

PROJETO INTERCURSOS: INCLUSÃO SOCIAL PARA PORTADORES DE DEFICIÊNCIA NO APARELHO LOCOMOTOR

Navalon, Eloize Me.¹
navalon@anhembi.br
Levinbook, Miriam Me²
mlevinbook@anhembi.br

Resumo:

Com o objetivo de compartilhar práticas metodológicas de ensino, este artigo expõe uma proposta pedagógica no âmbito da moda. Elucida, mediante à organização de princípios para uma educação responsável, a abordagem de conteúdos pedagógicos, na proposta de um projeto intercursos, aos estudantes dos bacharelados em Design de Moda e Negócios da Moda da Universidade Anhembi Morumbi, cujo eixo norteador para seu desenvolvimento, é fundamentado na Sustentabilidade.

Palavras Chave: Formação Superior, Design de Moda, Negócios da Moda, Sustentabilidade.

Abstract:

In order to share methodological teaching practices, this paper presents a pedagogical proposal in the fashion context. Clarifies, through the organization of responsible education principles the approach of educational content, in proposing a inter courses project, to the students of bachelor degrees in Fashion Design and Fashion Business from Anhembi Morumbi University, that have his development guide under principles based on sustainability.

Keywords: Bachelor degree, Fashion Design, Fashion Business, Sustainability

Introdução

A partir do primeiro semestre de 2010, os bacharelados de Design de Moda e Negócios da Moda, bem como os cursos pertencentes à Escola de Artes, Arquitetura, Design e Moda da Universidade Anhembi Morumbi adotaram em seus projetos pedagógicos, projetos interdisciplinares intercursos. O objetivo

¹ Mestre em Design e especialista em Moda e Comunicação pela Universidade Anhembi Morumbi é bacharel em Comunicação e Artes (Comunicação Visual e Desenho Industrial) pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Atuou no mercado de moda desde o final dos anos 1980 até 2001 quando inicia sua vida acadêmica; Desde então atua como docente em diversas disciplinas da área de moda. Coordena desde 2007 o bacharelado em Design de Moda da Universidade Anhembi Morumbi.

pedagógico de tal proposição visa proporcionar ao discente a compreensão do papel do profissional de moda como agente transformador da realidade na qual está inserido e sua responsabilidade social, contemplando as exigências contemporâneas das ações de inclusão e a importância ética nos procedimentos criativos e mercadológicos.

Para que os objetivos do projeto sejam alcançados, as principais competências exigidas ao estudante são relativas a trabalhar em equipe integrando-se e colaborando de forma ativa com outros indivíduos, áreas e/ou organizações para a realização de objetivos comuns; perceber que pode motivar e incorporar os demais, criando cultura de equipe; saber avaliar e integrar as contribuições dos componentes do grupo; possuir novas ideias e interpretações para sugerir as melhores estratégias que ofereçam soluções a problemas reais e ter capacidade de aplicar conhecimentos adquiridos no mundo acadêmico, em situações próximas à realidade da profissão para a qual está se formando.

O planejamento dos objetivos específicos de cada curso foi elaborado na expectativa de preparar os estudantes aos desafios que envolvem a sustentabilidade relacionada à indústria têxtil e de confecção, já que, esta área, sofre críticas negativas relativas a seus processos de produção, responsabilidade social, entre outros (FLETCHER; GROSE; 2011). Neste contexto, a cada novo semestre, estudam-se meios de viabilizar o planejamento de conteúdos, com o propósito de produzir capital humano com habilidades e competências capazes de atender às demandas da sociedade de forma sustentável e ética (NAVALON; LEVINBOOK, 2013).

Para apresentar a aplicação dos diálogos e dos resultados obtidos entre educação, moda (tanto como criação, quanto negócio) e sustentabilidade, torna-se relevante discorrer sobre as práticas adotadas nos cursos acima citados.

MODA, SUSTENTABILIDADE E INCLUSÃO SOCIAL.

O conceito de desenvolvimento sustentável é lançado em 1987, a partir do relatório intitulado *Nosso Futuro Comum (Our Common Future)* elaborado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, que definiu Desenvolvimento Sustentável como um processo que “satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das futuras gerações de atingir suas próprias necessidades”. (BRUNDTLAND, 1991, p.52 apud BERLIM, 2012, p. 17). Este relatório abrange três dimensões para o desenvolvimento sustentável: justiça social, viabilidade econômica e preservação ambiental. (AFONSO, 2006; BERLIM, 2012; LOURES, 2009; NASCIMENTO AT AL., 2008; PASSO, 2009).

