-258. *E-book*. Disponivel em: https:// pt.scribd.com/document/103337798/As-Formas-de-Capital-Pierre-Bourdieu-1986. Acesso em: 31 dez. 2025.

BOURDIEU, Pierre. **O senso prático**. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

BOURDIEU, Pierre. **O senso prático**.Paris:Éditions de Minuit, 1980.

BOURDIEU, Pierre. **Questions de sociologie**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1984.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. 9. ed. Campinas: Papirus, 1996.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012. Aprova diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Diário Oficial da União, Brasília, 13 jun. 2013.

BRISSOS-LINO, José. **Um despertar tardio:** os evangélicos e o cuidado ambiental. *In*: CARNEIRO, Everton Nery *et. al.*. Apontamentos de pesquisa: GEPERCS 10 anos: memória, resistência e fé. 1. ed. Curitiba: Casa Editorial, 2022. p. 104-117. *E-book*. Disponível em: https:// **WWW.CADERNOSUNINTER.COM/INDEX.PHP/INTERSABERES/ARTICLE/VIEW/3303**. Acesso em: 11 abr. 2026.

BROEGA, Ana Cristina; SILVA, Maria Elizabete C. **O conforto total do vestuário**: design para os cinco sentidos. Atas de Diseño, v. 5, n.9, p.59-64, 2010. 2010

CAMBRIDGE. **Dicionário inglês-português**. Cambridge University Press, 2020.

CAMPOS. Leonildo Silveira. As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouco avaliada. **Revista USP**, São Paulo, n. 67, págs 100-115, 2005. Disponível em: **FILE:///C:/USERS/ROZA%20ROESE/DOWNLOADS/FRCOSTA,+09.PDF** . Acesso em: 29 maio 2025.

CASSAR, Vólia Bomfim. **Direito do trabalho**: de acordo com a reforma trabalhista. 16. ed. São Paulo: Método, 2018

CASTANHERA, Renata. Perfil oficial @crentechic. **Instagram**, [s. l.], 2026. Disponível em: https://www.instagram.com/crentechic/. Acesso em: 9 nov. 2026

CASTILHO, Káthia. **Discursos da moda**: semiótica, design e corpo. 2. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

CARREIRO, Gamaliel da Silva. Reinterpretando o crescimento das Assembleias de Deus no Brasil Vista do Reinterpretando o Crescimento das Assembleias de .... **Caminhos - Revista de Ciências da Religião**, Goiânia, v. 12, n. 2, p. 190-205, jul./dez. 2014.

CARVALHO, Wallentina. **Moda e Economia**: fast fashion, consumo e sustentabilidade. 2017. 75 f. **Monografia** (Especialização) - Curso de Ciências Econômicas, Economia e Relações Internacionais, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017. disponível em: **HTTPS://REPOSITORIO.UFSC.BR/BITSTREAM/HANDLE/123456789/178760/MONOGRAFIA%20DA%20WALLENTINA%20CARVALHO.PDF?SEQUENCE=1&ISALLOWED=Y**. Acesso em:12 maio 2015.

CEZAR. Mariana Seibert. A estética como comprovação da devoção. **dObra[s]: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, São Paulo, Vol. 4, Nº 10, págs. 97-105, 2010. Disponível em: **HTTPS://DIALNET.UNIRIOJA.ES/SERVLET/ARTICULO?CODIGO=6277712** . Acesso em: 29 maio 2025.

CHAMPLIN, Russell Norman. *O Novo Testamento Interpretado: versículo por versículo*. São Paulo: Hagnos, 2002. 6 v.

COELHO, Gabriela Machado. **Análise evolutiva do comportamento de compra da mulher brasileira nos últimos trinta anos.** 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/24367/000548567.pdf. Acesso em: 9 nov. 2026.

COROBIM, Antônio Luiz**. Uma análise dos usos e costumes adotados pela Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil** –CGADB.2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Teologia) –Faculdade Teológica Batista de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: https:// pt.scribd.com/document/559258719/Uma-Analize-Usos-e-Costumes. Acesso em: 07 oct. 2025.

COSTA, Fabiano Leite. Comércio Eletrônico: Hábitos do Consumidor na Internet [Comércio Eletrônico: Hábitos do Consumidor na Internet]. 2009. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro Universitário Fundação Pedro Leopoldo, Pedro Leopoldo, 2009.

COSTA, Otávio Barduzzi Rodrigues da. O papel da mulher no meio pentecostal: novíssimas relações de gênero nas assembleias de Deus O papel da mulher no meio pentecostal.... **Caderno de Gênero e Tecnologia**, Curitiba, v. 9, n. 33, p. 60-76, jan./jun. 2016. [1]

CRENTE CHIC. Disponível em: **HTTPS://CRENTECHIC.COM.BR/?UTM_SOURCE=IG&UTM_MEDIUM=SOCIAL&UTM_CONTENT=LINK_IN_BIO&FBCLID=PAZXH0BGNHZW0CMTEAC3J0YWZHCHBFAWQMMJU2MJGXMDQWNTU4AAGNBEYUWOVCCZNUI172QGHJAUGUQNWF6RZAD3T1UQYPBYTIYYUQVZXJJAQCGX0_AEM_BQWKADQ7KNRFRWPOCJLIQW**. Acesso em: 5 maio 2025.

CYBIS, W.; HOLTZ, A.; FAUST, R. **Ergonomia e usabilidade**. São Paulo: Novatec, 2010.

DANESI, Jéssica. **O que você precisa saber sobre dress code.** LinkedIn, 7 dez. 2017. Disponível em: https://pt.linkedin.com/pulse/o-que-voc%C3%AA-precisa-saber-sobre-dress-code-j%C3%A9ssica-danesi. Acesso em: 4 nov. 2026.

DANTAS, Karinne Laurentino. **Plano de negócios para abertura de uma loja de moda evangélica.** 2020. 63 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) –

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2020.

DA SILVA, I. J. T. Entre doutrinas e costumes: definindo normatizações e sociabilidades dos fieis da Assembléia de Deus. SIMPÓSIO SUDESTE: GÊNERO E RELIGIÃO: VIOLÊNCIA, FUNDAMENTALISMOS E POLÍTICA, 2., 2015, Sudeste. **Anais Eletrônicos** [...]. Sudeste: ABHR (Associação Brasileira de História das Religiões), 2016. p. 1-14. Disponível em: https://revistaplura.emnuvens.com.br/anais/article/view/1337. Acesso em: 31 dez. 2025.

DIAS, Silas Barbosa. AVIVAMENTO COMO PRESENÇA ESPIRITUAL NUMA PERSPECTIVA DA TEOLOGIA DE PAUL TILLICH**. Vocare**: Revista de Teologia da UniFil, Londrina, v. 1, n. 1, p. 30-37, jan./jun. 2023. Disponível em: periodicos.unifil.br/index.php/rev_teologica/article/view/2845/2606. Acesso em: 18 dez. 2025.

DEJEAN, P. H.; NAEL, M. **Ergonomia do produto**. *In*: FALZON, P. (editor). Ergonomia. São Paulo: Editora Blucher, 2007, p. 393-405.

DOURADO, Maria Luiza. Da igreja ao TikTok: lifestyle gospel vira mainstream – e movimenta R$ 21,5 bilhões. InfoMoney, 23 nov. 2025. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/consumo/da-igreja-ao-tiktok-lifestyle-gospel-vira-mainstream-e-movimenta-r-215-bilhoes/. Acesso em: 9 nov. 2026.

DO VALE, V. S. M., GIMENEZ, A. C. A moda pode ser uma ferramenta política? **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 7, n. 8, p. 76349-76355, aug. 2021. DOI: 10.34117/bjdv7n8-044. Disponível: HTTPS://D1WQTXTS1XZLE7.CLOUDFRONT.NET/70822779/PDF-LIBRE.PDF?1633055831=&RESPONSE-CONTENT-DISPOSITION=INLINE%3B+FILENAME%3DA_MODA_PODE_SER_UMA_FERRAMENTA_POLITICA.PDF&EXPIRES=1767190343&SIGNATURE=KYBFQMGRZMFSYP6IGBRNPSKAWVTZOUWUILY9OY9R~CJ7UWMNV3L-A2TUMML21HLC2U1W3SKBG-AJ9KOH82TQGCILV2GIIUQXDJRUOCSRDEYCHCT0RFAYXUTG6MW683OYGVO~VMYVQHHIMYZ9VDQW6JNHUIGW0HQ6NR05N1RF4RSMAZ5OWQEIP4FTCADGKCXU5VWSJ~ZYNLHK5TIYJU6U~SF8ED1FGPXINF~1748Y7VMUM9WEY2NROYJFIDD5YSSU6UQPCGCZHBE-A6RO4NMFNOSFQIO1JQELI88WJSPUGQXJTJ0PBSRZALHWWSJVZ273MULPXLQBJCPVA-S-C91Z3A__&KEY-PAIR-ID=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA**.** Acesso em: 31 dez. 2025.

