

MODA INCLUSIVA: Um biquíni pensado para mulher mastectomizada

Resumo:

Este artigo propõe uma reflexão sobre a moda inclusiva para a mulher mastectomizada. Neste estudo de caso, a análise é sobre uma mulher de baixa renda, que decide dar um basta numa depressão e, ir à praia de biquíni curtir o sol. Analisar as fases projetual deste biquíni personalizado, provocando algumas reflexões, sobre: a moda inclusiva, o câncer de mama, o papel social do designer na sociedade, o segmento de moda praia no Brasil, a metodologia projetual no design de moda em casos de mutilação, o reaproveitamento de sobras de tecidos como alternativa no desenvolvimento de produtos de baixo custo, e as múltiplas economias (economia criativa, economia solidária e empreendedorismo social) neste cenário dinâmico.

Palavras Chaves:

Moda Inclusiva, Mastectomia, Biquíni, Metodologia Projetual, Moda Praia, Múltiplas Economia.

Abstract

This article proposes a reflection about inclusive fashion for the women with mastectomies. In this case study, the analysis is about a woman of low income, who decides to put a stop in depression and go to the bikini beach enjoying the sun. Analyze the projectual design phases of this personalized bikini, causing some reflections about: inclusive fashion, breast cancer, the social role of the designer in society, the beach fashion segment in Brazil, the projectual design methodology in fashion design in cases of mutilation, the reuse of leftovers tissues with alternatively in the development of products low cost and the multiple economies (creative economy, solidarity economy and social entrepreneurship) in this dynamic scenario.

Keywords:

Fashion Inclusive, Mastectomy, Bikini, Projectual Methodology, Fashion Beachwear, Multiple Economics.

1. Introdução

O artigo *Moda Inclusiva: um biquíni pensado para mulher mastectomizada*, propõe uma reflexão sobre o papel do designer na sociedade atual. Onde, produtos de moda sempre foram pensados e projetados para um determinado padrão de beleza e de tamanho. Excluindo todos os biotipos que não se enquadram neste padrão. A moda inclusiva nasce como uma proposta de acolher e incluir a todos! Um moda humanizada, que coloca o indivíduo, seja ele quem for, no centro da projeção de produtos e serviços pelo designer. Portanto, neste artigo a abordagem será fundamentada no estudo de caso de uma mulher mastectomizada e de baixa renda. E que, mesmo tendo vencido o câncer de mama em 2010, aguarda na fila do SUS, uma oportunidade para a reconstituição da mama esquerda. E, desde então, vem arrastando uma depressão e baixa-estima devido a mutilação da mama esquerda, que nos últimos seis anos à impediu de curtir o sol, a praia, e de ser ela mesma. O desejo de curtir o sol, falou mais alto !

A questão do '*desejo*', projetar o desejo em produtos e serviços e, assim, realizar sonhos, vem de encontro com o pensamento moderno de vários pesquisadores, como: Dijon de Moraes, Gui Bonsiepe, Walter Zanini, Rafael Cardoso, etc. Em relação a projeção, neste artigo foi contemplado um hibridismo de metodologias.

O artigo abre uma reflexão sobre o câncer de mama, e de como conviver com a mama ímpar quando se trata de mulheres de baixa renda. Passando pela sustentabilidade, o artigo apresenta o projeto do biquíni de forma personalizada e artesanal, aproveitando as sobras de confecções. Neste objeto, além, propor uma reflexão sobre moda inclusiva, o artigo faz uma fusão com as '*multiplas economias*' (Carli, 2012) objetivando: satisfazer a necessidade emocional da cliente em curtir o sol; desenvolver um produto de baixo custo devido a condição financeira da usuária final; e desenvolver um produto de design com valor agregado e, que pudesse gerar renda à novas iniciativas e oportunidade de trabalho para outras pessoas.

O artigo apresenta um panorama da moda praia brasileira, a relevância do que é design enquanto produto e uma ampla discussão sobre metodologia projetual e o metaprojeto defendido por Dijon de Moraes (2010).

2. Revisão de Leitura:

2.1 Moda Inclusiva

'O conceito de Moda Inclusiva é uma forma de mostrar para a sociedade que nós queremos incluir e todos precisam participar com as suas diferenças, respeitando a diversidade humana'. Cf. Linamara Rizzo Battistella¹. Moda Inclusiva, 2014.

Segundo, Mario Queiroz (2014), os estudantes de design de moda se inspiram no *glamour*² das celebridades do tapete vermelho, imaginando uma Gisele Bündchen, como modelo desfilando suas coleções. O sonho e a ilusão que envolve muitos estudante de design de moda, os distanciam das necessidades desta sociedade pós-moderna. Esquecendo-se, que na moda existem outras passarelas que necessitam de projetos de design de moda inclusiva.

[...] Há muitos estudantes de design de moda se inspirando no glamour das festas do tapete vermelho e imaginando uma Gisele no seu desfile [...] pela passarela da moda passam as novas tendências de comportamento da sociedade. E sem dúvida valem aquelas onde todos se sintam mais felizes sem qualquer tipo de discriminação [...] designers que conseguem realizar sonhos difíceis merecem ter suas criações admiradas [...] falar em inclusão na moda é assumi-la como possível para qualquer bolso e para qualquer corpo [...] Cf. Mário Queiroz³. Moda Inclusiva, 2014.

2.2 O Câncer de Mama acolhido na Moda Inclusiva

'A mutilação decorrente da mastectomia é um dos aspectos mais difíceis para as mulheres com câncer de mama'⁴.

1 Médica fisiatra, professora da Faculdade de Medicina da USP e secretária de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência.

2 *Glamour* – Originariamente *Glamour of Hollywood*, revista mensal que oferecia moldes às leitoras quando começou a ser publicada por Condé Nast, 1939. Passou-se *Glamour* durante a década de 40, e os moldes deixaram de aparecer. *Glamour* é dirigida ao grupo etário de 25 a 45 anos e fala de moda, beleza, assuntos domésticos, viagens e artigos gerais de interesse feminino (O'HARA, 1992, p.130).

3 Mário Queiroz é designer, consultor e professor de moda. Doutor em Comunicação e Semiótica. É colaborador do Concurso Moda Inclusiva.

4 Exposição Virtual. A mulher e o Câncer de Mama no Brasil. Projeto: História do Câncer – atores, cenários e políticas públicas em parceria com o INCA e a COC/Fiocruz. Rio de Janeiro, Outubro, 2015.



Fig.1: Exposição Virtual. A mulher e o Câncer de Mama no Brasil.
Projeto: História do Câncer – atores, cenários e políticas públicas em parceria com o INCA e a COC/FioCruz.
Rio de Janeiro, Outubro, 2015.

A auto-estima é um fator importante e determinante na vida de uma mulher mutilada pelo câncer de mama. Essa doença mexe profundamente com o emocional feminino, sendo ela pobre ou rica, todas as mulheres sofrem profundamente com a perda da mama. Os seios são símbolos de fertilidade, sensualidade e feminilidade, esses signos foram construídos na antiguidade (BRAGA,2004. p. 24). A mulher tem a capacidade de alimentar uma nova vida, a amamentação é universal, está presente em todas as raças e etnias. O gesto de amamentar transmite, amor, ternura, carinho, e dedicação a outra vida. Ao mesmo tempo, os seios, também são objetos de sedução, poder e fortaleza (BRAGA, 2004). A mulher seduz e se projetou na sociedade moderna pelos seios fartos. Podemos acompanhar a emancipação da mulher através da história política, da moda e da indumentária, e na evolução da sociedade moderna e pós-moderna, pode-se constatar esses fatos.