Para Manzini e Vezzoli (2011), no século XXI a sociedade deve procurar uma maneira de viver, desenvolvendo uma economia que reduza a produção dos bens materiais apontando para um cenário sustentável que traz à luz a questão do panorama atual de desenvolvimento.

[...] deverá verificar-se uma descontinuidade que atingirá todas as dimensões do sistema: A dimensão física (os fluxos de matéria e energia), mas também a econômica e institucional (as relações entre os atores sociais), além da dimensão ética, estética e cultural (os critérios de valor e os juízos de qualidade que socialmente legitimam o sistema). (MANZINI E VEZZOLI, 2011, p 31)

Quando se observa a moda e sua movimentação em relação à sustentabilidade, percebe-se que ainda há um longo caminho a se percorrer, pois é possível constatar-se que a criação, a produção, a distribuição e o uso/consumo de moda, sob a luz da sustentabilidade no contemporâneo é uma ação contraditória, visto que, “... o consumo exagerado de roupas e acessórios, bem como a lógica *fast fashion* fazem com que a data de validade desses produtos seja curta e nossas relações com eles superficiais...” (BERLIM, 2012, p 13). Porém, relegar este assunto é uma questão de adiar o que, inevitavelmente, virá à tona: os efeitos do consumo desmedido e a agressão à natureza. (DENARDIN, 2012).

A moda, em seu ápice criativo, é uma das expressões mais influentes e diretas de aspirações pessoais, individualidade e pertencimento. Mas a indústria da moda, também contribui para a degradação social e ambiental quando a propaganda invasiva e as tendências de curto prazo manipulam e exploram as necessidades inatas das pessoas por integração e diferenciação, para levar os ciclos de varejo mais rápidos e ao crescimento contínuo da produção comercial” (FLETCHER; GROSE, 2011, p. 138)

Levando-se em consideração, que o comportamento do consumidor é a tônica para a sobrevivência das empresas, nota-se que a indústria e o varejo de moda, vem considerando a alternativa de refletir sobre seus atuais e futuros clientes, por intermédio das perspectivas da sustentabilidade, já que estes demonstram cada vez mais interesse pelo assunto (BERLIM, 2012). A partir deste contexto, há indícios de que os caminhos trilhados pelo sistema da moda na direção da sustentabilidade começam a surgir. Hoje, no Brasil, já é possível encontrar publicações de pesquisas sobre as relações entre Moda e Sustentabilidade (BERLIM, 2012; DE CARLI; SUSIN VENZON, 2012; FLETCHER; GROSE, 2011); artigos publicados em Anais de Congressos da área, bem como dissertações e teses, apresentam a cada ano, estudos sobre a viabilidade social, econômica e ambiental, indicando possibilidades para a Moda Sustentável.

A mídia vem apresentando pautas a respeito, também demonstrando suas preocupações para com esse assunto . Para Chiara Gadaleta (2010), a moda se apresenta como um sistema notavelmente capaz de mudar vidas e modificar discursos, atitudes, pensamentos ou valores socioculturais e identitários, pois se mostra como propulsora de uma transformação que conecta pessoas e grupos distintos. Observa-se também que a moda possui a característica de diferenciar um indivíduo ou grupo do outro, revelando seus estilos de vida, estado de espírito e personalidade.

A partir desta ideia, para Woltz e Carvalho (2008) a inclusão social pode ser realizada mediante ao vestuário adequado às necessidades especiais de cada indivíduo, promovendo seu bem estar e segurança ao interagir com os demais membros da comunidade. Os mesmos autores salientam, que a busca pela aceitação envolve mais do que o vestir, encaixa-se também em um padrão

estético estabelecido pela moda como o ideal. Em uma sociedade composta por diferentes biotipos, este pode ser um obstáculo não só àqueles que são dotados de medidas que não correspondem aos padrões, mas principalmente aos indivíduos com alguma limitação física.

