

DESIGN INCLUSIVO PARA A MODA

PERCEPÇÕES SOBRE A ROUPA PARA MULHERES COM DEFICIÊNCIA

Inclusive Design for Fashion

Perceptions on Clothing for Women with Disability

Ferreira, Thais Cavalcanti de Albuquerque; Universidade Federal do Ceará,
thaiscavalcanti@outlook.com¹

Mendes, Francisca Raimunda Nogueira; Universidade Federal do Ceará,
franciscarmendes@gmail.com²

Introdução

No Brasil, aproximadamente 46 milhões de pessoas possuem algum tipo de deficiência³. Em Fortaleza, o número passa dos 2 milhões. O assunto de inclusão da pessoa com deficiência no Brasil cresce durante os anos, e com isto, muda-se a forma de se ver a deficiência (FEBRABAN 2006). Um exemplo disso são os crescentes debates, projetos e concursos voltados para a inclusão da PCD⁴ no processo da moda.

O mercado deve oferecer produtos que atendam às necessidades e exigências do consumidor com deficiência. O vestuário adaptado requer alterações com o intuito de proporcionar maior conforto e atender às necessidades de um público igualmente merecedor da participação social.

Para realizar esta pesquisa foram feitas entrevistas semiestruturadas com duas mulheres que frequentam a academia NADAR⁵ e possuem deficiência. Também foram feitas pesquisas bibliográficas em relação à construção da personalidade através da moda e ao design inclusivo.

Por meio destes, deseja-se saber como as roupas influenciam na construção da personalidade, e qual a importância para as PCD de adquirirem vestuário adequado às suas limitações.

¹Graduanda no sétimo semestre do curso de Design – Moda pela Universidade Federal do Ceará/UFC e bolsista no Programa de Educação Tutorial (PET Moda UFC).

²Graduada em História pela Faculdade de Filosofia – UECE (2000). Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará/UFC (2004), onde também concluiu o Doutorado em 2009. Tutora do Programa de Educação Tutorial (PET Moda UFC).

³Retirado de: JORNAL O POVO, 29 fev. 2015. Disponível em <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/fortaleza/2012/02/29/noticiasjornalfortaleza,2792579/ceara-tem-mais-de-2-milhoes-de-pessoas-com-deficiencia.shtml>> Acesso em 19 mar 2015.

⁴Será adotada, daqui a diante, a sigla PcD para referir-se a pessoa com deficiência ou pessoas com deficiência. O termo passou a ser utilizado a partir de 2006, depois de aprovação em debate mundial e utilização no texto da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, aprovada pela Assembléia Geral da ONU.

⁵A academia NADAR teve início 12 de março de 2014, “com as práticas de natação e hidroginástica com atendimentos para pessoas convencionais, pessoas com deficiência, pessoas com necessidades especiais. [...] conta com a participação de 120 alunos com deficiências físico-motoras e deficiência intelectual a partir de oito meses de idade.” Disponível em < <http://siteacademianadar.wix.com/academianadar#!infraestrutura/c66t> > Acesso em 22 mar 2015.

1 A Construção da Personalidade Através da Moda

Sobre a construção da personalidade, Woltz e Carvalho (2007, p. 2) defendem que “na sociedade contemporânea, a moda assume o importante papel de ‘veículo’ de emoções e expressão de ideias”. Roncoletta (2007) destaca que a maior parte dos produtos de moda são direcionados para determinar a inclusão ou exclusão do indivíduo no meio social através da aparência, sendo o design, maior proporcionador de inclusão social.

Crane (2006) aponta que a moda se torna cada vez mais importante na construção da identidade pessoal, sendo importante que os bens de consumo sejam igualmente acessíveis à população. A entrevistada Rayane Cosme, que tem paralisia cerebral, relata sobre a diversidade no modo de se expressar através do vestuário:

Todo mundo tem uma maneira diferente de se vestir [...] Tem gente que não gosta de umas roupas muito apertadas, não gosta de nada muito decotado, e isso transmite o estilo da pessoa, diz quem ela é. Eu tenho muita dificuldade em achar roupa pra mim nas lojas, porque sou muito magra e tenho que apertar tudo. (Rayane Cosme, 20, 17 de abril de 2015)

Ao escolherem peças de roupas, as pessoas são influenciadas por suas lembranças e pelo modo que vivem. “Uma das questões centrais da modernidade é a ênfase na particularidade do indivíduo [...], na expressão de afetividades” (Niemeyer, 2008).

Acerca da escolha individual dos produtos, Solomon (2011) defende que podendo os consumidores escolherem seus próprios produtos, eles podem igualmente transmitir aspectos de sua personalidade através destes. Percebe-se na fala da entrevistada Ana Raquel, que utiliza a cadeira de rodas, a satisfação em obter uma peça que não se diferencia esteticamente daquelas encontradas em lojas de moda feminina usuais:

Tem um short jeans que um rapaz [...] fez pra mim que tem aquelas pressõesinhas (botão de pressão) no fundo, e eu gostei, só queria usar ele. Ele é curtinho assim, tem uns detalhezinhos aqui (na lateral da peça) e bolsos na frente, igual aos que tem nas lojas, só que mais fácil de usar né. Ele não incomoda e é lindo, adoro sair com ele. (Ana Raquel, 18, 17 de abril de 2015).