Fig.2



Fig.3

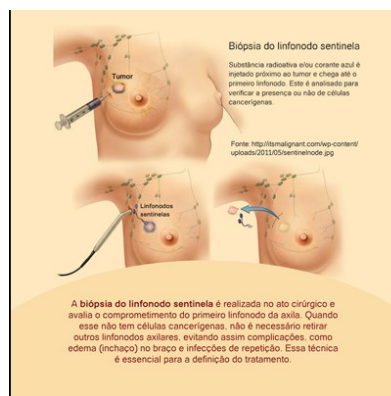


Fig.4

Exposição Virtual. A mulher e o Câncer de Mama no Brasil.
Projeto: História do Câncer – atores, cenários e políticas públicas em parceria com o INCA e a COC/FioCruz.
Rio de Janeiro, Outubro, 2015.

O câncer de mama, é uma doença muito antiga na vida das mulheres, existem registros de como a cirurgia era feito na antiguidade (fig. 2), entre gregos e egípcios. O termo 'Carangueijo' na antiguidade era o signo do câncer⁵, em referência a configuração do próprio inseto, o nome era usado para falar da mulher que tinha esta doença. A medicina avançou lentamente ao longo dos tempos em relação ao câncer de mama, e segundo o Instituto Nacional do Câncer José Gomes da Silva (INCA), que é uma instituição pioneira em ações de controle do câncer, núcleo de reflexão e execução das políticas públicas na área da saúde, em relação a este tema, esta instituição favorece a implantação de ações preventivas, de controle e combate contra o câncer de mama. Um exemplo afirmativo de prevenção e detecção precoce da doença em comunicação de alto impacto, foi a Exposição Itinerante na modalidade virtual e presencial - “ *A mulher e o Câncer de Mama no Brasil*”, desenvolvida pelo Projeto: História do Câncer – atores, cenários e políticas públicas em parceria com o INCA e a Casa de Oswaldo Cruz que pertence a Fundação Instituto Oswaldo Cruz – COC/FioCruz, realizada no Rio de Janeiro, em outubro, 2015. Esta é uma exposição robusta, contendo 30 painéis, que relata e situa o olhar do receptor, levando a uma profunda reflexão sobre o assunto. Observando as ilustrações acima, que a fig.2 propõe um retorno ao passado para entender o presente, a fig. 3 permite conhecer a mama internamente com a vista frontal e o corte lateral, possibilitando o olhar e a mente do receptor compreender a estrutura anatômica da mama e suas entranhas. Assim, é possível saber o que de fato é um 'Carcinoma Ductal' que é o câncer de origem nos dutctos mamários, encontrado em 80 % dos casos; e ou um 'Carcinoma Lobular' que é o câncer que tem origem nos lóbulos que são responsáveis pela produção do leite materno, geralmente encontrado entre 5 % a 10 % dos casos. E a fig.4 ilustra a aplicação injetável próximo ao tumor de uma substância radioativa e ou corante azul, bem como o instrumento mais espesso utilizado no processo de biópsia. Cf. Exposição. *A mulher e o Câncer de Mama no Brasil*. (Projeto: História do Câncer – atores, cenários e políticas públicas em parceria com o INCA e a COC/FioCruz. Rio de Janeiro, Outubro, 2015).

2.2.1 O Câncer de mama em números

5 Caranguejo: s.m. (*zool.*) Gênero de crustáceos decápodes, de que há várias espécies comestíveis, [...] (*ant.*) **signo do câncer** [...].
Fonte: Dicionário brasileiro Globo, 1993. grifo nosso.

Segundo o INCA, o câncer de mama corresponde à 25% dos casos, entre todos os tipos de câncer, e assim como os outros tipos de câncer, este se desenvolve em mulheres e homens. A estimativa para o ano de 2016 é de aproximadamente 57.960 novos casos de pacientes com câncer de mama, que este, não desenvolve somente em mulher. Deste total está previsto à 1% da manifestação desta doença em homens. Em 2013, foram lavrados 14.388 certidões de óbitos, sendo, deste total 181 homens e 14.207 mulheres. Esses, dados ratifica a necessidade de maior atenção, foco e divulgação de informações direcionadas para as mulheres. O INCA, ainda destaca que raramente o câncer de mama se desenvolve antes dos 35 anos, sendo sua incidência maior a partir dos 50 anos. E, que alguns casos evoluem e se desenvolve, outros não, e que esta doença tem bom prognóstico desde que seja tratada em fase precoce.

2.3 Moda Praia

A moda praia brasileira tem visibilidade relevante na moda internacional e movimentada a economia nacional, ocupando posição de destaque entre os produtos de exportação. As praias cariocas do norte e nordeste do país, são super frequentadas por olheiros e jornalistas de moda internacional – formadores de opinião, e muitos estrangeiros que transitam e curtem o ano todo as nossas praias. Alguns aspectos como: o estilo de vida descontraído do brasileiro, a mistura de raças, a silhueta feminina, o clima tropical e a cultura de praia são fatores que determinaram a posição brasileira no ranking das exportações de moda praia, o Brasil possui 7.367 km de costa litorânea. Estima-se que o mercado brasileiro de biquíni seja um dos maiores no mundo. Este fato ajuda a explicar o motivo pelo qual o país é líder mundial de tendências neste segmento. Mesmo com reconhecimento internacional a participação do Brasil na exportação de moda praia ainda é tímida, em relação ao potencial da nossa indústria, observando o vasto espaço que ainda poderemos ocupar neste cenário.

O Relatório Setorial da Indústria Têxtil Brasileira (2011), define que a estrutura da cadeia produtiva têxtil, está dividida em: fibras e filamentos (naturais – fibra vegetal e pêlos e

químicas – fibras e filamentos artificiais e sintéticos), têxtil (fiação – fio fiados com fibras, tecelagem – tecido planos, malharia – tecidos de malha e beneficiamento – tinturaria e estamparia), e confecção (vestuário – roupas e acessórios, linha lar – cama, mesa e banho, e técnicos – sacarias, encerados, fraldas, correia, tendas, etc). Sendo assim, a moda praia por ser uma roupa de banho, encontra-se estruturada dentro da linha lar, ou seja cama, mesa e banho (IEMI, 2011).

No geral, a maior concentração de indústria têxtil e de confecção encontra-se na região sudeste do país, é responsável por 49% da mão de obra formal de toda a cadeia produtiva; 29% pertence a indústria da região sul, 17% na região nordeste, 4% na região centro oeste e 1% na região norte. A indústria de moda praia brasileira foi responsável em 2010, pelo faturamento de U\$\$ 1,2 bilhões/ano com 250 milhões de peças fabricadas por 700 empresas formais em confecção de moda praia, compreendido, entre o perfil acima. O setor confeccionista em geral, é marcado pela presença de micro, pequenas e médias empresas, fato que pode ser explicado pelas barreiras de acesso ao setor, decorrente do baixo custo para montar uma confecção. Este volume de 250 milhões de peças, estava distribuído para as empresas de confecção, da seguinte maneira: 70% **pequenas empresas**, que empregam 19,6% da mão de obra e produzindo 11,7% do volume medido pelo setor; 26% **empresas de médio porte**, que empregam 49,2% da mão de obra e produzindo 46% do volume; 4% **empresas de grande porte**, que empregam 31,2% da mão de obra e produzindo 42% do volume (IEMI, 2011. Grifo nosso).