Conforme apontado por Carvalho (2007), desde o início do século XXI, ocorrem ações projetuais, tecnológicas, políticas e socioculturais que, através de soluções em design, projetos e concursos de moda, tem a finalidade de promover e permitir a inserção social, desenvolver a autonomia e autoestima de pessoas com deficiência em sua mobilidade. Assim, entende-se que cabe ao profissional (de moda) a competência em projetar, e produzir produtos que possibilitem a acessibilidade e inclusão das pessoas com deficiência, seja esta deficiência de qualquer tipo de imobilidade (Lei da acessibilidade nº 10.098; 19 de dezembro de 2000).

A inclusão social é um exercício que implica no ato de exercer a cidadania, libertar-se dos preconceitos concebidos e primar pela igualdade de direitos, sem perder a referência que é o diferencial de cada um. Assim, a inclusão baseia-se em permitir que toda e qualquer pessoa sintam-se completamente integrada à sociedade de forma igualitária.

[...] a minimização das diferenças sociais no que tange ao bem estar material entre indivíduos e do modo especial entre classes e camadas sociais em prol da comunidade, garantindo assim um nível de vida digna para todos (KRÜGGLER, BOMBASSO e SOUZA, 2009, p.10).

De acordo com os autores acima, os aspectos centrais da política inclusiva são: o acesso à formação, ao trabalho e à participação cultural e social, realizados quando o sistema de rede de relações, em que bens primários, tecnológicos, recursos naturais e econômicos atingem a todos. Porém a inclusão social não ocorre apenas pelo respeito às leis, mas exige um reconhecimento da diferença e da força da pluralidade cultural. Deste modo, compreende-se que o termo inclusão social engloba muito mais do que incluir outras pessoas ou grupos não semelhantes. Implica na capacidade do homem em se colocar no lugar do outro, em desejar intrinsecamente ajudar o próximo,

em se ater ao bem estar do individuo, e entender que todos merecem as mesmas oportunidades de aceitação por parte da sociedade.

Discussões sobre inclusão social tornam-se cada vez mais relevantes, indicando que ainda há diversos fatores que influenciam a exclusão, como classe social, nível educacional, idade e o principal deles, abordado neste projeto: pessoas com deficiências físicas.

Para Carvalho (2007) é considerada deficiência física a ocorrência de problemas no sistema locomotor ou quando algum dano é causado ao cérebro, levando à perda de movimentos em áreas do corpo. Isto inclui pacientes paraplégicos, tetraplégicos, que tenham perdido os movimentos ou amputado os membros inferiores ou superiores. Esses cidadãos precisam de acompanhamento fisioterapêutico e psicológico, para lidar com seus limites e ao mesmo tempo descobrir seu potencial em sua nova condição.

Percebe-se com isso o desafio e a necessidade em desenvolver e criar uma coleção de moda sem complexidades para o vestir, possibilitando a autonomia do usuário e incluindo-o socialmente perante os demais. Sugere-se, como princípio, criar, confeccionar, produzir e comercializar peças que sejam não apenas apropriadas para pessoas com deficiência, mas sim, que as mesmas peças possam ser vestidas por consumidores que não tenham restrições locomotoras. O resultado desta premissa dentro do projeto, em seu sentido mais amplo, é o de incluir socialmente.

Observa-se assim, que cabe à moda providenciar e intermediar estes elementos para suprir necessidades humanas de forma ergonômica, que contenham características de usabilidade e funcionalidade estética, sociocultural e econômica do produto.

PRÁTICAS APLICADAS E RESULTADOS OBTIDOS

A pergunta motivadora para a criação de uma proposição interdisciplinar intercursos, transformado em proposição projetual foi: estamos, efetivamente,

preparando os jovens que procuram os cursos de moda para atuarem profissionalmente em um mercado no qual a sustentabilidade, e seus desdobramentos conceituais e práticos, já são uma realidade?

Há quatro anos, quando do início do projeto Intercursos, a resposta a este questionamento era negativa, visto que, os aspectos relativos à sustentabilidade não eram trabalhados horizontalmente na matriz curricular dos cursos. Devido a esta constatação, iniciou-se a construção do *briefing* para a realização do referido trabalho, assim como as diretrizes que compõem o documento normativo do projeto intercursos para 2014 1, que contempla como objetivo pedagógico do projeto, o entendimento do “papel do profissional de moda, como agente transformador da realidade na qual está inserido” bem como de seu engajamento com a responsabilidade social, como também, “contemplar as exigências contemporâneas das ações de inclusão e a importância ética nos procedimentos criativos e mercadológicos”. (DOCUMENTO NORMATIVO DO PROJETO INTERCURSOS, p. 1, 2014).

