

MODA PRAIA PARA MUÇULMANAS NO BRASIL

Beachwear for Muslim Woman in Brasil

Avaliação Cega

Introdução

O presente artigo com base na pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso em Design de Moda, tem o intuito de criar um projeto de burquínis, moda praia voltada para muçulmanas que vivem no Brasil.

Partindo do princípio de que a moda sempre busca trabalhar e entender necessidades de diversos indivíduos em diversos ambientes sociais, este documento apresenta dados sobre uma parte minoritária porém existente na sociedade brasileira. As mulheres que seguem a religião islâmica e possuem entre 20 a 40 anos. Elas demonstram a necessidade de um mercado voltado para elas, alinhado com conforto, estética, preceitos religiosos que aumentem a autoestima e confianças dessas mulheres de cultura tão rica.

Visto que existe um investimento voltado para esse público devido a um poder de consumo significativo, como aponta pesquisa da State of Global Islamic Economy (2014-201 Report) feita pelas agências de notícias Thomson Reuters, investindo US \$266 bilhões no mercado de vestuário e calçado só no ano de 2013. Grandes marcas como DKNY, Mango, Dolce & Gabbana, Oscar de la Renta já tem criado coleções voltada para muçulmanas, cada vez mais dando espaço a essas mulheres que sofrem preconceito tantas vezes por falta de conhecimento de sua cultura para com os outros. Além dessas coleções, o mundo da moda vem focando e criando eventos específicos para elas, tais como *Jakarta Fashion Week, The Urban Muslim Woman Show, Fusion Exhibition, Islamic Fashion Festival, Indonesia Islamic Fashion Fair*.

No Brasil, segundo o IBGE, o número de muçulmanos cresceu 29% do ano 2000 para 2010. Cunha (2015) afirma que devido a isso tem gerado conversões ao Islã, pelo maior conhecimento dos brasileiros em relação a religião de Maomé, também tem crescido o número de mesquitas sendo construídas pelo país. Por esses fatores a religião islâmica também começou a utilizar ferramentas virtuais como facebook para maior contato com seus fiéis.

Os burquínis, foram criados em 2008 pela estilista libanesa Aheda Zalveti, com o intuito de que as mulheres islâmicas possam frequentar praias e praticar esportes, aumentando momentos de lazer. Com base nisso e em pesquisa de campo em comunidade no Cairo, Egito, juntamente com entrevistas com jovens muçulmanas no Brasil, foi detectado e comprovado a necessidade de um produto voltado para o lazer, com conforto, performance, estética atrativa alinhado com os preceitos religiosos para mulheres muçulmanas no Brasil, o projeto ainda em fase inicial de pesquisa foca nas regiões de São Paulo, Rio de Janeiro e Paraná.

Portanto, tem-se como objetivo a criação de algo que além de preencher os quesitos básicos, fazer o burquíni tornar-se um produto comum, que não cause estranheza nem no usuário e nem nas mulheres ocidentais que

observam o produto no mercado, inserindo naturalmente o burquíni na moda praia.

2 Metodologia

Como já antes mencionado, a análise inicial se deu por uma observação em campo, em julho de 2015 no Egito, junto de entrevistas qualitativas com três jovens muçulmanas brasileiras. Também será seguida a metodologia projetual de pesquisa de similares, tendências e tecnologia na área do *beachwear*, e para o desenvolvimento do produto final será desenvolvido pesquisas experimentais com matérias, modelagem alinhado com performance e preferencias do público.

Analisando o contexto e ambiente para esse produto, é preciso a inovação e melhora dos burquínis, utilizando da tecnologia atual com tecidos com proteção UV devido a exposição ao sol durante longo período, tecidos que permitam a transpiração do corpo, seque rapidamente e não causem alergias ou problemas dermatológicos, pois o produto fica em contato com a pele do corpo todo, deixando apenas, rosto, mãos e pés descobertos.