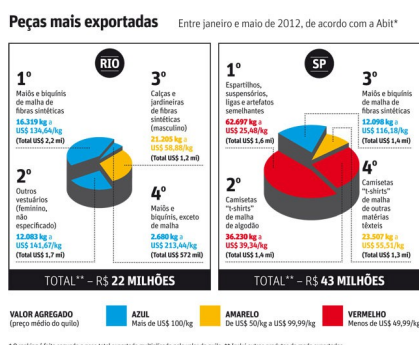


Fig. 5

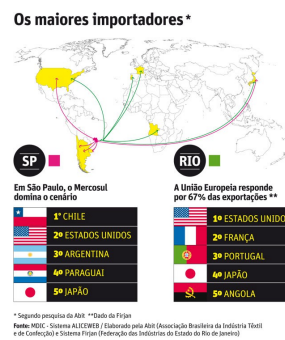


Fig. 6

Fig.5 e fig. 6. fonte: Folha de São Paulo. 22/07/2012.

O jornal Folha de São Paulo, destaca que o Rio de Janeiro superou o estado de São Paulo nas exportações de moda praia, apresentado nos gráficos acima, que segundo a ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil, em 2012 o estado do Rio de Janeiro foi responsável por 67% das exportações de moda praia para união europeia com um valor agregado para mais de US\$ 100/kg, que é o preço médio do quilo exportado por volume de peças como: maiôs, biquínis e sungas, entre outros artefatos do segmento de moda praia. Com isso o Rio de Janeiro passou a ser o primeiro colocado no ranking dos estados que mais exportou moda praia no Brasil. Em relação a fig.5, o gráfico demonstra que o estado do Rio de Janeiro exportou em valor agregado, que seria, produtos diferenciados com design, marca e qualidade. Superando neste quesito do design o estado de São Paulo, que embora apresentando um volume expressivo de US\$ 43 milhões em exportação, ao mesmo tempo, exporta barato. As peças exportadas na maioria são de baixo valor agregado. E, mesmo ficando em terceiro lugar com a exportação de biquínis e maiôs, estes produtos são um diferenciador na moda, e conseguem ter uma margem de lucro um pouco mais confortável. Este fato, pode ser comprovado observando, o sinalizador representado pelas cores vermelho e amarelo, que destaca os produtos exportados de menor valor agregado em primeiro e segundo lugar no ranking. Mesmo assim, em 2012 os estados do Rio de Janeiro e São Paulo, foram os responsáveis por R\$ 65 milhões em exportações de produtos de moda. Na fig. 6, o estado de São Paulo, marca presença exportando mais para países do MERCOSUL (Argentina, Chile, Paraguai), além dos Estados Unidos e Japão; enquanto o estado do Rio de Janeiro atravessa o oceano Atlântico para levar design de qualidade em moda praia aos países da UNIÃO EUROPEIA como a França e Portugal responsáveis por 67% do volume exportado, além dos Estados Unidos, Japão e Angola. *CF.* Folha de São Paulo. 22/07/2012.

No Brasil, as grandes indústrias de confecção exportadoras de moda praia, diversificam suas linhas de produtos, essa diversificação apesar de necessário para saúde financeira da empresa, atrapalha na coleta de dados quando necessário se fazer análise específica de um setor como este. Portanto, as indústrias de confecção que declaram seu principal produto como moda praia e exportam através da agência 'Exporter', são: La Paya, fundada em 1987, Londrina – PR; Praia Brasil, fundada em 1937, Petrópolis – RJ; Sand Beach, fundada 1997, Fortaleza – CE; Valisere, fundada em 1935, Mauá – SP, Via Blumenau,

fundada em 1994, Blumenau – SC, Yellow Bug, fundada em 2000, Mirasol – SP. (IEMI, 2011).

2.4 Design

Rafael Cardoso, um dos grandes estudiosos da história do *design*, destaca que a palavra *design* é um substantivo de origem inglesa e, se refere tanto à ideia de plano, desígnio, intenção, quanto à ideia de configuração, arranjo, estrutura – não apenas do objetos e serviços de fabricação humana, como também é reconhecido e aceitável, em inglês falar do design do universo ou da molécula. A origem mais remota da palavra *design* está em *latim*: *designare* – um verbo que abrange ambos os sentidos, o de designar e o de desenhar. Percebe-se que do ponto de vista etimológico, o termo já contém nas suas origens uma ambiguidade, uma tensão dinâmica, entre um aspecto abstrato de conceber, projetar, atribuir, e um outro concreto de registrar, configurar e formar. O design é fruto de três grandes processos históricos que ocorreram de forma interligada e a nível mundial. O primeiro processo aconteceu com a '**industrialização**' – que promoveu a reorganização da fabricação e a distribuição diversificada de produtos; o segundo processo foi impulsionado pela '**urbanização moderna**' ocasionado pela ampliação de emigrantes e imigrantes para as regiões urbanas, forçando com esta movimentação, uma re-adequação da população, concentrada nas grandes metrópoles; e o terceiro processo aconteceu com a '**globalização**' gerando a integração de redes de comércio, transportes e a comunicação. Cf. CARDOSO, Rafael. Design para um mundo complexo, 2012. grifo nosso.

De acordo com Gui Bonsiepe (2011), os países da América Latina apresentam características similares de identidade no que diz respeito ao design, a cultura e a sociedade. Bonsiepe (2011), desenha de forma crítica, a construção do cenário do design, nos países latinos – americano, considerados como países subdesenvolvidos. A reflexão se dá a partir da 'Teoria da Dependência' que, buscava encontrar uma explicação pelo baixo desenvolvimento da América Latina. Apesar da sua dimensão, e imensa variedade de recursos naturais, homogeneidade cultural e boa infraestrutura de comunicação, este continente possui uma mão de obra barata. As causas deste baixo desenvolvimento era o modelo dominante decorrentes

da estrutura feudal predominante neste países. '*A América Latina não é subdesenvolvida pela falta de estruturas capitalistas sociais, mas, ao contrário, pela **predominância** dessas estruturas*' (BONSIEPE, 2011. p, 51. grifo nosso).

Para o design industrial da América Latina, a teoria da dependência teve sua função prática e abriu espaços para atividades projetuais locais, em regiões periféricas como as periferias. E na política de busca para encontrar a identidade local, se fixava os olhares na industrialização e não na história e nem nas culturas dos povos destes países. O design de identidade, segundo Gui Bonsiepe, é definido como *branding*, ou uma seja, a '*identidade define como a soma de todas as características que tornam uma marca ou uma empresa inconfundível e singular*' (BONSIEPE, 2011. p, 55). O estilo natural dos povos de cultura latina, se destaca no artesanato através do uso de recursos locais como: motivos gráficos, combinações cromáticas, materiais e processos de produção intensivos com mão de obra barata; e sempre pertencentes a setores informais da economia.