Esclarecidos aos estudantes os objetivos pedagógicos do projeto que também contemplam suas respectivas competências para seu pleno desenvolvimento, e sua relevância para a formação do profissional do futuro, apresenta-se o *briefing* a partir do tema “Inclusão Social” e seus sub-temas: Paraplegia, Tetraplegia, Deficiência e/ou ausência de membros superiores e/ou inferiores. Em seguida, é detalhada a proposta para o desenvolvimento do projeto que envolve os seguintes objetivos:

Realizar uma pesquisa bibliográfica a respeito do tema Inclusão Social; realizar pesquisa de campo junto a grupos de pessoas com deficiência no aparelho locomotor; identificar necessidades relacionadas ao vestuário para criar uma coleção composta por 12 *looks*, confeccionar “6” *looks*, e apresentar recomendações de viabilidade mercadológica; realizar pesquisa bibliográfica sobre os aspectos relacionados ao grupo em questão; elaborar um artigo científico; realizar um pôster científico. (DOCUMENTO NORMATIVO DO PROJETO INTERCURSOS, p. 2, 2014 1).

Com o objetivo de planejar e desenvolver produtos de moda voltados para o vestuário, que atendam às necessidades da marca proposta, devem ser

identificados os elementos formais projetuais (cartela de cores, estudo de formas e silhuetas, materiais, acabamentos entre outros) sendo realizada ao mesmo tempo, a análise ergométrica do vestuário para o desenvolvimento de peças especificamente destinadas aos usuários em questão. A partir destas definições, é elaborada a representação gráfica dos *looks* criados bem como suas fichas técnicas e devido levantamento de custos da coleção.

Considerando a produção de discussões transdisciplinares entre os cursos envolvidos e os aspectos relacionados acima, o projeto deve contemplar parâmetros, que desenvolvam relações entre as pesquisas e o desenvolvimento do projeto, resultando em uma coleção para o grupo de usuários/consumidor identificado nas pesquisas de campo (observação e entrevistas). Com vistas a viabilizar o projeto no que se refere a seu aspecto mercadológico, deve ser realizada por parte dos estudantes, uma análise macro ambiental, identificando oportunidades e ameaças, como também, criar uma marca e a apresentação de sua identidade, identidade visual, além de uma sugestão impulsionadora para o seu lançamento.

Para a proposta de lançamento da coleção e da marca, os estudantes elaboram um plano de comunicação mercadológica, contemplando objetivos, estratégias e mídias, assim como a criação de duas peças de comunicação: um vídeo e uma a ser definida de acordo com as estratégias de comunicação. Além destas ações, solicita-se por meio do projeto, a recomendação de ações comerciais, técnica de vendas e de exposição de produtos.

A partir do exposto acima, os itens que serão observados pelos componentes da banca examinadora composta por professores de ambos os cursos, são um artigo segundo as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), assim como, a redação, gramática e clareza do texto e da pesquisa. Além destes aspectos, são avaliadas a coerência entre o conteúdo da pesquisa, conceito de criação, clareza na criação e desenvolvimento dos elementos formais projetuais, levantamento de custo para a implementação do planejamento de identidade e comunicação de marca nas estratégias para

atendimento junto ao nicho de mercado, e estudo de *layout* adequado a um ambiente comercial.

O domínio da fundamentação teórica, a clareza na proposta de criação e desenvolvimento projetual, como também a qualidade nas soluções gráficas e visuais destinadas a uma apresentação pública são itens que constituem a avaliação final, juntamente com a criatividade dos protótipos, e sua coerência com o conceito de criação/parâmetros projetuais, além da viabilidade e usabilidade dos mesmos.

Com relação à peça gráfica da proposta projetual, são levadas em consideração a criatividade e coerência com o conceito de criação/parâmetros projetuais.