DULCI, Luciana Crivellari. **Da moda às modas no vestuário: entre a teoria hierárquica e o pluralismo, pelo olhar da consumidora popular em Belo Horizonte.** 2009. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/VCSA-87XQWR/1/tese___luciana_crivellari_dulci.pdf. Acesso em: 9 nov. 2026.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Projetar produtos para serem usados mais e por mais tempo**. 2021.

ESPINOZA, F. da S.; HIRANO, A. S. **As dimensões de avaliação dos atributos importantes na compra de condicionadores de ar**: um estudo aplicado. Revista de Administração Contemporânea, Maringá, v. 7, n. 4, p. 97-117, 2003.

ERTEKIN, Z. O.; ATIK, D. Institutional Constituents of Change for a Sustainable Fashion System. ***Journal of Macromarketing***, 2020, 362-379. Disponível em: **HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/SIGNUP.SIGNUP.HTML**. Acesso em: 26 jun. 2026.

FACEBOOK. Disponível em: https://**WWW.FACEBOOK.COM/ASSEMBLEIANOSDEVALOR/PHOTOS/A.431703584234959/904285390310107/?ID=428663864538931**. Acesso em: 18 dez. 2025.

FACEBOOK. Disponível em: https://www.facebook.com/Assembleianosdevalor/posts/nessa-época-aonde-se-andasse-de-longe-já-era-possível-reconhecer-um-crente-da-as/833696380702342/. Acesso em: 18 dez. 2025.

FACEBOOK. Disponível em: https://**WWW.FACEBOOK.COM/GROUPS/1368286989853656/POSTS/8846283108720636/**. Acesso em: 18 dez. 2025.

FAGUNDES, G. A. Algumas reflexões em torno dos conceitos de habitus, campo e capital cultural. **Revista Café com Sociologia**, Maceió, v. 6, n. 1, p. 103-123, mai./jul. 2017. Disponível: https://revistacafecomsociologia.com/revista/index.php/revista/article/view/724/pdf. Acesso em: 31 dez. 2025.

FAJARDO, Maxwell Pinheiro. **ASSEMBLEIA DE DEUS NO BRASIL**: UMA IGREJA QUE CRESCE ENQUANTO SE FRAGMENTA. AZUSA: Revista de Estudos Pentecostais, *[S. l.]*, v. 5, n. 2, 2024. Disponível em: **HTTPS://AZUSA.EMNUVENS.COM.BR/REVISTA/ARTICLE/VIEW/81**. Acesso em: 18 dez. 2025.

FAKINI MALHAS. **História da costura: dos alfaiates à produção em massa**. *Fakini Malhas*, 5 jun. 2018. Disponível em: https://fakinimalhas.wordpress.com/2018/06/05/historia-da-costura/. Acesso em: 9 nov. 2026.

FASCINIUS. Home page. [S. l.], 2026. Disponível em: usofascinius.com.br. Acesso em: 9 nov. 2026.

FALCÃO, C. S.; SOARES, M. M. Usabilidade de produtos de consumo: uma análise dos conceitos, métodos e aplicações. **Estudos em Design,** v. 21, n. 2, p. 1-26, 2013. DOI: https://doi.org/10.35522/eed.v21i2.131

Fashion Date, 2024. Disponível em: HTTPS://CRENTECHIC.COM.BR/?UTM_SOURCE=IG&UTM_MEDIUM=SOCIAL&UTM_CONTENT=LINK_IN_BIO&FBCLID=PAZXH0BGNHZW0CMTEAC3J0YWZHCHBFAWQMMJU2MJGXMDQWNTU4AAGNBEYUWOVCCZNUI172QGHJAUGUQNWF6RZAD3T1UQYPBYTIYYUQVZXJJAQCGX0_AEM_BQWKADQ7KNRFRWPOCJLIQW. Acesso em: 5 maio 3025.

FELIPPE, Alessandro Mateus; FEIL, Gabriel. Brechó: do consumo de roupas velhas ao consumo emergente de moda. **Projética**, Londrina, v. 11, n. 1, p 295-322, abr. 2020. Disponível em: **FILE:///C:/USERS/ROZA%20ROESE/DOWNLOADS/MCRIVELLARI,+GERENTE+DA+REVISTA,+ARTIGO+12.PDF** . Acesso em: 11 abr. 2026.

FELIX, Cristiane. Perfil oficial @crisfeelix. **Instagram**, [s. l.], 2026. Disponível em: instagram.com. Acesso em: 9 nov. 2026.

FERNANDES, R. O. L**. Movimento Pentecostal, Assembléia de Deus e o Estabelecimento da Educação Formal.** 2006. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, 2006. Disponível em: https://iepapp.unimep.br/biblioteca_digital/pdfs/2006/ALFTDYXGHISV.pdf. Acesso em: 18 dez. 2025.

FERRARI, Pollyana; ÁLVARES, Mariana Leonhardt. Imagens voláteis na comunicação digital de moda: sistemas efêmeros em foco. **Revista de Comunicação Digital**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 1-15, jan./jun. 2020.

FERREIRA, Alexandre José Sousa. *et al*. MALHARIA. *In*: AGUIAR, Catia Rosana Lange (org.). **Engenharia têxtil**: uma abordagem simplificada. Florianópolis: Editora da UFSC, 2022. 107 p. - 130.

FERREIRA, Flaviane Silva; RICARDO, Chelcia da Conceição. Consumo exacerbado da moda (uma breve análise sobre a geração de resíduos e descarte na indústria têxtil). **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.12, n.3, p.01-15, 2026. DOI: 10.34117/bjdv12n3-046. Disponível em: https:// ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/86340/58785. Acesso em: 11 abr. 2026.

FISCHER-MIRKIN, Toby. **O Código de Vestir.** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda e sustentabilidade**: Design para mudança. 1. ed. São Paulo: SENAC, 2012. *E-book*. Disponível em: https:// books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=Kwm5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT62&dq=Moda+e+Sustentabilidade&ots=yKXw7Dtl5M&sig=GMxnenjQ2AIPFiRNjzer1tHhyV0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 11 abr. 2026.

FLETCHER, Kate. ***Slow fashion***. 2007. Disponível em: http://www.theecologist. org/green_gree_iving/clothing/269245/slow_fashion.html. Acesso em: 11 abr. 2026.

FLICK, Uwe. Introdução à pesquisa qualitativa. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FONSECA, André Dioney; FARIAS, Marcilene Nascimento de. Relações de gênero e cultura religiosa: um estudo comparado sobre a atuação feminina na Igreja Evangélica Luterana do Brasil e a Assembleia de Deus. **Revista de História Comparada**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 6-41, 2010.

FRANÇA, Valéria. Lixo têxtil: descarte de roupas usadas cresce e vira um enorme problema ambiental. Veja, 5 jan. 2025. Disponível em: https://veja.abril.com.br/agenda-verde/lixo-textil-descarte-de-roupas-usadas-cresce-e-vira-um-enorme-problema-ambiental/. Acesso em: 9 nov. 2026.

FRESTON, Paul. **Protestantismo e política no Brasil**. 1993. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1993.

GALLELI, B.; SUTTER, M. B.; LENNAN, M. L. F. M. Perspectivas para a sustentabilidade na oferta de moda brasileira no mercado internacional. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 9, n. 3, p. 45–62, 2015.

GENARO, Luís Eduardo; MARCONATO, José Victor; PINOTTI, Felipe Eduardo; VALSECKI Júnior, Aylton; SALIBA, Tânia Adas; ROSELL, Fernanda Lopez. Discurso do sujeito coletivo: bases conceituais, enfoques e aplicações em pesquisas qualitativas. **Revista Pesquisa Qualitativa**, São Paulo, v. 12, n. 32, p. 739-756, 2024. DOI: https://doi.org/10.33361/RPQ.2024.v.12.n.32.739.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GREGORI, Isabel Christine Silva de; MAIER, Jackeline Prestes. O modelo de produção fast fashion na ótica da sustentabilidade. **Veredas do Direito**, v.20, e202414, p. 01-31, 2023.

Disponível em: https:// revista.domhelder.edu.br/index.php/veredas/article/view/2414/25560. Acesso em: 11 abr. 2026.

GOMES, J. **A teologia de Frida Vingren:** a contribuição teológica e educacional da pioneira do pentecostalismo brasileiro. Rio de Janeiro: CPAD, 2015.