[...] Considera os artesões como mão de obra qualificada e barata, utilizando suas capacidades para produzir objetos desenvolvidos e assinados pelos designers e artistas. É necessária uma boa dose de ingenuidade para aceitar esse enfoque, apresentado como < ajuda > para o artesanato na Periferia. Alegam-se interesses humanitários para produzir designs < inspirados > na cultura popular ou designs trazidos diretamente do Centro para aproveitar a mão de obra barata destas comunidades. Tal prática do design tende a perpetuar as relações de dependência, em vez de contribuir para sua superação. (BONSIEPE, 2011. p, 63).

Portanto, essa prática de exploração de mão de obra barata no design da cultura latina, que Bonsiepe apresenta, leva a reflexão da sustentabilidade, sobre os trabalhos que geram dependências e misérias não podem ser considerados como sustentável, porque não respeitam a dignidade dos seus trabalhadores, operários e ou artesões, e essa prática negativa é predominante em todo a América Latina. No Brasil, temos alguns exemplo simples de produtos com alto valor agregado, geralmente exportados para vários países, rotulados por marcas e grifes famosas mas, que na base, quem produz de fato esses produtos, vivem na maior miséria. Este, é o caso das Rendas de Bilro⁶ no nordeste brasileiro, das Cerâmicas de

6 A renda de bilro veio de Milão no século XVI, difundida pelo florescimento do comércio ultramarino. Bilro é uma pequena peça de madeira, semelhante ao fuso, com extremidades que lembram um pão. Os bilros são pendurados em alfinetes que, por sua vez, ficam espetados numa almofada, sobre a qual há um papelão furado, que serve de guia para a formação do desenho. Esse tipo de renda tornou-se muito popular no Nordeste brasileiro, aplicada em diferentes peças do vestuário e em acessórios. (CATELLANI, 2003. p. 685-

Marajoara, o Biquíni, etc.

2.5 O Design na Sociedade e a Metodologia Projetual

Conforme o movimento da sociedade, o design se renova e evolui. Refletir sobre o fenômeno desta complexidade e sua influência sobre a modernidade, é importante para ter um amplo conhecimento do sistema que o design percorre. Começando a entender primeiro a realidade do '**cenário**' ou dos '**cenários**' como enfatiza Dijon (2010, p.3, grifo nosso) e chama atenção para conhecer a realidade do território onde o produto ou serviço circula – conhecer o local, os fatos, o que está por detrás de cada situação como se fosse uma espécie de “pano de fundo”, a história local agregada de valores e elementos distintos e narrativos. Compreender, onde se vive, é o '**cenário existente**'; e onde se viverá, corresponde ao '**cenário futuro**', que permite prever as diretrizes de novos contextos e alternativas, que a natureza humana no cotidiano e em sociedade, ocupará de forma 'produtiva' e 'mercadológica', definindo assim, os papéis das pessoas como protagonistas sociais. Cf., MORAES, Dijon. 2010, *Metaprojeto*, p. 3-6, grifo nosso.

Quando acontece mudanças no cenário existente o design local também sofre modificações, decorrentes de fatores internos e externos. A globalização, é um fator externo que se posicionou como “divisor de águas” entre o período moderno e o pós-moderno. Como referência, a década de 1990 ficou marcada pela transição deste período tecnológico e globalizado. Em relação a mudança deste cenário, Dijon (2010), concordando com outros estudiosos, definem o período anterior aos anos 90 como o período da '**primeira modernidade**' (*apud* BECK, 1999; BAUMAN, 2002; BRANZI, 2006. grifo nosso) porque, existia um modelo de comercialização que funcionava, onde o que se produzia era consumido, havia uma demanda maior de consumo em comparação com a oferta de produtos, além do que, o mercado tinha uma delimitação de abrangência regional. Essa época ou período ficou reconhecido como '**cenário estático**' (*apud* LEVITT, 1990; MAURI, 1996; FINIZIO, 2002. grifo nosso), uma referência ao mundo sólido, seguro, tranquilo, organizado, de fácil entendimento e deduções previsíveis de serem interpretadas por '*designers e produtores*

amparados no comportamento linear e conformista dos consumidores de então' (MORAES, 2010, p. 3). O cenário estático e previsível existiu dentro da lógica do progresso, e refletia as ideias de projeto moderno, um formato pré-estabelecido na organização da pirâmide social, onde se “almejava” a felicidade para todas as pessoas dentro da hierarquia vertical de ordens e convicções de cima para baixo, com isso, este conceito pré- estabelecido, impulsionou a evolução industrial, tecnológica, a ética e a estética de grande parte do pensamento do século XX. Além, de instigar o projetista a pesquisar o universo do usuário final, a quem o projeto se destina, como por exemplo: onde e como vive?; qual a história deste indivíduo ?; qual o contexto social que o envolve ?; quais são seus hábitos e costumes ?; qual a real necessidade de uso?; qual o desejo – o que este indivíduo deseja com o produto ou serviço ?; como irá reutilizar e ou descartar o produto pós vida útil?, etc.. Esses questionamentos permite combinar diversos módulos de hipóteses, na busca do objetivo maior que será a real necessidade do usuário final,

O metaprojeto considera o processo dedutivo, as hipóteses possíveis e os cenários mutantes, podendo ser combinado em diferentes modos e módulos, buscando, por fim, perseguir e atender a situação distintas. O metaprojeto não considera somente as necessidades básicas, primárias e objetivas (bastante comuns nas metodologias convencionais) do produto, mas, de igual forma, as necessidades secundárias, derivadas e subjetivas, que dizem respeito à emotividade, ao desejo e ao prazer. Neste sentido, o metaprojeto considera o projeto muito além do *product design*, mas também como um caráter linguístico e suas implicações emocionais durante o uso. Na ação metaprojetual para a concepção de um automóvel, por exemplo, considera-se a sua existência como uma inserção em um estilo de vida. O automóvel é considerado, logicamente, como um meio de transporte (necessidade fundamental), o conforto e a rapidez (necessidade do desejo), propõe-se também uma posição social (necessidade de autoestima: executivo, esportivo etc.), distinção por meio da estética (qualidade subjetiva), importância estética e ergonômica (necessidades cognitivas de bem – estar) dentre outros aspectos. (MORAES, 2010, p:26).

A partir desta realidade concreta, Dijon de Moraes apresenta o Metaprojeto como uma disciplina no campo do design, com características: holística, transversal e dinâmico, que dialoga provocando interações multidisciplinares entre as áreas de exatas, humanas e sociais, artes, tecnológicas, econômicas, de gestão, da semiótica e da comunicação. (MORAES, 2010. p. 7 -10), sendo esta disciplina de fundamental importância nos métodos de projeção de produtos ou serviços.

3. Projeto: Biquíni para mulher mastectomizada - estudo de Caso

A motivação deste projeto ocorre a partir de outubro de 2015, quando a autora foi procurada por uma mulher mastectomizada da mama esquerda, baixa renda, moradora da zona leste de São Paulo, diagnosticada com o câncer de mama em 2010. A partir de então, vem convivendo com a mama ímpar à espera da reconstituição da mama esquerda pelo SUS desde 2013, quando recebeu alta médica do IBCC, com bom prognóstico de cura do câncer de mama. Enquanto aguarda na longa fila de espera, nestes últimos anos, com depressão isolou – se em casa e se privou de viver a vida que vivia. E, em outubro, esta mulher se reanima e com lágrimas no olhar, tímida, uma fala engasgada e, com muita dificuldade disse: “quero curtir o sol, ir na praia e usar um biquíni , porque, desde 2010 estou impedida de curtir a praia, o sol”, etc.... assim foi o discurso dela, ao chegar no ateliê Ducaduca.

