

MODA TEM TUDO A VER COM IDADE: CRIAÇÃO DE UMA COLEÇÃO PARA MULHERES ACIMA DE 60 ANOS

*Fashion Has Everything To Do With Age: Creation of a Collection for Women
Over 60 Years*

Cunha, Rafaela Pontes; Graduada; Centro Universitário de João Pessoa,
rafaelaapontes@gmail.com¹

Queiroz, Carina Vilar; Graduada; Centro Universitário de João Pessoa,
ninaaqueirozz@gmail.com²

Barbosa, Uyara de Sousa Travassos; Mestre; Centro Universitário de João
Pessoa, uyara.travassos@unipe.br³

Domingues, Carolina Ângelo Jerônimo; Mestre; Centro Universitário de João
Pessoa, carolina.angelo@unipe.br⁴

Introdução

Os estudos sobre moda, no universo acadêmico, têm tomado direções tão diferentes quanto os campos de pesquisa aos quais se associam. Criações de estilistas, padrões corporais e consumo são exemplos de linhas temáticas que colocam a moda em conexão com a sociologia, a arte, o marketing, entre outras. Todos são partes de um todo que é a vida diária, a qual, entre rupturas e recorrências, excessos e lacunas, vai se desdobrando e se construindo como uma inesgotável fonte de inspiração e problematização. Sob essa perspectiva, o olhar do design, fez com que identificássemos uma situação pouco abordada, mas nem por isso menos importante: a relação entre a moda e o público chamado de terceira idade.

Pensando nessa situação surgiu o projeto de pesquisa intitulado “*Moda tem tudo a ver com idade: um estudo sobre o vestuário de mulheres acima de 60 anos*”, desenvolvido em um Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa. Este projeto teve como objetivo geral estudar o público feminino da terceira idade e apresentar os resultados obtidos com a geração de alternativas para a definição de uma coleção de moda, buscando contemplar aspectos ergonômicos, que respeitem esses limites e que o conforto desejado não comprometa uma estética condizente com a forma de apresentar-se com elegância e distinção.

¹ Graduada em Design de Moda pelo Unipê.

² Graduada em Design de Moda pelo Unipê (2016).

³ Graduada em Design pela UFCG (2007), Mestre em Engenharia Agrícola, também pela UFCG (2011). Experiência em docência nos cursos de Design da UFCG e UFPB, Jogos Digitais, na Facisa, e, Design de Moda e na pós-graduação em Produção de Moda e Styling, no Centro Universitário de João Pessoa – Unipê.

⁴ Graduada em Design de Moda pela Faculdade Boa Viagem (2011), Especialista em Produção de Moda e Styling pelo Unipê (2015), Mestre em Design pela UFCG (2016), e Técnica em Produção de Moda pela Funetec/PB (2007). Experiência em docência no curso de Design de Moda no Unipê.

O Público Alvo

O perfil da amostra foi composto por mulheres entre 60 e 80 anos, em sua maioria possuem curso superior completo, são mulheres viúvas ou separadas. Por esse motivo são pessoas que se sentem livres, independentes, com desprendimento de rotinas e obrigações, entre outros aspectos que representam a liberdade de uma forma geral.

Evidenciou-se ainda que os hábitos mudaram e hoje maior parte delas moram sozinhas, viajam, praticam atividades físicas, namoram e saem com grupos de amigos. Visto que este grupo apresenta uma maior disposição para qualquer tipo de atividade, tanto física quanto social, nota-se que demonstram estar mais satisfeitas em viver a terceira idade, porém lamentam das modificações corporais e das tantas limitações, principalmente físicas.

Metodologia

A etapa da metodologia apresentada nesse trabalho foi traçada a partir do resultado obtido com a pesquisa de campo feita com o público alvo. Essa etapa serviu de base para traçar os requisitos necessários, uma vez que as entrevistadas expuseram seus desejos e necessidades que irão direcionar na criação de vestimentas adequadas. Bonsiepe (1984) diz que os requisitos de um projeto devem evidenciar todos os aspectos que irão contribuir na criação, tais como materiais, formas, ergonomia e preços.

No desenvolvimento de uma coleção de vestuários, por vezes é necessário buscar uma referência estética para guiar o processo de criação. Matharu (2011) diz que o criador precisa ser estimulado visualmente. Portanto, optou-se pela pesquisa imagética, pois é fundamental para proporcionar um atrativo maior às peças criadas, bem como criar uma relação maior com o público consumidor, que para esse projeto, o referencial estético foi definido a partir da opinião das entrevistadas. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica, visando compreender o tema de referência definido, utilizando para isso artigos publicados na internet. A etapa de criação da coleção seguiu o método apresentado em Barbosa et al (2014), que consiste na criação de painéis de inspiração, extração de formas, desenvolvimento de esboços e definição da coleção.

