

DESENVOLVIMENTO DE UM PRODUTO PARA A TERCEIRA IDADE ATENDENDO A FUNÇÃO PRÁTICA

Development of a product for the elderly having the function practice

Francisco, Carolina; Graduanda; Universidade Tecnológica Federal do Paraná,
carolbeichi@hotmail.com

Berton, Tamissa J.B.; Mestranda; Universidade Tecnológica Federal do
Paraná, tamissa@utfpr.edu.br

Resumo

O objetivo consiste em elaborar vestimentas para idosas que não costumam sair de casa, buscando atender de à função prática do produto. A pesquisa foi embasada na questão da feminilidade dessas mulheres, inspirada na década de 50, ressaltando o estilo “homewear”.

Palavras Chave: vestimentas; idosas; feminilidade; função prática; homewear.

Abstract

The purpose of this article is to create clothing for elderly who do not usually leave the house, due to meet the practical function of the product. The research was based on the question of femininity these women , inspired by the 50's , highlighting the style " homewear "

Keywords : clothing; elderly ; femininity ; practical function ; homewear .

Introdução

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um projeto da disciplina de Pesquisa e Criação I. O intuito do projeto consistiu em elaborar um produto para pessoas da terceira idade e atender uma necessidade específica utilizando a função prática do desenvolvimento de produtos. O público escolhido foram mulheres idosas com uma faixa etária mais avançada, entre 78 e 85 anos de idade, que não tem o hábito de sair, ou seja, elas passam a maior parte do seu tempo em suas casas realizando suas atividades rotineiras. A partir disso, decidiu-se trabalhar com o segmento “*homewear*”, contudo, produzir uma coleção destinada à ficar em casa.

1. Problema e justificativa

A partir de análises com pessoas da terceira idade, notou-se o aumento da quantidade de mulheres com uma faixa etária alta, que ficam em casa fazendo seus serviços diários, assim decidiu-se trabalhar com o segmento *homewear*, suas funções práticas, ressaltando a vestibilidade da peça. Além do aumento de consumidores, de acordo com a pesquisa realizada, constatou-se também a escassez de produtos para esse público.

2. Aumento do número de idosos no Brasil

No Brasil é expressivo o aumento da população idosa, que passou de 8,6% em 2000 para 15% em 2020 (IBGE, 2000). A longevidade vem ganhando expressão crescente, tanto que o número de pessoas acima de oitenta anos perfaz o montante de 11% do total de idosos e, para 2050, as projeções indicam que 19% estarão nessa faixa etária. Os dados apontam ainda a probabilidade estatística de aumento em 15 vezes do número de pessoas acima dos cem anos em 2050. (BETTINELLI; RODRIGUES; PASQUALOTTI, 2008 p.21)

Com o aumento significativo de pessoas idosas no Brasil, se faz necessário o foco de estudos sobre eles. Em consequência disso, houve também o crescimento do consumo de produtos destinados à esse público.

Para 21% dos consumidores da terceira idade, o consumo de produtos que ultrapassam as necessidades básicas aumentou. A presença desses itens entre as prioridades dos entrevistados também é comprovada na pesquisa: 17% da amostra admitem endividar-se mais com gastos supérfluos, hoje, do que há alguns anos. (pt.slideshare.net/spcbrasil/spc-brasil-analiseconsumoterceiraidade2014)

Portanto, nota-se que o crescimento do consumo de produtos foi significativo também no setor do vestuário.

3. Função Prática e Homewear

Com base na pesquisa, é possível dizer que função prática e *homewear* estão atrelados.

São funções práticas todas as relações entre um produto e seus usuários que se situam no nível orgânico-corporal, isto é, fisiológicas. A partir daí poderíamos definir: São funções práticas de produtos todos os aspectos fisiológicos do uso. Esta frase esclarece como um exemplo. Por meio das funções práticas de uma cadeira se satisfazem as necessidades fisiológicas do usuário, facilitando ao corpo assumir uma posição para prevenir o cansaço físico. (LOBACH, 2001 p.58)

Observou-se ser de extrema importância que os produtos desenvolvidos para as idosas sejam atribuídos de função prática, pois no caso das vestimentas, se for colocado um zíper atrás das peças, por exemplo, dificultará no manuseio e na vestibilidade. Também se torna essencial a mobilidade propiciada pela peça, visto que com a idade avançada das mulheres que estamos trabalhando, em sua maioria, os movimentos são pouco articulados e lentos.

Esse “homewear”, então, não é roupa velha, desgastada, rasgadinha ou furadinha. Também não é aquela peça que a gente nunca faz com que a gente se sinta bonita ao vestir, também não é roupa de trabalho que a gente já usou demais. ‘Roupa de ficar em casa’ é roupa em tecido gostoso e molinho, que não aperta, que fica soltinho, que permite movimentos, que deixa a gente bem quentinha (no frio) ou que não deixa a gente passar o maior calor. (<http://oficinadeestilo.com.br/tag/homewear/>)

Ressaltando as questões ergonômicas, lembramos que características como: o toque, a textura, a composição e, principalmente, a durabilidade dos componentes das peças são fatores relevantes no produto final. O toque tem que ser macio para evitar lesões, lembrando que a pele das pessoas da terceira idade é muito mais sensível. A composição deve ser estudada de acordo com o clima, para que no verão haja troca de calor com o meio, e que

Figura 2: painel semântico



O foco foi a feminilidade, portanto no look se sobressai a delicadeza, a cintura marcada e a leveza dos tecidos reforçam isso. Os elementos retirados dos painéis foram: as cores, os formatos, as estampas.

5.Resultado final, look produzido:

No look produzido a modelagem e a escolha de tecidos foram essenciais para a reprodução de todas as funções citadas anteriormente. Os tecidos usados foram: lycra de microfibra, que tem em sua composição 100% poliamida, e a viscose que é composta por 100% viscose. Na modelagem, priorizou-se a mobilidade e a vestibilidade, a cava foi ampliada e optou-se por não inserir zíper, afim de facilitar a vestibilidade.

Figura 3: look confeccionado



6.Considerações Finais

Conseguiu-se atingir o objetivo de melhor conhecer o público alvo, para desenvolver uma peça produzida no tecido plano e na malha, onde visou-se transmitir o conforto, e a facilidade no vestir. Desenvolveu-se um produto flexível, esteticamente aceitável por elas e que atende todas as funções citadas anteriormente.

7.Referências

BETTINELLI, Luiz A.; PORTELLA, Marilene R.; PASQUALOTTI, Adriano. Envelhecimento humano: múltiplas abordagens. Passo Fundo: UPF, 2008.

LOBACH, Bernd. Design industrial: bases para as configurações dos produtos industriais. Rio de Janeiro: Edgard Blücher Ltda, 2001.

HÁBITOS, comportamentos e expectativas da terceira idade, set. 2014. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/spcbrasil/spc-brasil-analiseconsumoterceiraidade2014>>. Acesso em: 02 mai. 2015.

ROUPA de ficar em casa, jul 2009. Disponível em: <<http://oficinadeestilo.com.br/tag/homewear/>>. Acesso em: 21 mar. 2015.