Além dos tecidos alinhados com tendências de moda, a modelagem é de extrema importância para o presente projeto, devido a uma performance exigida pela a atividade física exercida, ou o simples ato de entrar em mares ou piscinas necessita de um conforto na movimentação, ligado a modelagem e tecnologia da matéria-prima utilizada.

O público muçulmano almeja algo que desperte seu interesse esteticamente, comparado com os produtos existentes no mercado atualmente, e que esteja alinhado com o conforto nos matérias e modelagem, mas principalmente que preencha todos os preceitos religiosos.

3 Resultados esperados

O produto que será desenvolvido neste projeto, tem a função de integrar a cultura muçulmana com a cultura brasileira de moda praia, e aumentar a autoestima da mulher muçulmana com um burquíni que não desrespeite as regras da religião islâmica, mas que seja atrativo esteticamente, confortável e com boa performance.

De acordo com o Sheik Jihad Hammadeh (2008), vice-presidente de Assembleia Mundial da Juventude Islâmica no Brasil, a importância desse produto para esse público:

“Muitas muçulmanas estavam privando de se divertir e exercitar por causa da falta de um traje adequado. E a nossa religião incentiva as mulheres muçulmanas a praticar esportes, contanto que elas estejam vestidas apropriadamente. Usando um traje, como o burquíni, que preserva o corpo da mulher, não vejo problema delas participarem de competições internacionais.”

Com o intuito de integrar essa mulher na cultura ocidental, mais especificamente na cultura brasileira, mas ainda assim presando pelo gosto e necessidades das muçulmanas, com entrevistas e pesquisas visuais, as preferencias delas serão colocadas em prioridade, para não causar nenhum desconforto na usuária.

4 Considerações finais

O desenvolvimento desse projeto é de importância social e educacional, pois possibilita a integração de uma cultura diferente, o islamismo com a cultura brasileira, e proporcionar momentos de lazer e bem-estar na praia, para esse público.

Ao observando a necessidade do público e a oportunidade no mercado, pretende-se criar uma moda praia pensando na mulher oriental. Tendo como dificuldade e objetivo a integração da cultura muçulmana no segmento de moda praia, no Brasil. Atualmente a moda praia é voltada quase que exclusivamente para a mulher ocidental, com biquínis e maios, e o burquíni pretende entrar no mercado tendo a mesma função das roupas de banho, porém atingindo um público mais delimitado. O qual é existente no mercado e necessita e deseja esse foco para com eles.

Analisando todas as circunstâncias, a produção desse projeto visa desafios na inovação e melhora do já existente, tendo como barreira os limites da religião islâmica em relação ao corpo da mulher, alinhando com estética atraente e moderna, para que haja uma integração social sutil no ambiente de lazer.

Referências

ABDALATI, Hammudah. **O Islam em foco**. São Paulo: Editora Wamy, 1989. Cap I, p 26-32. . Cap IV, p 172-176. Cap V, p 151-153.

FERREIRA, Francirosy Campos Barbosa. Diálogos sobre o uso do véu (*HIJAB*): Empoderamento, Identidade e Religiosidade. **Perspectivas, Revista de Ciências Sociais/ UNESP**. São Paulo, v. 43, p. 183-198, jan.jun. 2013.

ISLAMPARANA. **A população muçulmana segundo o IBGE**. Disponível em: <<http://islamparana.blogspot.com.br/2015/02/a-populacao-muculmana-segundo-o-ibge.html>> Acesso em: 9 mar. 2016.

KRISTOF, Nicholas D. e WuDUNN, Sheryl. **Half the sky**. Editora Random House USA, 2010.

O'MAHONY, Marie e Braddock, Sarah. **Sports Tech: revolutionary fabrics, fashion and design**. Editora Thames & Hudson, NY- New York, 2002.

PEW REASERCH CENTER. **Muçulmanos do Mundo: Religião, Política e Sociedade**. Disponível em: <<http://www.pewforum.org/2013/04/30/the-worlds-muslims-religion-politics-society-overview/>>. Acesso em: 12 março 2016.