

PROJETOS DE PRODUTOS, DESTINADOS A INCLUSÃO SOCIAL

Adauto Antonio Caramano

Marcos Antonio Bonifácio

Resumo

Atualmente, um assunto muito discutido começa deixar as teorias e mesas de reuniões para efetivamente acontecer da maneira mais justa possível, a inclusão de pessoas com deficiência. Empresas dos mais variados segmentos estão incluindo conceitos na elaboração de seus produtos que visam diminuir as barreiras que os consumidores deficientes enfrentam durante a compra ou o uso do produto. As empresas optam por este caminho não apenas pela responsabilidade social, mas é uma forma de atingir uma quantidade ainda maior de consumidores, uma vez que barreiras desfavorecem o consumo. Buscando diminuir as dificuldades de deficientes visuais, este artigo apresenta uma proposta de roupa e calçado que não sejam apenas funcionais, mas que carreguem consigo conceitos e características que o diferenciam dos demais, dando a tão desejada autonomia aos deficientes visuais. O objetivo principal foi desenvolver as peças sem alterar os sistemas tradicionais de produção, permitindo que as características desenvolvidas possam ser agregadas nos produtos oferecidos por empresas que já atuam no ramo, sem precisar sofrer grandes transformações. Através de entrevistas e premiações, ambos os projetos foram bem aceitos, uma vez que apresentaram um novo estilo sem evidenciar a deficiência.

Palavras-chave: Moda; Inclusão; Produto; Deficiente Visual.

Abstract: Nowadays a very discussed issue starts to leave the theories and the meeting tables to really become true in a fairest way, the inclusion of disabled people. Companies from various segments are including concepts in the draw up of their products that aim to reduce the barriers of the disabled consumer face up on the purchase or the use of the product. The companies choose this way not only because of social responsibility, but it is a way to get a bigger sector of consumers, because barriers unfavour the consumption. Aiming to reduce the difficulties of the visually impaired, this article presents a proposal of clothes and shoes that are not being only functional, but also carrying concepts and characteristics that differentiate of the others, giving autonomy to the visually impaired. The main objective was develop the products in the traditional way to be produced, letting the developed characteristics can be used in the products offered by companies that already works in a sector, without big transformations. Through of interview and awards, both projects were well accepted, because both show a new style without evidence the disability.

Keywords: Fashion; Inclusion; Product; Visually Impaired.

1 Introdução

Atualmente, muitas empresas e/ou gestores, talvez pelo desconhecimento, não exploram as possibilidades de uma moda direcionada à pessoas deficientes. Os projetos que são disponibilizados no mercado acabam sendo “funcionais”, visando à adaptação da pessoa deficiente a alguma necessidade específica, não se considerando questões de moda, esquecendo-se que essas pessoas

possuem vaidade e necessidades sociais a serem atendidas e, que por sua vez, um design moderno e atual, mesmo com as adaptações necessárias, pode suprir esta necessidade.

Com base no censo realizado em 2000 pelo IBGE (Tabelas 1 e 2), o Brasil possui um expressivo número de pessoas deficientes, cerca de 24,6 milhões de pessoas. Como foco deste trabalho, usar-se-á apenas a parcela *Feminina de Deficientes Visuais*, que representam 38,2% de todos os brasileiros deficientes.

Tabela 1 – Censo Demográfico - Pessoas deficientes no Brasil

Tipo de deficiência	Visual	Motora	Auditiva	Mental	Física	Total de Deficiências
Homem	7.259.074	3.295.071	3.018.218	1.545.462	861.196	15.979.021
	45,4%	20,6%	18,9%	9,7%	5,4%	100%
Mulher	9.385.768	4.644.713	2.716.881	1.299.474	554.864	18.601.700
	50,5%	25,0%	14,6%	7,0%	3,0%	100%
Total	16.644.842	7.939.784	5.735.099	2.844.936	1.416.060	34.580.721
	48,1%	23,0%	16,6%	8,2%	4,1%	100%

Fonte: IBGE, 2000.

Tabela 2 – Censo Demográfico - Deficientes no Brasil por gênero

	Deficiências (A)	Deficiências (B)	Deficiências Múltiplas (A+B)	
Homem	15.979.021	11.420.544	4.558.477	45,7%
Mulher	18.601.700	13.179.712	5.421.988	54,3%
Total	34.580.721	24.600.256	9.980.465	100%

Fonte: IBGE, 2000.

A proposta deste trabalho será demonstrar a viabilidade de projetos adaptados às necessidades especiais das mulheres deficientes visuais, sem perder o foco da moda e do design.

Este objetivo leva em consideração que estas mulheres possuem sua vaidade e necessidade de estarem socialmente incluídas. Para atender a este objetivo, serão apresentados dois projetos premiados em encontros de moda e design por exteriorizarem a relação viabilidade x responsabilidade social, demonstrando que mesmo adaptados às necessidades especiais das mulheres deficientes visuais, não perderam sua expressão da moda. Corroborando a ideia da viabilidade, os projetos serão apresentados sob a perspectiva da produção, reforçando a ideia de tratar-se de processos tradicionais, com custos semelhantes de produção.