GOMES FILHO, J. **Ergonomia do objeto:** sistema técnico de leitura ergonômica. 2. ed. São Paulo: Escrituras, 2010.

GOWER, Ralph. **Usos e Costumes dos Tempos Bíblicos**. 1. ed. Rio de Janeiro: Casa Publicadora das Assembléias de Deus, 2002. *E-book*. Disponível em: file:///C:/Users/Roza%20Roese/Downloads/pdfcoffee.com_usos-e-costumes-dos-tempos-biblicospdf-3-pdf-free.pdf. Acesso em: 19 dez. 2025.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio, 2016. *E-book.* Disponível em: https:// www.ufrb.edu.br/ppgcom/images/HALL_Cultura_e_Representação_-_2016.pdf. Acesso em: 31 dez. 2025.

IBGE. Censo Demográfico 2022: religiões: resultados preliminares da amostra. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2025. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/22827-censo-demografico-2022.html. Acesso em: 9 nov. 2026.

IBRESP. Dress code no trabalho: qual é a roupa do corretor de imóveis? Blog do IBRESP, 2025. Disponível em: https://www.ibresp.com.br/blogs/2025/dress-code-no-trabalho-qual-e-a-roupa-do-corretor-de-imoveis/. Acesso em: 5 nov. 2026.

IEA (INTERNATIONAL ERGONOMICS ASSOCIATION). Definition and Domains of Ergonomics. 2017. Disponível em: **HTTP://WWW.IEA.CC/WHATS/INDEX.HTML**. Acesso em: 30 jan. 2025.

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

IIDA, Itiro; GUIMARÃES Lia Buarque de Macedo. **Ergonomi**a: projeto e produção. 3. ed. – São Paulo: Blucher, 2016.

IMMICH, Ana Paula Serafini. *et al*. FIBRAS. *In*: AGUIAR, Catia Rosana Lange (org.). **Engenharia têxtil**: uma abordagem simplificada. Florianópolis: Editora da UFSC, 2022. 23 p.- 75.

INSTAGRAM. Disponível em: **HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM/P/DQUWVX3EA5W/?IMG_INDEX=1**. Acesso em: 02 jan. 2026.

ISO. **ISO 9241-11:2018: Ergonomics of human-system interaction — Part 11: Usability: Definitions and concepts**. Geneva: International Organization for Standardization, 2018.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. ISO 9241-11:1998: Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs) — Part 11: Guidance on usability. Geneva: ISO, 1998.

JANOWSKI, D. A. A teoria de Pierre Bourdieu: *Habitus*, Campo Social e Capital Cultural. VIII JORNADAS DE SOCIOLOGÍA DE LA UNLP (Universidad Nacional de La Plata)., 2014, La Plata. **Anais Eletrônicos** [...]. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, 2014. p. 1-10.

Disponível em: https://
sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/49914/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 31 dez. 2025.

JORDAN, Patrick W. **An introduction to usability**. CRC Press, 1998. 136 p.

KAULY. Home page. São Paulo, 2026. Disponível em: https://kauly.com.br. Acesso em: 9 nov. 2026.

KÖHLER SCHULTE, Neide; LOPES, Luciana; ALESSIO, Monik Aparecida; FREITAS, Beatriz. A moda no contexto da sustentabilidade. **ModaPalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 6, n. 12, p. 194–210, 2013. DOI: 10.5965/1982615x06122013194. Disponível em: **HTTPS://REVISTAS.UDESC.BR/INDEX.PHP/MODAPALAVRA/ARTICLE/VIEW/3485**. Acesso em: 24 jun. 2026.

KIBELLA MODA EVANGÉLICA. Home page. [S. l.], 2026. Disponível em: https://www.kibellamodaevangelica.com.br. Acesso em: 9 nov. 2026.
KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006

LANGFORD, Beverly. **Etiqueta Essencial**: As regras não escritas do bom comportamento para o profissional de sucesso. São Paulo: Clio Editora, 2012.

LEFÈVRE, Fernando; LEFÈVRE, Ana Maria Cavalcanti**. O discurso do sujeito coletivo**: uma nova abordagem metodológica em pesquisa qualitativa. Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

LEWIS, Reina. Introduction. In: LEWIS, Reina (Ed.). **Modest Fashion: Styling Bodies, Mediating Faith**. London: I.B. Tauris, 2013. p. 1-18.

LIMA. Ana Quésia Reis Lima. **Moda Evangélica, Modéstia e Elegância** – Equilíbrio entre fé, estética e tradição. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda) – CEETEPS, Faculdade de Tecnologia "Ministro Ralph Biasi", Americana, 2020. Disponível em:
FILE:///C:/USERS/ROZA%20ROESE/DOWNLOADS/2S2020_ANA%20QUÉSIA%20REIS%20LIMA_OD0859.PDF . Acesso em: 29 maio 2025.

LIMA, Meline Melegario *et. al*. A quarta revolução industrial sob o tripé da sustentabilidade. **SEMIOSES: Inovação, Desenvolvimento e Sustentabilidade**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 3, p. 76-86, 2019. DOI: **HTTPS://DOI.ORG/10.15202/1981996X.2019V13N3P76-86**. Disponível em: https://**WWW.RESEARCHGATE.NET/PROFILE/MARIA-MIRANDA/PUBLICATION/336043846_A_QUARTA_REVOLUCAO_INDUSTRIAL_SOB_O_TRIPE_DA_SUSTENTABILIDADE/LINKS/628537984824EC1801E150A4/A-QUARTA-REVOLUCAO-INDUSTRIAL-SOB-O-TRIPE-DA-SUSTENTABILIDADE.PDF**. Acesso em: 11 abr, 2026.

LIMEIRA, Amelia Ferreira Martins; ANDRADE, Maristela Oliveira de. A contribuição de ONG'S cristãs evangélicas na prática do discurso teológico ambiental com vistas à sustentabilidade. **Ciências da Religião** – História e Sociedade, v. 10, n.1, 2012. Disponível em: **HTTPS://EDITORAREVISTAS.MACKENZIE.BR/INDEX.PHP/CR/ARTICLE/VIEW/4144/3549** . Acesso em: 11 abr. 2026.

LIPOVETSKY, Giles. **O império do efêmero:** A moda e seu destino nas sociedades modernas. 11. ed. São Paulo: Companhia de Bolso, 2022.

LUCAS, José Mendes; **Sebenta de ciência da cor**; Departamento de Ciência e Tecnologia Têxteis; Universidade da Beira Interior; 2006.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas.** Rio de Janeiro: Rocco, 1997

LÖBACH, B. **Design industrial**. Bases para a configuração dos produtos industriais. 1ed. Rio de janeiro: Edgard Blücher, 2011.
MAFRA, Clara. *Os evangélicos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração e interpretação de dados. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARIANO, R.. Crescimento pentecostal no Brasil: fatores internos. **Revista de Estudos da Religião**, São Paulo, n. 4, p. 68-95, dez. 2008. Disponível em: https://www.pucsp.br/rever/rv4_2008/t_mariano.pdf. Acesso em: 9 nov. 2026.

MARTINEZ, A. C. (2015). **A roupa feminina pentecostal**: a influência da doutrina e a aplicação de um gerenciamento de custo. Trabalho de conclusão de curso, Bacharel, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR Brasil.

MARTIN, Richard. **Design for wearability.** Digest Of Papers. Second International Symposium On Wearable Computers, set. 1998. IEEE Comput. Soc. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1109/iswc.1998.729537. Acesso em: 16 fev. 2025.

MARTINEZ. Adalir Correia. **A roupa feminina pentecostal:** A influência da doutrina e a aplicação de um gerenciamento de custo. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Tecnologia em Design de Moda) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Apucaruna, 2015. Disponível: **HTTPS://REPOSITORIO.UTFPR.EDU.BR/JSPUI/BITSTREAM/1/5784/4/AP_CODEM_2015_1_06.PDF** . Acesso em: 31 maio 2025.

MARTINS, Suzana Barreto. Ergonomia e Moda. **dObra[s] – Revista Da Associação Brasileira De Estudos De Pesquisas Em Moda**, v. 3 n. 7, p. 83-88, 2009. Disponível em: https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/264. Acesso em: 23 jan. 2025.

MARTINS, S. B. Ergonomia e moda: repensando a segunda pele. In: PIRES, D.B. **Design de Moda**: olhares diversos. Barueri: Editora Estação das Letras e Cores, 2008, p. 319 - 336.