Enquanto designer, pensando e repensando a sustentabilidade como um fator social e de inclusão, a autora se comprometeu a projetar um biquíni inclusivo, para que a mesma pudesse curtir o sol, a um baixo custo e design moderno, partindo do reaproveitamento de resíduos têxteis.

4. Metodologia da Pesquisa

Este objeto de pesquisa é estudo de caso. Desenvolvido em três etapas, sendo: a) uma análise qualitativa do problema morfológico, que é a mutilação do seio direito da usuária final; b) construção da matriz morfológica, a partir da análise morfológica, fundamentando nas metodologias projetual de Bonsiepe (1984), De Moraes (2010) e Sapper et al (2014) *apud* Back et al (2008); c) e o processo de desenvolvimento de produto baseado no Metaprojeto de Moraes (2010).

5. Desenvolvimento do Projeto de Produto de Moda Inclusiva

- Produto: Biquíni para mulher mastectomizada.

Segundo Bonsiepe (1984), 'análise morfológica é uma técnica útil para análise de similares, com o objetivo de compreender a opção formal de produtos existentes', observando as partes, detalhes, e detectando as necessidades do problema a ser solucionado. A partir da coleta de dados, cria-se uma matriz morfológica com ideias de soluções combinadas em uma escala hierárquica. Essa escala será importante na construção do método da matriz morfológica observado na proposta de Sapper et al (2014) *apud* Back et al. (2008), que consiste, nas seguintes etapas: a) identificação da função global do sistema e suas interfaces; b) decomposição da função global em funções elementares; c) preenchimento da matriz morfológica com as funções e princípios de solução; d) combinação de princípios para gerar concepções de produto.

Para auxiliar na decomposição da função global do sistema e suas interfaces, Sapper et al (2014) *apud* Back et al. (2008) sugerem descrever o fluxo de informação do processo de uso do produto. Portanto, neste projeto, o fluxo de informação do uso deste biquíni, será:

_ Sugerido para uso na praia, na piscina ou no banho de sol: a cliente pega o biquíni, encaixa a prótese externa no bojo esquerdo, veste o top do biquíni fechando-o nas costas, acomoda o busto direito dentro do bojo e, na sequência encaixa os braços entre as alças e as dispõe sobre os ombros de maneira que não incomode o pescoço (devido o peso do busto e da prótese); em seguida flexiona o tronco e pernas para vestir a tanga como de costume. Depois pega a saída de banho, o protetor solar e vai relaxar em frente ao sol.

Neste projeto, a função global do produto ficou identificado como: um biquíni personalizado e adaptado para prótese; e o sistema e suas interfaces seria o uso na praia, na piscina e o banho de sol. Partindo destas informações, e observando a importância dos verbos “ser” e “ter” na função deste produto, necessários na construção da matriz morfológica, para se decompor a função global em funções elementares como: ser confortável, ter ergonomia⁷, ter sustentação, ter estética, ter praticidade, ser seguro. A partir da ideia que remete a cada palavra de função elementar, construiu-se a ilustração da decomposição da função global do sistema do produto, representada pela fig. 15, abaixo:

7 A associação Brasileira de Ergonomia, ABERGO, adota a seguinte definição: “entende-se por ergonomia o estudo das interações das pessoas com a tecnologia, a organização e o ambiente, objetivando intervenções e projetos que visem a melhorar, de forma integrada e não – dissociada, a segurança, o conforto, o bem-estar e a eficácia das atividades humanas”(SABRA, 2009. p. 41. *apud* ABERGO, 2000).

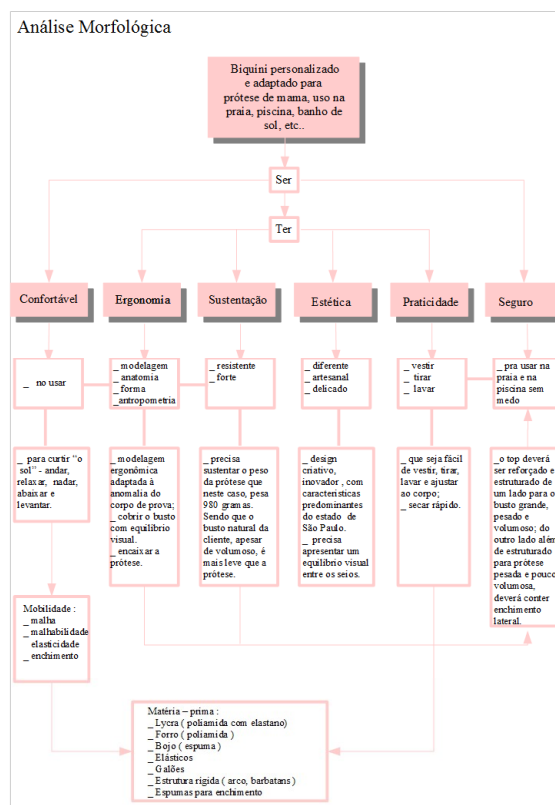


Fig. 15 – Decomposição da função global do produto – projeto biquíni inclusivo. Fonte: Autora.

Partindo desta decomposição, foi desenvolvido a matriz morfológica, que é a reunião de ideias criativas que foram surgindo a partir desta decomposição. A matriz morfológica pode ser desmembrada em várias possíveis soluções. Em especial, este projeto começou a ser executado primeiro na parte prática e depois foi estudado e fundamentado a parte teórica. E a identificação da autora pelo Metaprojeto de Moraes (2010), ocorreu na realização e concretização do projeto final. E para fundamentar a matriz morfológica, a autora apresenta as duas soluções, o primeiro protótipo foi um teste (solução 1 – fig 16), e o segundo protótipo a solução do teste (solução 2 – fig. 17). Vejamos:

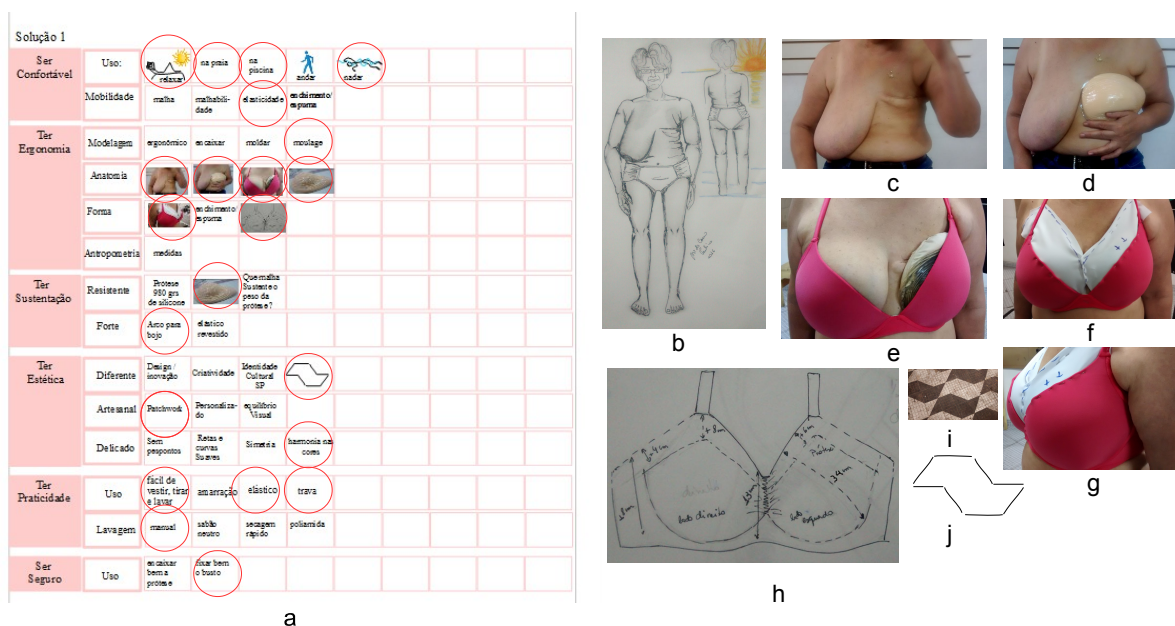


Fig. 16 : a) Solução 1 – Matriz Morfológica; b) esboço da realidade e necessidade; c), d), e), f), e g) registro frontal e lateral do problema; h) esboço das necessidades mensuradas; i) registro calçada; j) esboço identidade paulistana. Fonte: Autora.

A fig.16 apresenta a explanação da solução 1, onde: a) observamos as ideias desmembradas a partir da função elementar, explorando cada elemento com palavras, desenhos e imagens ; b) remete a necessidade real do uso, a usuária final tem um problema, que é a mutilação de uma das mama e, uma necessidade emocional de curtir o sol; c) registro frontal permite a reflexão de dois problemas: o primeiro seria a mutilação da mama esquerda (de quem veste), e o segundo é o tamanho imenso da mama direita (de quem veste) que corresponde a um tamanho maior que a numeração tamanho 56 – referência para bojos de biquínis e sutiãs; d) registro frontal permite observar a desproporção do tamanho da prótese de silicone em relação ao tamanho do seio direito – essas prótese tem uma numeração e segue um padrão de formato e tamanho, portanto, esta que está com a usuária final é o tamanho maior que se encontra entre as empresas que revendem prótese, que na maioria são importadas; e) registro frontal da usuária final vestindo um biquíni tamanho 54, onde foi encaixado duas prótese uma de silicone transparente e a outra de espuma, e mesmo sendo duas prótese, visualiza-se um desequilíbrio no volume do busto; f) registro frontal após

enchimento, foi realizado um trabalho de moulage, ou seja, preenchimento com tecido de malha com elastano, nas partes que visualmente mais incomoda expor a usuária; g) registro de perfil do preenchimento; h) o esboço mensurado, após o preenchimento foi tirado as medidas necessários para a confecção do protótipo; i) registro do piso da calçada – configuração mapa do estado de São Paulo; j) esboço da identidade paulistana – ideia para se construir uma base de tecido de malha a partir de retalhos – que seriam contemplados pelas sobras de tecidos discutidos na Metodologia de Reaproveitamento de Resíduos Têxteis (capítulo retirado deste artigo, devido o tamanho) este, através da Incubadora e com foco nas 'múltiplas economias' (CARLI, 2012). A solução 1, apresenta o modelo que a usuária “sonhava” em usar, com bojo, com a estrutura do arame aparente do bojo. Mas, esta alternativa não deu certo porque tivemos um problema na parte do meio da frente, e a percepção de se colocar espuma de enchimento na lateral esquerda do top do biquíni foi verificado, bem como, a possibilidade de se fazer as alças cruzadas nas costas.

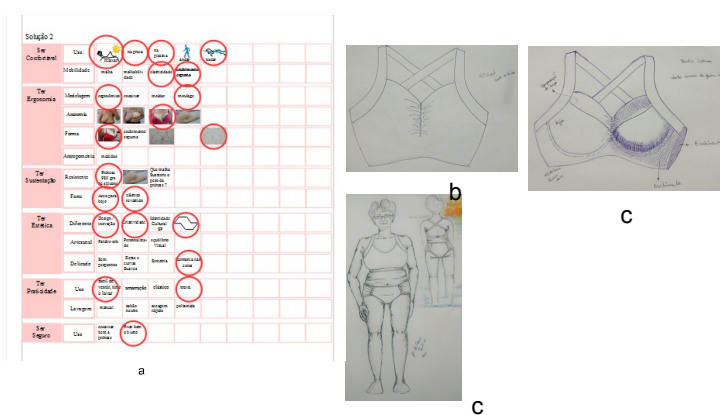


Fig. 17 : a) Solução 2 – Matriz Morfológica; b), c) e d) esboço do top frente única com ou sem franzido.

A solução 2, apresentada na fig. 17 é uma evolução do primeiro protótipo, onde: a) a segunda opção de top com enchimento lateral, neste modelo a estrutura com arame e o bojo fica fixada na parte interna da peça; b) ilustra a parte externa do top, com uma alça larga que sai da lateral da cava e cruza nas costas, com um leve franzido opcional no meio da frente; c) ilustra a parte do entre-meio interno da peça, destacando a localização de encaixe da espuma de enchimento e o acréscimo de compensação do bojo; d) apresenta a mesma opção, sem o

franzido frontal, colocando a usuária final em contato com o sol.

A teoria acima seguiu as orientações de construção de matriz morfológica de acordo com Sapper et al (2014) *apud* Back et al. (2008), estes ainda sugerem a seleção de uma das alternativas para a execução do projeto e a comparação do mesmo com um modelo de referência no mercado. Entretanto, neste projeto, que em especial, começou com um estudo de caso, a metodologia Metaprojeto (MORAES, 2010) entra na execução do projeto, fazendo uma fusão híbrida de metodologias. Isto porque, o Metaprojeto foi pensando a partir da sociedade moderna, envolvendo diversos aspectos neste cenário dinâmico.

Na prática, o Metaprojeto é composto por diversos aspectos que se inter-relacionam, como: aspectos socioculturais; sistema produto/design; sustentabilidade socioambiental; aspectos produtivos e tecnológicos; aspectos tipológicos ergonômicos e formais; e aspectos mercadológicos. Portanto, a aplicação do Metaprojeto consiste no cenário descritivo ou ilustrativo do projeto, visão detalhado no mapa projetual descritivo e o conceito sintético do projeto.