2 Moda e Design

Partindo da ideia de Ciacco (2003, p. 11), de que inovar representa “um bem social”, o design pode ser apresentado como uma forma de unir cidadãos, beneficiar comunidades, fazer crescer o país. Pode-se assim entender o que foi considerado neste projeto. Considerando-se que o design é uma ponte entre a pesquisa básica e a inovação e realiza isso transformando as descobertas em produto pronto para ser consumido. O que no caso, sucinta a questão: Por que não utilizar o design para incluir as pessoas deficientes?

De acordo com Ciacco (2003, p. 11), nesta linha, apresenta o rico artesanato do país sendo recriado em produção com um gênio criativo só encontrado no povo brasileiro, que

possui uma inspiração inovadora e uma capacidade de alterar e de ver o novo nos objetos do cotidiano de formas diferentes e adaptadas às necessidades e realidade do seu cotidiano. A inovação tecnológica e mercadológica é um verdadeiro retrato de design brasileiro, que busca constantemente a inovação. Dessa forma, o designer consegue tornar real o mundo das ideias, fazer com que histórias de vidas se imortalizem em memórias.

2.1 Os Trajes

Antes que o designer possa criar, ele precisa entender o que Bloisi (2003, p. 55-56) chama da existência de uma “relação entre o traje e o homem”, que é, ao mesmo tempo, uma proposta a uma resposta de sua história. O traje passaria então a ser uma interpretação da personagem deste homem ou deste povo, o que permite compreender sua criatividade como parte da experiência do seu cotidiano. Torna-se, a um só tempo, inspiração e expressão da identidade cultural de um grupo social.

Desta forma, para Bloisi (2003, p. 55-56) o design do traje passa a ser a representação gráfica das formas coletivas de um povo, uma referência, uma atuação no real e no imaginário.

Em contrapartida, o designer do traje, à medida que o mundo se torna mais dependente da tecnologia, é forçado a realizar criações mais especializadas e, cada vez, mais rápidas, com ciclos de vida cada vez mais curtos. Assim, se distancia da criação mais autônoma, mais corrente, mais funcional, para satisfazer as falas globalizadas que nos levam a uniformização, à conformação do gosto e, também, à ausência de um estilo nacional

predominante, contrapondo-se a ideia de expressão da cultura.

2.2 E qual é cara da moda brasileira?

Em uma pesquisa recente, uma agência de propaganda, erro na citação. Você deve citar a agência e depois o autor que buscou identificar quais atributos melhor definem o Brasil no exterior para orientar campanhas de promoção de sua imagem. Os atributos encontrados em agosto de 2002 foram: **Futebol, Carnaval, Natureza e Sensualidade**. (SERRAGINI, 2003, p. 141)

O SEBRAE (2002, p. 13), no estudo Cara Brasileira - A Brasilidade nos Negócio –

Um Caminho para o Made in Brazil, identificou como principais atributos:

diversidade, adaptabilidade, tolerância, cordialidade, religiosidade, curiosidade e abertura à inovação, além de **alegria, otimismo e o bom humor**. Esses atributos são apropriados para a construção do tão almejado conceito de país, principalmente, para produtos como moda, design de objetos decorativos, jóia, móveis, entre outras formas de expressão do design. Mas, como ficaria então a cara da Moda do Brasil? A tabela 2 mostra como referência, a visão que se tem de algumas nações.

Alemanha	Engineering
França	Luxo, glamour
Japão	Inovação, tecnologia
EUA	Mercado livre, consumismo
China	Barato, baixa qualidade
Brasil	?

Fonte: LEAL, 2003.

2.3 Moda inclusiva

A constante luta das pessoas deficientes por espaço nas escolas e no mercado de trabalho vem resultando em leis e campanhas de inclusão. Agora, outro mundo em que eles enfrentam dificuldades começa a se adaptar: o da moda. Roupas especiais chegam ao mercado, o que eleva a autonomia e a auto-estima de pessoas deficientes.

A ideia dos estilistas é a de produzir peças que reúnam conforto, beleza e praticidade, conceitos distantes dos deficientes. Um exemplo de praticidade vem dos cadeirantes, que costumam usar roupas

muito largas, com numeração até três vezes maior, para liberar o movimento. Já entre deficientes visuais o problema é a combinação de cores, dificilmente acertada sem ajuda. Estas questões de adaptação podem ser facilmente resolvidas, mas a questão deve ser resolvê-las sem que se perca a visão da moda que irá permitir-lhes uma inclusão social que não se deve perder de vista.

Para empresas e designers, a visão deve sempre ser a combinação de atendimento às necessidades, mas com mercado consumidor, pois a essência das empresas sempre será obter bons resultados. Em 2009, em São Paulo, foi realizada a 8ª Reatech –

Feira Internacional de Tecnologias em Reabilitação, Inclusão e Acessibilidade, que reuniu aproximadamente 45 mil visitantes.