MARTINS, S. B. **O conforto no vestuário**: uma interpretação da ergonomia. Metodologia para avaliação de usabilidade e conforto no vestuário. 2005. 150 f. Tese (Doutorado) — Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/102065/PEPS4895-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 3 fev. 2025

MARTINS, Suzana Barreto. OIKOS: Metodologia de avaliação da usabilidade e conforto de produtos de moda e vestuário. In: MARTINS, Suzana Barreto (org.). **Ergonomia, usabilidade e conforto no design de moda: a metodologia OIKOS**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

MATUZAWA, Cintia Lie. Transformação digital no varejo de moda: a construção de sentido no e-commerce da Amaro. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: pucsp.br. Acesso em: 9 nov. 2026.

MEDEIROS, Beatriz; LADEIRA, Rodrigo; LEMOS, Monique; BRASILEIRO, Flávia. **A influência das mídias sociais e blogs no consumo da moda feminina.** In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 11., 2014, Resende. Anais [...]. Resende: Associação Educacional Dom Bosco, 2014. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/44020524.pdf. Acesso em: 9 nov. 2026.

MELLO, Willyams Bezerra de. **Proposta de um método aberto de projeto de produto**: três alternativas de criação. 2011. 157 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Construção Civil e Urbana) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: http://bit.ly/3f2xCM0. Acesso em: 3 fev. 2025.

MESQUITA, Cristiane. O império do estilo. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 1-278, out./dez. 2009. Disponível: https://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/IARA_vol2_n2_Completa_2009.pdf#page=4. Acesso em: 02 jan. 2026.

MICHAELIS. Disponível em: https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/sustentável/. Acesso em: 11 abr. 2026.

MICHETTI, Miqueli. **Moda brasileira e mundialização:** mercado mundial e trocas simbólicas. 2012. Tese (Doutorado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012. Disponível em: https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/847636. Acesso em: 22 nov. 2024.

MIRANDA. Ana Paula de. **Consumo de Moda:** A relação pessoa-objeto. 1. Ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2012.

MONTEIRO, G. A metalinguagem das roupas. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior**, Covilhã, p. 1-11, 1997. Disponível em: https:// arquivo.bocc.ubi.pt/pag/monteiro-gilson-roupas.pdf. Acesso em: 31 dez. 2025.

MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico.** Bauru, 2003. 97p. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) - Universidade Estadual Paulista. Disponível em: **HTTPS://WWW.FAAC.UNESP.BR/HOME/POS-GRADUACAO/DESIGN/DISSERTACOES/MARIA_CELESTE_MONTEMEZZO.PDF**. Acesso em: 31 jan. 2025.

MORAES, A. DE; MONT'ALVÃO, C. **Ergonomia**: Conceitos e aplicações. 4 ed. ampliada Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

NIINIMÄKI, K.; PETERS, G.; DAHLBO, H.; PERRY, P.; RISSANEN, T.; GWILT, A. The environmental price of fast fashion. **Nature Reviews Earth & Environment**, v. 1, p. 189–200, 2020. DOI: https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9. Disponível em: www.nature.com/articles/s43017-020-0039-9#author-information. Acesso em 27 out. 2026.

NISHIMURA *et al.* Moda sustentável no contexto da hipermodernidade. **Projética**, Londrina, v.10, n.1, p. 59-76, jan./jun. 2019. Disponível em: **file:///C:/Users/Roza%20Roese/Downloads/mcrivellari,+Gerente+da+revista,+Artigo+4.pdf** . Acesso em: 11 abr. 2026.

NUNES, Ariella Cappellari. Falando de compras: como o consumo transformou o ideal do feminino na década de 1950. *ModaPalavra e-periódico*, Florianópolis, v. 5, n. 9, p. 146-157, jan. 2012. Disponível em: https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7793. Acesso em: 9 nov. 2026.

OLLIVIER, Michèle. Status em sociedades pós-modernas: A renovação de um conceito. **Lua Nova**, São Paulo, 77, p. 41-71, 2009. DOI: **https://doi.org/10.1590/S0102-64452009000200002**. Disponível em: **https://www.scielo.br/j/ln/a/7pp4sYfBvrpYqDqhnCLZqGH/?format=pdf&lang=pt**. Acesso em: 02 jan. 2026.

ORTEGA, Ana Karolina Sanchez. **A moda evangélica brasileira como paradigma pós-moderno da segunda navegação de Platão**. In: FÓRUM FASHION REVOLUTION. *E-book Fórum Fashion Revolution 2022*. 2022. Disponível em: https://issuu.com/fashionrevolution/docs/ebook-forum-2022/s/17122837. Acesso em: 4 nov. 2026.

PANCIERI, Everson de Oliveira. Os usos e costumes nas Assembleias de Deus do Brasil. **Revista Unitas:** Revista Eletrônica de Teologia e Ciências das Religiões, Vitória, v.5, n.1, p. 96-107, 2017. Disponível em: https:// revista.fuv.edu.br/index.php/unitas/article/view/543. Acesso em: 07 oct. 2025.

PEREIRA, Renata Gonçalves. **História da moda: conheça a origem e a evolução pelos séculos.** *Área de Mulher*, 13 jan. 2022. Atualizado em: 5 jul. 2024. Disponível em: https://areademulher.r7.com/curiosidades/historia-da-moda/. Acesso em: 9 nov. 2026.

PERES, Andréia. O impacto ambiental e social do fast fashion. **VEJA**, São Paulo, 25 fev. 2025. Disponível em: https://veja.abril.com.br/coluna/balanco-social/o-impacto-ambiental-e-social-do-fast-fashion/. Acesso em: 27 out. 2026.

PETER, J. P.; OLSON, J. C. Consumer Behaviour and Marketing Strategy. 9. ed. New York: McGraw-Hill, 2010.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos: história, tramas, tipos e usos**. 3. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2012.

PINHEIRO, Filipa Sofia Mateus. **Uma perspectiva jurídica do dress code**. Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/5443/1/Uma%20Perspectiva%20Jur%C3%ADdica%20do%20Dress%20Code.pdf. Acesso em: 2 mai. 2025.

PINTEREST. Disponível em: **HTTPS://BR.PINTEREST.COM/PIN/112519690685617035/**. Acesso em: 02 jan. 2026.

PINTEREST. Disponível em: **HTTPS://BR.PINTEREST.COM/PIN/2392606047660420**. Acesso em: 02 jan. 2026.

PINTEREST. Disponível em: **HTTPS://BR.PINTEREST.COM/PIN/33003009764604201/**. Acesso em: 02 jan. 2026.

PINTEREST. Disponível em: https://br.pinterest.com/pin/43889796356797975/. Acesso em: 02 jan. 2026.

PINTEREST. Disponível em: **HTTPS://BR.PINTEREST.COM/PIN/7599893116014311/**. Acesso em: 02 jan. 2026.

POLLINI, Denise. *Breve história da moda*. 2. ed. São Paulo: Claridade, 2009.

ROENÇA, W. de L. **Evangélicos e a crise ecológica: uma análise em perspectiva multidisciplinar.** Davar Polissêmica, Belo Horizonte, v. 16, n. 2, p. 282-295, jul./dez. 2022. Disponível em: https://revista.fbmg.edu.br/index.php/davar/article/view/75. Acesso em: 9 nov. 2026.

RAFAELI, Anat; PRATT, Michael. **Tailored Meanings**: On the Meaning and Impact of Organizational Dress. Academy of Management Review, v. 18, 1993, p. 32 – 55.

RANGEL, M. M.; RAPOSO, M. (Org.). **Ergonomia design usabilidade interação**. Juiz de Fora: Mamm UFJF, 2013. p. 77-93.

RAYDFRAN. **Hierarquia nas Assembléias de Deus**. Disponível em: https:// raydfran.blogspot.com/2011/11/hierarquia-nas-assembleias-de-deus.html. Acesso em: 31 dez. 2025.

READ, G.J.M., SALMON, P.M., GOODE, N., e LENNÉ, M.G. A sociotechnical design toolkit for bridging the gap between systems-based analyses and system design. Human Factors and Ergonomics- In **Manufacturing & Service Industries**, 28(6), 327-341, 2021.

RBENERGIA. Disponível em: **HTTPS://WWW.RBENERGIA.COM.BR/BLOG/TRIPE-DA-SUSTENTABILIDADE-E-O-MERCADO-LIVRE-DE-ENERGIA/**. Acesso em: 11 abr. 2026.

REILLY, Thomas. Ergonomics in sport and physical activity: enhancing performance and improving safety. Champaign, IL: **Human Kinetics**, 2010. 274 p.

REIS, Roberto dos. A assembleia de deus no brasil e a oficialização dos usos e costumes como preservação de sua identidade. **Revista de Iniciação Científica da FABAD**, v. 1 n. 01, 2020. Disponível em: **HTTPS://PERIODICOS.FABAD.EDU.BR/INDEX.PHP/RICF/ARTICLE/VIEW/18/22**. Acesso em: 18 dez. 2025.