Na execução deste projeto, o aspecto sistema produto/design compreende todas as partes tangíveis para elaboração da peça. A modelagem foi desenvolvida a partir das medidas da usuária, partindo de uma base de referência, moldou-se sobre o corpo o que seria necessário cobrir, e detectou pontos necessários para preencher. O molde foi desenvolvido no papel graft. A parte mais complexa ficou para a montagem das partes, e a construção de um novo tecido a partir das sobras, utilizado na parte externa da peça. Para a construção deste tecido foi utilizado a técnica do patchwork – é uma técnica que une pedacos pequenos de tecidos, para formar uma base grande. Na parte interna foi utilizado forro poliamida. No entre-meio foi colocado bojo de espuma, na lateral espuma para enchimento, galão amaury e arame para estruturar o bojo, e elástico nas alças, cava e barra. A montagem da estrutura interna com bojo e enchimento de espuma seguiu o esquema abaixo:

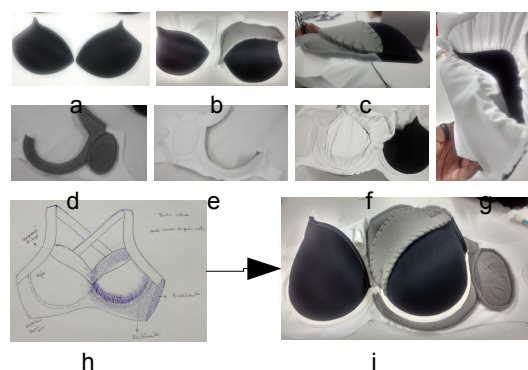


Fig. 18 : a)bojo; b) compensação do bojo e enchimento; c) enchimento sobre o bojo esquerdo; d) enchimento lateral; e) enchimento lateral, vista interna; f) vista interna do corpo da peça, com o lado esquerdo preenchido; g) espaço no bojo para a segunda prótese se necessário; h) desenho da parte interna e entre meio de espuma; i) estrutura montada, parte interna.

Fonte: Autora.

_ A parte interna começa na preparação do bojo em espuma tamanho 54 (fig. 18a); na borda do bojo foi acrescentado uma lapela recorte para aumentar o tamanho do bojo e colocado a primeira camada de espuma no bojo esquerdo de quem veste (fig. 18b), na sequência das imagens temos: c) o bojo de perfil com a segunda camada de espuma alinhavada; d) visualização do entre-meio, a espuma lateral encaixada na parte interna da lateral do top; e) visualização do lado direito do tecido da parte interna; f) visualização da parte interna com os bojos encaixados, um lado com fundo concâvo e o outro adaptado para prótese; g) demonstra o lado do bojo com dois compartimentos, neste caso, uma para a prótese de espuma e a outra para a de silicone. Em relação a este franzido, foi feito teste, para que a peça ficasse visualmente mais lisa, mas o enchimento é pesado, e necessita de uma quantidade maior de tecido ; h) desenho da parte interna com a marcação dos enchimentos; i) projeção do desenho da imagem anterior e finalização da montagem da preparação.

Passando a fase da montagem foi construído a base de tecido em patchwork, usando a metodologia de Reaproveitamento das Sobras de Tecidos. Portanto, com base nesta metodologia, o resíduo foi retirado da empresa, e conforme a fig. 19a, foi realizado a separação das matérias-primas. Nestes caso, esta matéria-prima é uma fibra sintética derivada do petróleo, e o tecido é composto pelas fibras de poliamida com a fibra de elastano, esta

composição é ideal para roupas de banho, porque tem secagem rápido por não reter a água; figura 19b) apresenta no saco transparente, 920 gramas de resíduo que foi pesado, para registro de consumo no projeto; c) registro da calçada na busca por identidade paulistana, pesquisa imagética; d) desenho do molde para o patchwork, configuração do mapa do Estado de São Paulo. Foi feito oito quadrados, medindo 4 x 4 centímetros para desenhar o molde, depois foi desmembrado o molde e acrescentado costura 0,7 centímetros em toda borda, e cortado todas as partes manualmente; e) as peças cortadas foram pra máquina reta ponto fixo, o ideal seria a reta ponto corrente para não estourar o ponto na malha; f) apresenta as costuras de união das partes, nesta fase, os artesões já receberam informação, costura, modelagem, composição de cor; g) fase do processo em evolução ; h) a imagem apresenta o tecido pronto, foi construído base, medindo 1,30 centímetros de largura x 70 centímetros de comprimento. Nesta base, forams utilizado quase toda as 920 gramas de resíduos apresentado na imagem b; i) demonstra a modelagem disposta sobre o tecido de reaproveitamento, nesta fase foi cortado a parte externa do top e tanga - frente e traseiro, veja abaixo:

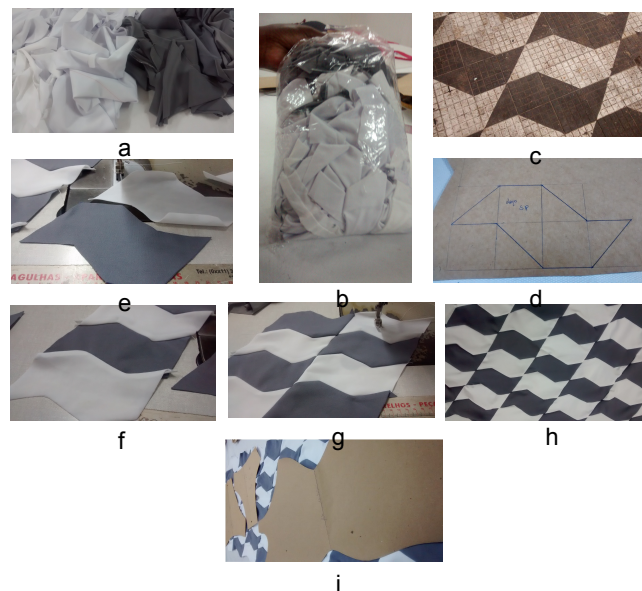


Fig. 19: a) Separação da matéria-prima; b) pesagem da matéria-prima utilizada; c) registro de imagem - calçada paulistana; d) construção do molde do patchwork ; f) montagem do patchwork; g) continuação da montagem ; h) base de tecido de reaproveitamento pronto; i) disposição do molde sobre o tecido. Fonte: autora.

O resultado deste projeto é o biquíni inclusivo para mulher mastectomizada, com o

foco no '*social e culturalmente apreciável e ecologicamente necessário*' (MORAES, 2010), vejamos abaixo:



Fig. 20: a) vista frontal do biquíni; b) vista do perfil lado direito; c) vista do perfil lado esquerdo; d) costas; e) biquíni e a usuária-final, vista frontal; f) vista lateral esquerda. Fonte: autora

[...] De fato, o desenvolvimento de *produtos limpos* pode requerer tecnologias limpas, mas certamente requer uma nova capacidade de design (de fato, é possível chegar a produtos limpos mesmo sem muitas sofisticadas tecnológicas) [...] dentro deste quadro geral de referência, o papel do *design industrial* pode ser sintetizado como a atividade que, ligando o tecnicamente possível com o ecologicamente necessário, faz nascer novas propostas que sejam social e culturalmente apreciáveis. (MORAES, 2010, p. 59. *apud* MANZINI; VEZZOLI, 2002, p.19-20. Grifo do autor).

Neste projeto, apresento na fig.20, sendo: a) a vista frontal do top do biquíni; b) e c) perfil; d) costas cruzadas longe do pescoço, evitando o desconforto do peso do busto; fig.20e e fig. 20f, apresenta a usuária final com biquíni. O biquíni que foi projetado e pensando a partir das relações humanas, colocando no centro da questão a valorização e a inclusão da mulher mastectomizada, objetivo maior foi contemplado que era possibilitar à usuária final de curtir o sol !!!