Requisitos

Na busca por desenvolver uma coleção de moda para o público da terceira idade, foram consideradas as características desejáveis do produto definidas por Lida (2005) como a qualidade ergonômica, qualidade técnica e qualidade estética. Sendo assim, foram avaliados fatores como a antropometria, conforto, facilidade no uso, movimento dos membros e segurança, funções do produto, facilidade de limpeza e manutenção, bem como a relação das cores, texturas e materiais.

Pensando na praticidade, optou-se por materiais que proporcionassem facilidade na limpeza e manutenção, tais como a viscolycra. Por não necessitar ser passada e nem de um processo de lavagem específico, além de proporcionar flexibilidade e não provocar aquecimento na pele, visto que grande parcela da terceira idade é acometida pela hipertensão, e o contato com vestuário justo e pesado pode ocasionar diversas patologias na pele (GRAVE, 2004).

Já no que tange a facilidade do manuseio e na restrição dos movimentos deste público, o fechamento das peças deve ser por zíperes frontais ou laterais,

possibilitando a estas mulheres independência no ato do vestir. Em relação ao tipo de vestuário, esses devem ser mais soltos e possuir mangas, e decotes mais fechados. O comprimento também não poderá ser muito grande, para não dificultar a mobilidade das usuárias. Em contraponto, apesar das roupas apresentarem modelagens mais soltas e pouco decotadas, essas devem ser descontraídas e divertidas.

Desenvolvimento da Coleção

O desenvolvimento da coleção foi iniciado com a definição do referencial estético, que foi definido a partir das preferências apontadas pelas entrevistadas durante a pesquisa de campo, a “Flora brasileira”. A proposta da temática foi deixar em evidência a diversidade de formas, cores e sensações das flores, buscando fazer relação com os diferentes corpos e vivências que encontramos nas mulheres que se encontram na terceira idade.

O referencial estético foi traduzido de forma imagética, através de painéis de inspiração (Figura 1), sendo composto por imagens de flores selvagens, decorativas e medicinais que estão presentes em nossa região.

Figura 1: Painéis de Inspiração.



A geração de alternativas tomou como base as formas obtidas dos painéis de inspiração e os requisitos definidos. Ainda assim, o referencial estético foi utilizado para a determinação de formas, estampas e aplicações.

Para a composição da coleção (Figura 2), optou-se por modelagens mais largas como blusas com mangas 3/4 ou comprimento médio, calças e vestidos com comprimentos que variam entre a altura do joelho e o longuete, pois evita que o público, que já enfrentam a dificuldade com a mobilidade, evitem tropeçar sobre o tecido. Todos os looks são mais soltos para não marcar o corpo, mais fechados e possuem mangas, tendo em vista que o público alvo não gosta de expor a “nova” silhueta proveniente do processo natural do envelhecimento.

Considerações Finais

Este projeto de pesquisa promove a compreensão do processo de criação de coleção para um público específico, a terceira idade, permitindo assim o conhecimento das particularidades e necessidades deste nicho. Com base nas limitações e desejos, foram desenvolvidos 15 looks que agregam fatores como vestibilidade e usabilidade, além de revelar uma nova estética comparada ao que se encontra no mercado atual.

Figura 2: Coleção.



Referências

BARBOSA, U. de S. T.; OLIVEIRA, R. D.; MOUSINHO, M. C. M.; SALES, G. M. J. de. Metodologia no processo criativo: um estudo de caso na criação de uma coleção de moda. In: 2º International Fashion and Design Congress. Milão, Itália, 2014. **Anais....** Disponível em: <<http://ftp.sdum.uminho.pt/pub/Ebooks/9788864930275.pdf>>. Acessado em 25 Mai. 2016.

BONSIEPE, G. **Metodologia Experimental: Desenho Industrial**. Brasília: CNPq/ Coordenação Editorial, 1984.

GRAVE, M. de F. **A modelagem sob a ótica da ergonomia**. São Paulo: Zennex Publishing, 2004.

IIDA, I. **Ergonomia: projeto e produção**. 2ª ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2005.

MATHARU, G. **O que é Design de Moda?** Porto Alegre: Bookman, 2011.