RIBAS, Elias. Como foram implantados os usos e costumes na Assembleia de Deus COMO FORAM IMPLANTADOS OS USOS E COSTUMES ... **Teologia em Foco**, [s. l.], 10 abr. 2013. Disponível em: https://pastoreliasribas.blogspot.com/2013/04/como-foram-implantados-os-usos-e.html. Acesso em: 9 nov. 2026.

ROCHA, M. A. V.; BARROCAS, L. B.; MARINHO, N. N. **Interlaçados**: trajetórias da Cadeia Têxtil e de Confecção em Pernambuco narradas por meio da cultura do consumo. 1. ed. Recife: Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura, 2018.

ROSSI, Luzemar Gomes. **A influência da religião nas roupas das mulheres protestantes pentecostais.** 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design de Moda) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2015. Disponível em: https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5795/4/AP_CODEM_2015_1_16.pdf. Acesso em: 9 nov. 2026.

SANTOS, André Luis dos. O processo de formação das atitudes políticas dos jovens da Assembléia de Deus em Porto Alegre/RS. *Revista Historiador*, Porto Alegre, n. 2, p. 364-398, dez. 2009. Disponível em: https://revistahistoriador.com.br/index.php/principal/article/view/61. Acesso em: 9 nov. 2026.

SANTOS, Eder William dos; MENDES, Alex da Silva. Uma mulher negra chamada Emília Costa: ensaio acerca do apagamento histórico da primeira diaconisa das Assembleias de Deus no Brasil. **Revista Contemplação**, n. 33, p. 39-51, 2024.

SANTOS, Thaís. **Você conhece a história da moda evangélica?** *In*: Thaís Santos. BySophi. Disponível em: https://www.viaevangelica.com.br/blog/historia-da-moda-evangelica? Acesso em: 4 set. 2025

SALTZMAN, Andrea. **El cuerpo diseñado**: Sobre la forma en el proyeto de la vestimenta. Buenos Aires: Paidós, 2009.

SANTA ROSA, José Guilherme; MORAES; Ana Maria. Avaliação e projeto no design de interfaces.1ª edição. Editora 2AB. Teresópolis, RJ. 2008.

SANT'ANNA, M. R. **Teoria de Moda**: sociedade, imagem e consumo. Florianópolis: Estação das Letras, 2007.

SCHAEFER, E. Borges. Requisitos ergonômicos para concepção e avaliação de produtos de vestuário**. Anais do 15º Colóquio de moda**. APEBEM, 2019. Disponível em: **HTTPS://ANAIS.ABEPEM.ORG/**. Acesso em: 17 fev. 2025.

SEBRAE. **USABILIDADE**: COMO AVALIAR AS PEÇAS DE VESTUÁRIO? Moda, 2014.Disponível em: **HTTPS://BIBLIOTECAS.SEBRAE.COM.BR/CHRONUS/ARQUIVOS_CHRONUS/BDS/BDS.NSF/2081FEA2688E68BA7E9018DB1B3524DA/$FILE/2014_08_21_RT_JULHO_MODA_AVALIACAOCOLECAO_PDF.PDF**. Acesso em: 3 fev. 2025.

SELIA. **Mulheres à frente: o impacto do consumo feminino no e-commerce brasileiro.** *Selia*, 6 mar. 2025. Disponível em: https://www.selia.com.br/e-commerce/mulheres-a-frente-no-e-commerce-brasileiro/. Acesso em: 9 nov. 2026.

SENAI. **Manual Técnico Têxtil e Vestuário**: Tecelagem. São Paulo: Senai, 2016. Disponível em: https://pt.scribd.com/document/781785979/Manual-tecnico-Tecelagem-Senai-pgs-1-a-10. Acesso em: 6 maio 2024.

SENHORITA MODA MODESTA. Disponível em: **HTTPS://WWW.SENHORITAMODAMODESTA.COM.BR/?SRSLTID=AFMBOOPLMYIZGBE4KGU41TGNG8UVHB9GLSG2KH9H11UD1W-JU7P_N89Q**. Acesso em: 16 dez. 2025.

SILVA, D. L. D. **Uma representação social em construção: a mulher evangélica, a moda e as redes sociais**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado) – 2018.

SILVA, Fernando Ermíro da; SOUZA, Daniel Maurício Viana de. **Metodologia do discurso do sujeito coletivo**: uma experiência no campo da investigação sobre memória. Pelotas: Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Pelotas, 2005.

SILVA. Maria Aparecida Rodrigues da. **Moda Evangélica** – Compreendendo e equilibrando tradição e tendências de moda. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda) – CEETEPS, Faculdade de Tecnologia "Ministro Ralph Biasi", Americana, 2024. Disponível em: **HTTPS://RIC.CPS.SP.GOV.BR/BITSTREAM/123456789/29761/1/20242S_MARIA%20APARECIDA%20RODRIGUES%20DA%20SILVA_OD2496.PDF** . Acesso em: 29 maio 2025.

SILVEIRA, Icléia. Usabilidade do vestuário: fatores técnicos/funcionais. **Modapalavra e-Periódico**, v.1, n. 1, p. 21-39, 2008. Disponível em: **HTTPS://PERIODICOS.UDESC.BR/INDEX.PHP/MODAPALAVRA/ARTICLE/VIEW/7566**. Acesso em: 21 jan. 2025.

SOU DE ALGODÃO. **Tudo o que você queria saber sobre o processo de tecelagem.** 10 ago. 2020. Disponível em: https://soudealgodao.com.br/blog/tudo-o-que-voce-queria-saber-sobre-o-processo-de-tecelagem/. Acesso em: 4 nov. 2026.

SOUZA, Everson de Oliveira. Usos e costumes e a origem da Assembleia de Deus e de seus usos e costumes. **Revista Unitas:** Revista Eletrônica de Teologia e Ciências das Religiões, Vitória, v.5, n.2 (n. especial), p. 676-694, 2017. Disponível em: https://revista.fuv.edu.br/index.php/unitas/article/view/577. Acesso em: 07 oct. 2025.

SUSTENARE. Disponível em: **HTTPS://SUSTENARE.COM.BR/O-QUE-E-AVALIACAO-DO-CICLO-DE-VIDA/**. Acesso em: 11 abr. 2026.

SWEENEY, Dennis J.; WILLIAMS, Thomas A.; ANDERSON, David R. **Estatística aplicada à administração e economia**. 6. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

TERRA, C. F. Relações públicas digitais como alternativa aos algoritmos das plataformas de mídias sociais. **Organicom**, 16(30), 27-42, 2019. Disponível em:**HTTPS://DOI.ORG/10.11606/** Acesso em: 22 ago. 2025.

THIRY-CHERQUES, H. R. Pierre Bourdieu: a teoria na prática. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 40, n.1, págs 25-55, jan./fev. 2006. DOI: https://doi.org/10.1590/S0034-76122006000100003. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rap/a/3bmWVYMZbNqDzTR4fQDtgRs/?lang=pt&format=html. Acesso em: 31 dez. 2025.

UDALE, Jenny. **Tecidos e Moda:** explorando a integração entre o design têxtil e o design de moda. Tradução Laura Martins. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. 200 p.

WAHRLICH, J. *et. Al*. Avaliação da sustentabilidade do ciclo de vida: uma revisão. **Revista Gestão & Sustentabilidade Ambiental**, v. 9, n. 2, p. 183-201, 2020. DOI: https://doi.org/10.19177/rgsa.v9e22020183-201

VEBLEN, Thorstein. O vestuário como expressão da cultura pecuniária. In: VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

VIA EVANGÉLICA. Blazers. Maringá: SMC Artigos Evangélicos Ltda, 2026. Disponível em: https://www.viaevangelica.com.br/feminino/roupas/blazers. Acesso em: 9 nov. 2026.

VIA EVANGÉLICA. Blusas moda fitness. Maringá: SMC Artigos Evangélicos Ltda, 2026. Disponível em: https://www.viaevangelica.com.br/feminino/roupas/moda-fitness/blusa. Acesso em: 9 nov. 2026.

VIA EVANGÉLICA. Home page. Maringá: SMC Artigos Evangélicos Ltda, 2026. Disponível em: https://www.viaevangelica.com.br. Acesso em: 9 nov. 2026.

VIA EVANGÉLICA. T-shirt. Maringá: SMC Artigos Evangélicos Ltda, 2026. Disponível em: viaevangelica.com.br. Acesso em: 9 nov. 2026.

VIA EVANGÉLICA. Vestidos longos. Maringá: SMC Artigos Evangélicos Ltda, 2026. Disponível em: https://www.viaevangelica.com.br/feminino/roupas/vestidos/longos. Acesso em: 9 nov. 2026.