As pessoas passam por situações diferentes, possuem vivências diferentes, ocupam classes sociais diferentes, têm personalidades distintas. Esse conjunto de fatores é responsável por definir quais símbolos cada indivíduo deseja transmitir e como ele deve transmitir.

2 O Design Inclusivo

O Design Inclusivo Refere-se ao conceito de participação social com o aumento de pessoas beneficiadas pelos produtos, sem segmentar grupos e evitando o estigma causado pelo design diferenciado, como afirma Machado (2014).

Steinfeld e Tauke (2002) afirmam que o design inclusivo tem o objetivo de incluir a sociedade e eliminar a discriminação. Defendem que “não basta fornecer às pessoas uma característica funcional, o design inclusivo tem que fazer com que essa característica seja fácil de usar e que seja atrativa aos consumidores. ” Atualmente, existem leis que protegem as PCD de sofrerem discriminações e incentivam a sociedade a respeitar seus direitos e dignidade⁶.

Em seu estudo, Maffei (2010) afirma que o entendimento das necessidades das pessoas com deficiência é fator essencial para que possam ser projetados produtos adequados para elas. Rayane Cosme afirma: “um design diferenciado pra gente (pessoas com deficiência) seria ótimo, até porque a gente também é diferente na maneira de se vestir né, precisa roupas mais fáceis de vestir, estratégicas. ”

Para que a adaptação do vestuário seja satisfatória, não basta adaptar as peças com cortes e aberturas pensados apenas para proporcionar maior usabilidade, mas deve-se pensar em todos os fatores que compõem também a estética de uma roupa, como caimento, tecido, recortes, aviamentos e tamanho adequado.

Segundo Santos (2011), o corpo da PCD geralmente sofre alterações devido às diferentes formas de locomoção. E sendo o corpo o suporte para o vestuário, este último, como cita Maffei (2010), deve apresentar aspectos diferenciados a fim de satisfazer as necessidades do usuário.

Considerações Finais

O design exerce grande importância no cotidiano do indivíduo e influencia diretamente em sua forma de viver. As pessoas com deficiência necessitam de uma maior atenção para com o design do vestuário, a fim de sentirem-se confortáveis em todos os aspectos e terem a possibilidade de usufruir da moda como meio de construção e comunicação da identidade pessoal.

Através das entrevistas, foi possível perceber que para a mulher com deficiência, em Fortaleza, há dificuldade em encontrar roupas no mercado que se adequem ao seu tipo físico e diferenças corporais, devido à escassez de produtos que se utilizam do design inclusivo. Para que se possa incluir através do design, deve-se atentar não só para aspectos funcionais e de usabilidade, mas também para a relação afetiva entre o produto e o consumidor, fazendo com que os produtos possam ser igualmente acessíveis para todos, descartando possibilidades de discriminação através da moda.

⁶A Convenção Interamericana Para a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra as Pessoas Portadoras de Deficiência, aprovada pelo Congresso Nacional visa “[...]a eliminação de todas as formas de discriminação por razões de deficiência; [...] CONSIDERANDO que a Declaração Americana dos Direitos e Deveres do Homem proclama que todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e direitos, e que os direitos e liberdades de cada pessoa devem ser respeitados sem qualquer distinção. ” BRASIL, Nº 3.956, de 8 de outubro de 2001.

Referências

BRASIL, Nº 3.956, de 8 de outubro de 2001

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: Classe, gênero e identidade das roupas**. Editora Senac São Paulo, 2006.

FEBRABAN. **População com deficiência no Brasil: Fatos e percepções**. Brasil, 2006.

MACHADO, A. M. R. **Surdez e Acessibilidade na Moda Inclusiva**. In: COLÓQUIO DE MODA, 10., 2014, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul: Brasil. 13 p.

MAFFEI, M. T. A. **O produto de moda para o portador de deficiência física: Análise de desconforto**. São Paulo, 2010.

NIEMEYER, L. Design atitudinal: uma abordagem projetual. In: MONT'ALVÃO, C.; DAMAZIO, V. (Org.) **Design ergonomia emoção**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 49-64.

RONCOLETTA, M. R.; **Possíveis inclusões sociais através da estética no design de calçados**. In: METÁFORAS DA ARTE, 4., 2007, São Paulo. Ensaio... São Paulo: ECA – USP, 2007. 6 p. Disponível em: <http://www.academia.edu/download/30523137/poss_c3_adveis_inclus_c3_b5es_sociais_estet_ica_nos_cal_c3_a7ados_mariana_rachel_roncoletta.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2014.

SANTOS, D. F. R. **Desenvolvimento de produto i-lingerie**: lingerie para mulheres cadeirantes. Fortaleza, 2011. 123p. TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte, Fortaleza, 2011.

SOLOMON, M. R. **The role of products as social stimuli: a symbolic interactionism perspective**. Journal of Consumer Research. Vol.10. December, 1983.

STEINFELD, E.; TAUKE, B. (2002). **Universal Designing, Universal design – 17 ways of thinking and teaching**, Oslo: Husbanken, pp. 165-189.

WOLTZ, S.; CARVALHO, M. A. F. **Vestuário inclusivo**: a adaptação do vestuário às pessoas com necessidades especiais. In: COLÓQUIO DE MODA, 4., 2008, Novo Hamburgo. Anais... Novo Hamburgo: Brasil, 2008. 12 p.