A cada semestre tal projeto mobiliza, positivamente, docentes e discentes que, juntos demonstram seriedade, comprometimento, motivação e entusiasmo com a realização do mesmo. Projetos maduros têm apresentado excelentes resultados acadêmicos, obtendo altos índices de notas máximas (em 2013 chegou-se a 60%), bem como reconhecimento de mercado através de premiações em concursos importantes da área como, em 2011, o projeto ID Sonora recebeu o prêmio IDEA BRASIL na categoria estudante); participação no 2º Encontro Internacional de Tecnologia e Inovação para Pessoas com Deficiência – Acessibilidade Urbana - , promovido pela Secretaria do Estado de São Paulo da Pessoa com Deficiência, em 2011 na cidade de São Paulo, com apresentação dos trabalhos nota dez desenvolvidos em 2010 além do apoio de importantes empresas do setor têxtil no fornecimento de matéria prima (tecidos) para os desenvolvimentos dos projetos. Docentes e pesquisadores, membros dos dois cursos envolvidos, realizam registros do referido projeto em congressos e revistas científicas do campo do Design e da Moda, e em 2014 há um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que pretende dar continuidade e aprofundamento ao projeto intercurso.

CONSIDERAÇÕES

Refletir e pensar a moda de forma inclusiva está na ordem do dia para quem pretende atuar profissionalmente e parece-nos ser esta uma questão pedagógica inevitável aos cursos superiores de moda.

Colocar os estudantes à frente de seu tempo, incentivando-os à inovação e experimentação, exige, de sua formação, conhecimentos capazes de fazer a diferença, para que possam impactar suas vidas, e a sociedade em que vivem.

Observa-se que o projeto intercursos realiza tal tarefa, e neste momento busca-se maior visibilidade, objetivando mais incentivo aos estudantes em dar continuidade a tais ações em sua atuação profissional futura. Nesta perspectiva, participou da banca examinadora do projeto Intercursos em Dezembro de 2013, a organizadora do evento Moda Inclusiva, promovido pela Secretaria de Estado do São Paulo da Pessoa com Deficiência o que possibilitou um olhar externo ao projeto, que contribuiu com a construção dos conhecimentos relativos à responsabilidade social.

REFERENCIAS

AFONSO, Cintia Maria. **Sustentabilidade: Caminho ou utopia?** São Paulo, Annablume, 2006.

BARTALOTTI, Celina. **Inclusão social das pessoas com deficiência: utopia ou possibilidade?** São Paulo. Editora Paulus, 2006.

BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária.** São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2012.

CARVALHO, Oneide de Almeida. **Inclusão Social Através do Vestuário para Portadores de Necessidades Especiais - Uma proposta de intervenção.**

Disponível em

<<http://biblioteca.sp.senac.br/LINKS/acervo269246/Oneide%20de%20Almeida%20Carvalho.pdf>>. Acesso em 27 ago. 2013.

DENARDIN, Karoline Sana. **Sustentabilidade na moda: casos de reaproveitamento e economia solidária.** In. Moda, sustentabilidade e emergências / org. Ana Mery Sehbe de Carli e Bernardete Lenita Susin Venzon. Edics: Caxias do Sul, RS, 2012

FLETCHER, Kate & GROSE, Lynda. **Moda e Sustentabilidade** Editora SENAC: Sao Paulo, 2011.

GADALETA, Chiara. A moda transforma. 2010. Disponível em <<http://sersustentavelcomestilo.com.br/2010/10/26/a-moda-trasforma/>>.

Acesso em 28 março. 2014.

KRÜGGELER, Thomas; BOMBASSARO, Luiz Carlos; SOUZA, Ricardo Timm de. **Democracia e Inclusão Social - Desigualdade Como Desafio para a Sociedade e a Igreja no Brasil.** Porto Alegre: Editora Edipucrs, 2009.

LOURES, Rodrigo C. Da Rocha. **Sustentabilidade XXI: educar e inovar sob uma nova consciência.** São Paulo, Gente, 2009.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos Sustentáveis.** São Paulo, EDUSP, 2011.

NAVALON, Eloize; LEVINBOOK, Miriam. **Diálogos entre educação, moda e sustentabilidade: práticas aplicadas. Anais do 9º Colóquio de Moda.** Fortaleza, 2014.

NASCIMENTO, Felipe; LEMOS, Eliane; MELLO, Maria. **Gestão Socioambiental estratégica.** Porto Alegre, Editora Artmed, 2008.

PASSO, Priscilla. **A conferência de Estocolmo como ponto de partida para a proteção internacional do meio ambiente.** Revista Direitos Fundamentais e Democracia, Curitiba, v6, 2009.

WOLTZ, Silvia; CARVALHO, Miguel Ângelo Fernandes. **Vestuário inclusivo: a adaptação do vestuário às pessoas com necessidades Especiais.**

Disponível em <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/8081>>.

Acesso em 27 março, 2014.