VIEIRA, V. A.; SLONGO, L. A. Uma análise dos atributos importantes no processo de decisão de compra de notebooks utilizando análise fatorial e escalonamento multidimensional. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 7, n. 4, 2006.

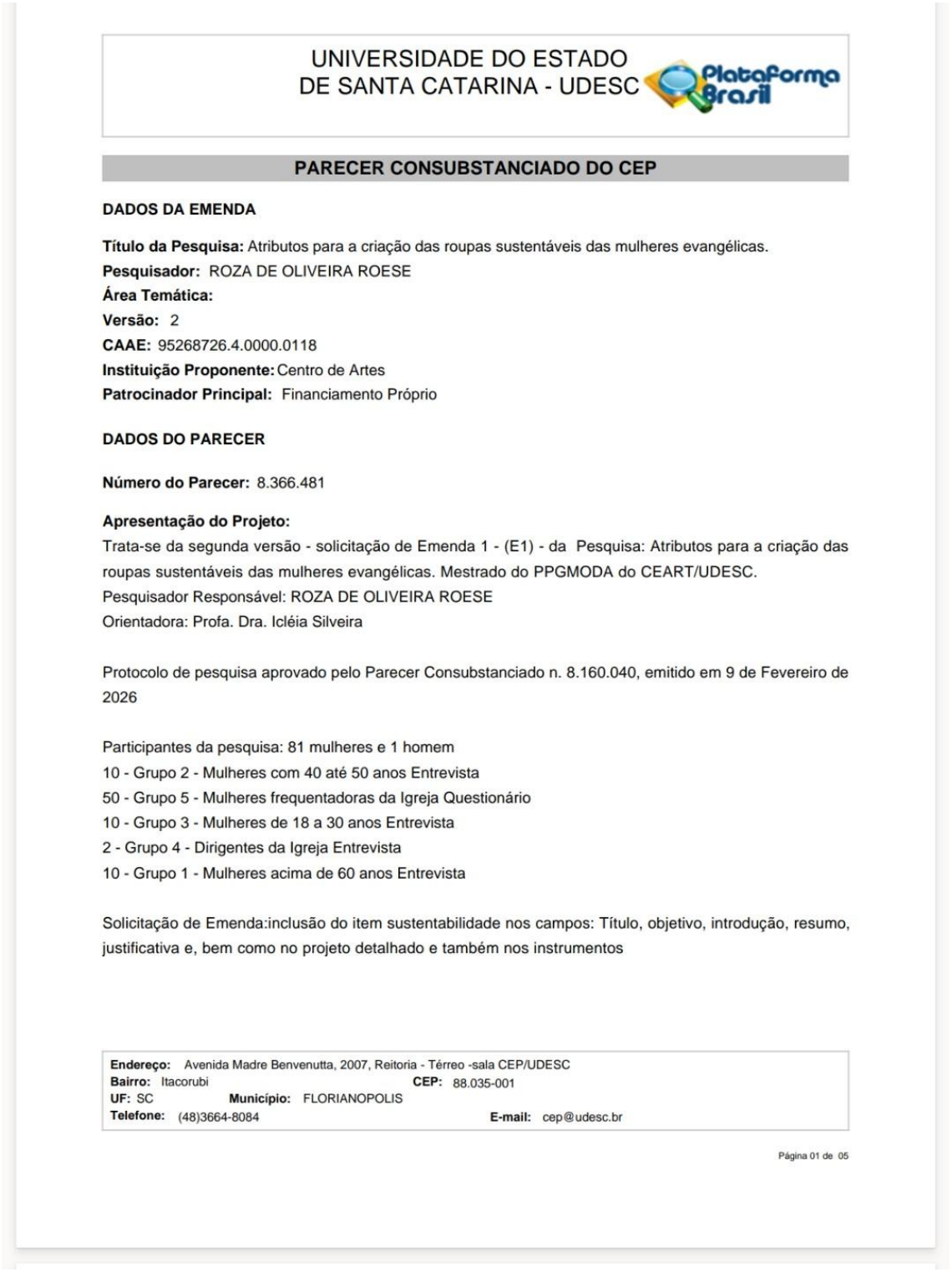
VIGGIANI, Maria Fernanda Sornas; MOURA, Mônica Cristina. Moda, sustentabilidade e ergonomia: RBS sobre métodos projetuais para o desenvolvimento de produtos de moda. **Modapalavra e-periódico**, 2026.

VIGON, B.W. **Life-cycle assessment**: inventory guidelines and principles. Cincinnati, RREL/USEPA, 108 p., 1993.

VILELA NETO, O. P. e PACHECO, M. A. C. **Nanotecnologia computacional inteligente** Concebendo a Engenharia em Nanotecnologia. Rio de Janeiro: Editora Interciência, 2012.

APÊNDICE A – PARECER CONSUBSTANCIADO COMITÊ DE ÉTICA

Justificativa: O pesquisador passou por uma mudança de nome e gênero no decorrer desta pesquisa. Por esta razão, a pesquisa começou com o nome de Roza de Oliveira Roese, sendo aprovada assim pelo Comitê de Ética e depois os dados foram retificados para o nome de Thiago Augusto de Oliveira Roese, já atualizados na Plataforma Brasil do Comitê de Ética e no sistema da Universidade Estadual de Santa Catarina. Segue o Ofício do Juiz no próximo Apêndice, comprovando a retificação de nome e gênero.



UNIVERSIDADE DO ESTADO
DE SANTA CATARINA - UDESC

PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DA EMENDA

Título da Pesquisa: Atributos para a criação das roupas sustentáveis das mulheres evangélicas.
Pesquisador: ROZA DE OLIVEIRA ROESE
Área Temática:
Versão: 2
CAAE: 95268726.4.0000.0118
Instituição Proponente: Centro de Artes
Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 8.366.481

Apresentação do Projeto:
Trata-se da segunda versão - solicitação de Emenda 1 - (E1) - da Pesquisa: Atributos para a criação das roupas sustentáveis das mulheres evangélicas. Mestrado do PPGMODA do CEART/UDESC.
Pesquisador Responsável: ROZA DE OLIVEIRA ROESE
Orientadora: Profa. Dra. Icléia Silveira

Protocolo de pesquisa aprovado pelo Parecer Consubstanciado n. 8.160.040, emitido em 9 de Fevereiro de 2026

Participantes da pesquisa: 81 mulheres e 1 homem
10 - Grupo 2 - Mulheres com 40 até 50 anos Entrevista
50 - Grupo 5 - Mulheres frequentadoras da Igreja Questionário
10 - Grupo 3 - Mulheres de 18 a 30 anos Entrevista
2 - Grupo 4 - Dirigentes da Igreja Entrevista
10 - Grupo 1 - Mulheres acima de 60 anos Entrevista

Solicitação de Emenda:inclusão do item sustentabilidade nos campos: Título, objetivo, introdução, resumo, justificativa e, bem como no projeto detalhado e também nos instrumentos

Endereço: Avenida Madre Benvenutta, 2007, Reitoria - Térreo -sala CEP/UDESC
Bairro: Itacorubi **CEP:** 88.035-001
UF: SC **Município:** FLORIANOPOLIS
Telefone: (48)3664-8084 **E-mail:** cep@udesc.br

Página 01 de 05

de pesquisa (entrevista e questionário)

Justificativa: Esta emenda apresenta inclusão do item sustentabilidade nos campos: Título, objetivo, introdução, resumo, justificativa e, bem como no projeto detalhado e também nos instrumentos de pesquisa (entrevista e questionário). Por isso a incorporação dos princípios da sustentabilidade na moda, de acordo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), nesta pesquisa envolve a reflexão desde a escolha de matérias-primas ecológicas até a adoção de processos produtivos mais limpos, com redução de resíduos,
consumo consciente de água e energia, e diminuição das emissões de carbono. Além disso, incentiva-se a economia circular, promovendo o reaproveitamento, a reciclagem e o prolongamento do ciclo de vida das peças, para isso utilizamos os referenciais teóricos que nos apoiam nessas mudanças.