6. Conclusão

Este projeto sugere um desafio, provocando uma grande reflexão sobre o câncer de mama, em especial a questão emocional que a depressão gerada pela mutilação da mama. A questão financeira indiretamente é um fator agravante, por prolongar a baixa-estima, como visto neste caso apresentado, onde, a usuária final aguarda desde 2010 a reconstituição de sua mama. Esta situação, uma realidade na vida das mulheres de baixa renda, quando não dispõe de recursos financeiros, ter de conviver com a mama ímpar, enquanto aguarda na fila do SUS, o chamando para a reconstituição da mama.

Pensar moda para mulheres mastectomizadas é também pensar em moda inclusiva, acolhedora e humanizada. Refletir, que os designers devem repensar seus papéis na sociedade enquanto designers. E, que os produtos e serviços, devem proporcionar alegria, bem-estar, satisfação, desejo, elevação da autoestima, são funções terciárias e do campo da emoção que devem ser contemplados em toda a fase da projeção.

Que a metodologia projetual tanto para produtos como serviços, poderá ser trabalhada de forma híbrida, a mistura só agregará valor ao projeto.

O reaproveitamento de matéria-prima no desenvolvimento de novos produtos, entra como inovação, agrega valor ao produto de baixo custo. Neste caso o produto foi desenvolvido artesanalmente e a partir de sobras de tecidos. Portanto, pensar em Metodologia de Reaproveitamento dos Resíduos Têxteis, foi pensado para envolver as pessoas nos processos artesanais, que exige maior labor, e demandam com isto, maior tempo para ser realizado individualmente. Em grupo, este tempo é reduzido para mais da metade.

Toda parte prática deste projeto foi desenvolvido entre os meses de novembro e dezembro de 2015 e janeiro de 2016, envolvendo: mensuração do corpo, desenvolvimento dos moldes, construção da base em patchwork, corte, montagem da peça, prova de caimento e vestibilidade.

Que o objetivo maior de proporcionar segurança a usuária final/cliente, prazer, autoestima, bem-estar durante seu banho de sol, foram alcançados !

7. Referências Bibliográficas:

- ALVES, Salete Martins; OLIVEIRA, João Gomes de. Adequação ambiental dos processos de usinagem utilizando Produção mais Limpa como estratégia de gestão ambiental. São Paulo: Departamento de Eng. Mecânica – EESC – USP, 2007.
- BACK, N.; OGLIARI, A.; DIAS, A.; SILVA, J.C. Projeto integrado de produtos: planejamento, concepção e modelagem. Barueri, SP: Manole, 2008.
- BONSIEPE, Gui. Design, cultura e sociedade / Gui Bonsiepe. – São Paulo: Blucher, 2011.
- BRAGA, João. História da Moda / João Braga. – São Paulo : Editora Anhembi Morumbi, 2004. – (Coleção moda e comunicação / Kathia Castilho (coordenação)).
- BRITAIN, Judy. Enciclopédia de Agulhas e Linhas: guia completo com técnica e centenas de sugestões para trabalhos manuais / Judy Brittain. Tradução: Margarida D. Black. São Paulo: Círculo do Livro S.A, 1979.
- CARDOSO, Rafael. Design para um mundo complexo / Rafael Cardoso. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- CARLI, Ana Mery Sehbe De. VENZON, Bernadete Lenita Susin. Moda, sustentabilidade e emergências / org. Ana Mery Sehbe De Carli, Bernadete Lenita Susin Venzon. - Caxias do Sul, RS : Educus, 2012.
- CATELLANI, Regina Maria. Moda Ilustrada de A a Z / Regina Maria Castellani ; revisão técnico-terminológica Laís Helena da Fonseca Pearson. – Barueri, SP : Manole, 2003.
- CNI. Encontro da Indústria com a Sustentabilidade. Têxtil e Confeção: Inovar, desenvolver e sustentar. CNI – Confederação Nacional da Indústria, 2012.
- DE MORAES, Dijon. Metaprojeto: o design do design / Dijon De Moraes. – São Paulo: Blucher, 2010.
- DOCTOR, Key. Newsonomics: doze novas tendências que moldarão as notícias e o seu impacto na economia mundial / Ken Doctor ; tradução Claudia Gerpe Duarte. - São Paulo : Cultrix, 2011.
- FERNANDES, Francisco, 1900-1965. Dicionário brasileiro Globo / Francisco Fernandes, Celso Pedro Luft, F. Marques Guimarães. – 32. ed. – São Paulo : Globo, 1993.
- MÜLLER, Mary Stela. Normas e padrões para teses, dissertações e monografias / Mary Stela Müller, Julce Mary Cornelsen. - 4.ed. Atual. - Londrina : Ed. UEL, 2001.
- O'HARA, Georgina. Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80 / Georgina O'Hara ; tradução Glória Maria de Mello Carvalho. – São Paulo : Companhia das Letras, 1992.
- PORTO, Marco Antonio Teixeira; TEIXEIRA, Luiz Antonio; SILVA, Ronaldo Corrêa Ferreira. Aspectos Históricos do Controle do Câncer de Mama no Brasil. Revista Brasileira de Cancerologia, 2013.
- SABRA, Flávio. Modelagem / org. Flávio Sabra. – 1 ed. – São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.
- SAPPER, Stella Lisboa. VIARO, Felipe Schneider. SILVA, Régio Pierre da. TEIXEIRA, Fábio Gonçalves. Da ideia ao conceito do produto: o uso de técnicas criativas combinadas para auxiliar no processo de desenvolvimento de novos produtos de design. 11º P&D de Design – Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Gramado – RS, 2014.

SECRETARIA DOS DIREITOS DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA. Moda Inclusiva: considerações e novidades no projeto de vanguarda da moda brasileira. Governo do Estado de São Paulo, 2014.

SEVERINO, Antônio Joaquim, 1941 – Metodologia do trabalho científico / Antônio Joaquim Severino. - 22. ed. Revisado e Ampliado de acordo com a ABNT – São Paulo : Cortez, 2002.

ZONATTI, Welton Fernando. Estudo interdisciplinar entre reciclagem têxtil e o design: avaliação de compósitos produzidos com fibra de algodão. EACH – USP, 2012.

CONFERÊNCIA LIVRE DA JUVENTUDE NOS PRESÍDIOS. Pastoral da Juventude, Pastoral Carcerária e Pastoral de Fé e Política da Arquidiocese de São Paulo, 2015.

Sites:

A 25 (SP) de março é minha amiga - <https://www.flickr.com/groups/746916@N20/discuss/72157649236062222/>

Como Faz - <http://comofaz.net/2011/01/que-tal-conseguir-uns-retalhos-gratis/#axzz3obcbo3TF>

Casa Oswaldo Cruz - <http://www.coc.fiocruz.br/index.php/institucional/quem-somos>

Exposição a Mulher e o Câncer de Mama - [Outubro Rosa / A Mulher e o Câncer de Mama no Brasil](#)

FIOCRUZ - <http://www.coc.fiocruz.br/>

História do Câncer – atores, cenários e políticas públicas : [A história do Câncer](#)

IBCC – Instituto Brasileiro de Controle do Câncer - [IBCC](#)

INCA – Instituto Nacional do Cancer - <http://www2.inca.gov.br/>

MERCOSUL, UNIÃO EUROPÉIA, NAFTA, ALCA. Fonte: <http://www.objetivo.br/>

OESP – São Paulo terá usina para reciclar tecidos - <http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,sao-paulo-tera-usina-para-reciclar-tecidos-imp-,1031235>