Metodologia Proposta:
Caracterização geral da pesquisa:-Quanto a finalidade: Pesquisa Aplicada- Quanto ao problema: Pesquisa Qualitativa e Quantitativa -Quanto ao objetivo: Pesquisa Descritiva Procedimentos técnicos de coleta de dados:-Pesquisa Bibliográfica- Pesquisa de Campo Instrumentos de coletas de dados:-Pesquisa Bibliográfica- Pesquisa de Campo Amostra intencional da pesquisa:-Representantes da Igreja Assembleia de Deus- Mulheres
evangélicas membras da Igreja Assembleia de Deus Técnica de análise dos dados:-Análise Qualitativa dos dados - Análise de conteúdo Detalhamento das etapas da pesquisa:1° etapa: Revisão da literatura2° etapa: Seleção da amostra3° etapa: Comitê de ética4° etapa: Organização do roteiro de entrevistas e do questionário5° etapa: Aplicação de observação não participativa do modo de vestir das mulheres evangélicas durante o culto e
eventos sociais6° etapa: Aplicação da entrevista com os representantes da Igreja Assembleia de Deus7° etapa: Aplicação das entrevistas e do questionário as mulheres evangélicas da Igreja Assembleia de Deus 8° etapa: Organização das informações9° etapa: Análise dos dados qualitativos com aplicação da análise de conteúdo 10° etapa: Defesa. Vai ser entregue presencialmente o TCLE e a coleta da assinatura. A observação não
participativa será realizada com as 81 mulheres participantes da pesquisa.

Metodologia de Análise de Dados:

Análise do discurso do sujeito coletivo e análise qualitativa dos dados

Cronograma de Execução:
Defesa 30/07/2026 01/07/2026
Análise dos dados 30/06/2026 01/06/2026
Organização do roteiro de entrevistas e do questionário - 02/04/2026 27/01/2026
Aplicação do questionário 30/05/2026 01/05/2026
Submissão ao Comitê de Ética 02/04/2026 27/01/2026
Aplicação das entrevistas 30/05/2026 01/05/2026

Orçamento Financeiro:
Internet R$ 450,00Custeio
Impressão R$ 160,00Custeio
Total em R$ R$ 610,00

Objetivo da Pesquisa:
Objetivo Primário:
Propor atributos estéticos, funcionais e ergonômicos para a criação de peças de vestuário sustentável a serem utilizadas pelas mulheres das igrejas evangélicas.

Objetivo Secundário:
Objetivos específicos relacionados a fundamentação teórica:a)Abordar o contexto da moda e o consumo feminino;b)Destacar as normas de usos e costumes para frequentar templos religiosos;c)Abordar o código do vestir e a linguagem das roupas;d)Apresentar processos de design e de moda para o desenvolvimento de produtos;e)Identificar atributos estéticos, funcionais e ergonômicos para uso de vestuário;f)Verificar os aspectos ergonômicos para a usabilidade e vestibilidade do vestuário. g) Verificar com o a utilização das roupas podem contribuir para a sustentabilidade na moda.Objetivos específicos relacionados ao caminho metodológico:a)Realizar observação não participativa do modo de vestir das mulheres
evangélicas durante o culto e eventos sociais;b)Entrevistar dirigentes da Igreja Assembleia de Deus para conhecer as orientações sobre o uso do vestuário impostas pela igreja; c)Selecionar para entrevista 3 grupos de mulheres evangélicas de diferentes idades: grupo 1 - mulheres acima de 60 anos; grupo 2 - mulheres com 40 até 50 anos; grupo 3 - mulheres de 18 a 30 anos para entender suas perspectivas, prioridades e preferências distintas na escolha do vestuário;

d)Aplicar questionário com mulheres da Igreja Assembleia de Deus para identificar quais atributos consideram importantes para a escolha de peças de vestuário.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

Risco mínimo de cansaço, aborrecimento, medo de vazamento de dados e estresse. Esses riscos serão minimizados da seguinte forma: O participante terá 10 minutos de parada ao responder o/as questionário/entrevistas; será utilizado a lei de processamento de dados pessoais para garantia do sigilo e da confidencialidade.

Benefícios:

Os benefícios serão diretos e indiretos aos participantes da pesquisa, proporcionando maior conhecimento sobre a aquisição das roupas e no conhecimento da criação/confecção da moda evangélica.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A pesquisadora solicita emenda de inclusão do item sustentabilidade nos campos: Título, objetivo, introdução, resumo, justificativa e, bem como no projeto detalhado e também nos instrumentos de pesquisa (entrevista e questionário)

Os documentos foram anexados e o cronograma ajustado.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Documentos apresentados:

- projeto básico - PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_
- Roteiro_entrevistas_questionariorevisado.docx
- projeto detalhado - Projeto_revisado.docx
-

Recomendações:

Sem recomendações.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Solicitação de Emenda 1 aprovado.

Considerações Finais a critério do CEP:

A Coordenação delibera pela aprovação da Emenda 1.



Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_2772412_E1.pdf	13/04/2026 15:50:02		Aceito
Outros	Roteiro_entrevistas_questionariorevisado.docx	13/04/2026 15:39:25	ROZA DE OLIVEIRA ROESE	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_revisado.docx	13/04/2026 15:37:32	ROZA DE OLIVEIRA ROESE	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Roteiro_entrevistas_questionario.docx	21/01/2026 21:57:31	ROZA DE OLIVEIRA ROESE	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Detalhado.docx	21/01/2026 21:51:53	ROZA DE OLIVEIRA ROESE	Aceito
Declaração de concordância	Documento_UDESC__assinado_assinado.pdf	21/12/2025 21:29:13	ROZA DE OLIVEIRA ROESE	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_assinado.pdf	17/12/2025 16:57:44	ROZA DE OLIVEIRA ROESE	Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto_assinadocomite.pdf	17/12/2025 00:18:19	ROZA DE OLIVEIRA ROESE	Aceito

Situação do Parecer:
Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:
Não

FLORIANOPOLIS, 17 de Abril de 2026

Assinado por:
DANIELA DE SOUZA ONCA
(Coordenador(a))

Endereço: Avenida Madre Benvenutta, 2007, Reitoria - Térreo -sala CEP/UDESC
Bairro: Itacorubi **CEP:** 88.035-001
UF: SC **Município:** FLORIANOPOLIS
Telefone: (48)3664-8084 **E-mail:** cep@udesc.br

APÊNDICE B – OFÍCIO DO JUIZ

ESTADO DE SANTA CATARINA
PODER JUDICIÁRIO
1ª Vara da Família e Órfãos da Comarca da Capital - Eduardo Luz

Rua José da Costa Moellmann, 197, Fórum Eduardo Luz - Bairro: Centro - CEP: 88020-170 - Fone: (48) 3287-6820 - Email: capital.familia1@tjsc.jus.br

OUTROS PROCEDIMENTOS DE JURISDIÇÃO VOLUNTÁRIA Nº 5077102-27.2025.8.24.0023/SC

REQUERENTE: ROZA DE OLIVEIRA ROESE

MANDADO Nº 310092872323

DESTINATÁRIO: 2º CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL JOÃO PESSOA/PB

OBJETO: AVERBAÇÃO DA SENTENÇA de Procedimento Comum Cível, prolatada em 17/03/2026, que transitou em julgado, para os fins de direito. Assim, proceda-se na desconstituição da alteração do nome e gênero de ROZA DE OLIVEIRA ROESE em seu assento de nascimento, para que retorne a utilizar o nome de THIAGO AUGUSTO DE OLIVEIRA ROESE, bem como para alterar seu gênero para masculino, mantendo o mesmo número do RG e CPF. Integram o presente as seguintes peças: sentença, certidão de trânsito em julgado, certidão de nascimento.

ADVERTÊNCIA: O oficial de registro comunicará dentro de quarenta e oito horas o lançamento da averbação ao juiz que houver subscrito a carta de sentença (ou mandado), mediante ofício sob registro postal (§ 4º do art. 100 da Lei n. 6015/1973), sob pena de imposição de "multa de cinco salários-mínimos da região e a suspensão do cargo até seis meses; em caso de reincidência ser lhe-á aplicada, em dobro, a pena pecuniária ficando sujeito à perda do cargo" (§ 5º do citado dispositivo legal).

OBSERVAÇÃO: A parte requerente é beneficiária da Justiça Gratuita, estando isenta do pagamento dos emolumentos, nos termos do artigo 98, §1º, IX, do CPC.

Documento eletrônico assinado por **RENATO MASTELLA, Juiz de Direito**, na forma do artigo 1º, inciso III, da Lei 11.419, de 19 de dezembro de 2006. A conferência da **autenticidade do documento** está disponível no endereço eletrônico https://eproc1g.tjsc.jus.br/eproc/externo_controlador.php?acao=consulta_autenticidade_documentos, mediante o preenchimento do código verificador **310092872323v5** e do código CRC **a48e2730**.

Informações adicionais da assinatura:
Signatário (a): RENATO MASTELLA
Data e Hora: 09/04/2026, às 13:38:26

5077102-27.2025.8.24.0023 **310092872323 .V5**

APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA APLICAR COM REPRESENTANTES DA IGREJA

1. O sr. pode fazer uma breve apresentação da igreja?

2. Existem códigos de vestimentas para o uso de vestuário na igreja e no ambiente social?

3. Acredita que faltam instruções para as mulheres cristãs na hora de escolher suas roupas? Se sim, quais seriam? Por exemplo: Equilibrar moda e regras cristãs; encontrar lojas adaptadas para mulheres evangélicas que entreguem qualidade nas peças e bom caimento; saber combinar cores, *looks*, conhecer os tipos de peças e modelagens que irão vestir bem no seu corpo...

4. Acreditam que o aspecto financeiro influencia no vestir das fiéis?

APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA APLICAR COM MULHERES EVANGÉLICAS

Marcadores sociais

1. Qual a sua nacionalidade? Se for brasileira, qual o seu estado?
2. Qual a sua raça:
   ( ) Branca
   ( ) Amarela
   ( ) Parda
   ( ) Negra
3. Qual a sua renda familiar?
   ( ) Menos que um salário mínimo
   ( ) Um salário mínimo ou mais
   ( ) 3 salários mínimos
   ( ) 4 ou mais salários mínimos
4. Qual a sua faixa etária?
   ( ) Acima de 60 anos
   ( ) De 40 até 50 anos
   ( ) De 18 a 30 anos
5. Onde costuma comprar as suas roupas? Pode marcar mais de uma alternativa.
   ( ) Shopping Vila Romana
   ( ) Shopping Beiramar
   ( ) Floripa Shopping
   ( ) Outros shoppings. Se sim, quais?
   ( ) Internet
   ( ) Brechós
   ( ) Lojas populares do centro
   ( ) Lojas populares de bairro
   ( ) Lojas de rua

Perspectivas em relação ao vestuário

6.Qual a sua perspectiva em relação ao vestir? Qual a importância da roupa para você?

7. Como enxerga o vestir na atualidade?

8. Caso seja do grupo 40 mais ou 60 mais, sente muita diferença do vestuário da sua época para os dias atuais? Se sim, especifique.

9. O que acha que melhorou em relação ao vestir/moda evangélica?

10. Sente dificuldade em encontrar roupas adequadas para a sua crença de fé?

11. Tem facilidade ou dificuldade em encontrar lojas com vestuário focado no público evangélico?

12. Na sua visão, o que mudou no vestuário evangélico, em relação as gerações de mulheres evangélicas mais antigas para a geração atual?

Prioridades em relação ao vestuário

13.O que prioriza numa roupa:

( ) Preço

( ) Qualidade

( ) Tecido

( ) Cores

( ) Modelagem

( ) Estética

( ) Valores Cristãos (Modéstia e Decência)

Preferências em relação ao vestuário

14. Tem alguma peça de roupa favorita? Se sim, qual (is)?

APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO PARA APLICAÇÃO COM MULHERES EVANGÉLICAS

Cores - aspectos individuais

1. Que cores você usa para ir à igreja?
2. Porque você escolhe essa(s) cor(es)?
3. Você sente algo diferente no seu comportamento com o uso dessa cor?
4. Em situações eventos importantes na igreja, que roupas e de quais cores você resolveu usa?
4. Você conhece o valor simbólico das cores? Caso positivo pode citar?
5. Você se considera extrovertida ou introvertida?
6. É mais conservadora ou revolucionária?
7. Que cores são mais utilizadas no vestuário na sua igreja?
8. Alguma(s) cor(es) é/são proibida(s)?
9. Que impressão você tem das pessoas e da igreja dada a cor utilizada?

Material

10. Que tecidos você geralmente usa para ir à igreja?

11. Que tecidos você jamais usaria para ir à igreja? Por quê?

Estilo e formalidade

12 Há um código de vestimenta escrito na sua igreja?
13. Qual é o código (implícito ou explícito)?
14. Calça jeans é permitido? Se sim, em que momentos?
15.Como você escolhe a roupa no dia -a- dia?
16.Usa saias e vestidos? Se sim, em que altura? Justas ou rodadas?
17. Decotes e saias curtas são aceitos? E estampas, são usadas?
18. Que atributos físicos e tácteis você importante nos tecidos? Pode assinalar mais de um.

( ) **Textura -** Determina a aparência visual e o toque do tecido. Pode variar de rústico (como o linho) a sofisticado (como o cetim).

( ) **O peso** - Afeta o caimento da peça. Tecidos leves criam um visual fluido, enquanto os mais pesados dão mais estrutura a peças como casacos.

( ) **A flexibilidade/elasticidade -** A capacidade do tecido de se moldar ao corpo e permitir liberdade de movimento, essencial para roupas esportivas ou que precisam de conforto e mobilidade.

19. No ato da escolha do vestuário você considera relevante observar: pode assinalar mais de uma opção.

( ) Conforto do vestuário;

( ) Durabilidade;

( ) Resistência à Água e Impermeabilidade;

( ) Facilidade de cuidado e

( ) Vestuário cuja produção se preocupou com a sustentabilidade.

20. Qual estilo você considera ter?

( ) **Estilo elegante** - O estilo de roupa elegante transborda sofisticação, o que não está ligado diretamente ao preço de uma peça de roupa ou acessório. Mesmo assim, quem tem um estilo de moda elegante costuma investir um pouco mais em bons tecidos, de caimento impecável, além de acessórios e sapatos atemporais.

( ) **Estilo Tradicional** - O estilo tradicional é aquele de quem adora alfaiatarias, linhas retas e cores mais sóbrias, como o preto, o branco e o cinza.

( ) **Estilo casual** - Apresenta um equilíbrio peculiar. Embora preze por roupas práticas e confortáveis, é capaz de injetar uma sensação descontraída e vívida em seu visual. Assim, além de enfatizar o conforto, o estilo casual não negligencia as tendências da moda

( ) **Estilo Criativo** - A proposta de quem tem um estilo criativo é brincar com cores, formas, texturas e estampas. Bem diferente do estilo clássico, o estilo criativo é mais ousado e mistura estilos e épocas, mesmo em ambientes mais formais, apenas adaptando a dose de criatividade, se necessário.

( ) **Estilo Romântico** - Enfatiza a feminilidade, com diversos elementos de influência vintage. Os *looks* românticos costumam ter cintura marcada e muita inspiração na moda dos anos 50 e 60. Os principais elementos encontrados nas peças são: Laços; Babados; Rendas; Transparências; florais delicados; Pérolas e pedrarias; Plissados; Mangas bufantes; tecidos fluídos como tule, cetim e chiffon.

21. Quais as qualidades você considera desejada para adquirir o vestuário?

1. Qualidades Técnicas dos produtos

( ) Facilidade de armazenar e transportar.

( ) Facilidade de uso,

( ) Facilidade de lavar e conservar,

( ) Resistência e Durabilidade.

2. **Critérios de Usabilidade dos produtos**

( ) Aspectos cognitivos: facilidade de usar e manipular;

( ) Pontos de estresse/dores: em modelagem, recortes, costuras, fechamentos, texturas e aviamentos;

( ) Conforto e segurança: adequação antropométrica (medidas corpóreas) e biomecânica (acessibilidade aos movimentos articulares);

( ) Função de uso: quando usado na sua função principal, obtém melhor eficácia do produto

3. Critérios Estéticos dos produtos

( ) Aspectos estético-formais (formas, cores e relação com a temática de inspiração);

( ) Aspectos sensoriais e emocionais (acuidade visual, tato, pressão, temperatura e umidade relativa, fatores que afetam diretamente o desempenho humano)

( ) Aspectos sociais, culturais e simbólicos (capacidade de representação de poder, status, seu significado e capacidade de cognição e comunicação através de conceito, mensagem e imagem no contexto social em que o consumidor final está inserido).

Sustentabilidade

22. Você se preocupa com as questões voltadas a sustentabilidade do planeta?

23. Em relação as suas roupas, o que você faz para a sustentabilidade?

ATESTADO FINAL

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA – UDESC
BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA
REPOSITÓTRIO INSTITUCIONAL

CENTRO DE ARTES, DESIGN E MODA

DECLARAÇÃO DE VERSÃO FINAL

Eu, Icléia Silveira, docente do Programa de Pós-Graduação em Moda, declaro que esta é a versão final, revisada e aprovada por mim, do Trabalho de Conclusão de Curso de Mestrado Profissional em Design de Vestuário e Moda intitulado: **"Atributos para a criação das roupas sustentáveis das mulheres para igrejas evangélicas"** de autoria do(a) acadêmico(a) Thiago Augusto de Oliveira Roese.

Florianópolis, 06 de novembro de 2026.

gov.br Documento assinado digitalmente
ICLEIA SILVEIRA
Data: 09/11/2026 09:52:16-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Assinatura Digital do(a) Orientador(a)