Dentre os eventos da feira, prevaleceram os desfiles de moda, com muitas cores, texturas, cortes e acabamentos desenvolvidos para esse público. Com elástico na cintura, em vez de cós e botões, e velcros no lugar do zíper, as peças são colocadas e retiradas com muito mais facilidade pelos deficientes. Mas, as roupas inclusivas têm características distintas que vão além do que os olhos vêem Colucci (2006).

3 Deficiência

Muitos consideram que a palavra ‘deficiente’ tem um significado muito forte, carregado de valores morais, contrapondo-se a ‘eficiente’. Levaria a supor que a pessoa deficiente não é capaz e, sendo assim, é preguiçosa, incompetente e sem inteligência.

Para a OMC – Organização Mundial de Saúde, **Deficiência** é o termo usado para definir a ausência ou a disfunção de uma estrutura psíquica, fisiológica ou anatômica, que diz respeito à biologia da pessoa. Na introdução pôde ser visto na tabela 1, como o IBGE classifica e mapeia as deficiências no Brasil.

A ênfase recai no que falta, na limitação, no ‘defeito’, gerando sentimentos pobres sobre a questão. Esses sentimentos, por sua vez, provocam atitudes carregadas de paternalismo e de assistencialismo, para uma pessoa considerada incapaz de estudar, de se relacionar com os demais, de trabalhar e de constituir família.

No entanto, à medida que se evolui conhecendo e convivendo com pessoas com deficiências, a constatação não poderia ser outra que não, a de que são, como qualquer outra pessoa, capazes. Podem ter dificuldades para realizar algumas atividades, mas novamente, como qualquer outra pessoa, em geral tem habilidade em outras. Todos possuem habilidades e talentos característicos. Nas pessoas com deficiência, essas manifestações são apenas mais visíveis e mais acentuadas.

Diante disso, hoje em dia, recomenda-se o uso do termo ‘pessoa com deficiência’, referindo-se, em primeiro lugar, a uma pessoa, um ser humano, que possui entre suas características (magra, morena, brasileira etc.) uma deficiência – mental, física (ou de locomoção), auditiva ou visual. Esta idéia vem de Matarazzo (2009, p.14), que busca esclarecer que as pessoas se incomodam quando “são chamadas de portadoras de deficiência, pois elas não são portadoras de nada e, sim, têm uma deficiência”.

3.1 Deficiência Visual

Como pode ser observada na tabela 3, a deficiência visual corresponde a quase metade das deficiências registradas no Brasil no Censo Demográfico de 2000 e, separando-se apenas o gênero feminino (foco deste estudo) um volume expressivo de mulheres, vaidosas por natureza, enquadram-se neste grupo.

Há milhares de anos, quando o homem começou a andar em posição ereta, libertou suas mãos da tarefa da locomoção. Assim, as mãos puderam evoluir e se tornaram o principal instrumento para agir e dominar o ambiente, além de ser um meio de expressão e de comunicação e, também, um órgão de percepção (GIL, 2000, p. 24).

Se as mãos têm tamanha importância para o ser humano, é fácil imaginar seu papel na vida das pessoas com deficiência visual. As informações chegam a elas por dois canais principais: a linguagem – pois ouvem e falam – e a exploração tátil, que depende especialmente das mãos.

Cada vez mais, a principal adaptação requerida nos projetos destinados a este grupo de consumidores é transformar suas mãos em um órgão de percepção, sem perder sua função preênsil (tirar, colocar, abrir, fechar, tampar, empilhar etc.).

Durante toda a vida da pessoa com deficiência visual, a mão é um recurso privilegiado de conhecimento. Um exemplo disto, é a leitura em Braille que permite uma inclusão importante ao mundo.

3.2 A leitura Braille¹

A primeira tentativa conhecida no sentido de desenvolver um sistema de leitura para pessoas sem visão, ocorreu em 1580, quando letras do alfabeto romano foram gravadas em baixo-relevo, sobre pedaços de madeira. Em 1825, Louis Braille inventou um eficiente sistema de leitura e escrita para cegos, que leva seu nome e, ainda hoje, é usado no mundo inteiro.

O **sistema Braille**, inscrito em relevo, é explorado por meio do tato. Cada ‘cela’ é formada por um conjunto de seis pontos, permitindo 63 diferentes combinações para obter todos os sinais necessários à escrita: letras do alfabeto, sinais de pontuação, maiúsculas e minúsculas, símbolos de Matemática, Física, Química e notação musical.

Os seis pontos são dispostos em duas colunas, com três pontos em cada uma, formando um retângulo, ou ‘cela’ de 6 milímetros de altura por 2 milímetros de largura. Para facilitar sua identificação, os pontos são numerados. Exemplificados nas figuras 1 e 2, apresentadas a seguir:

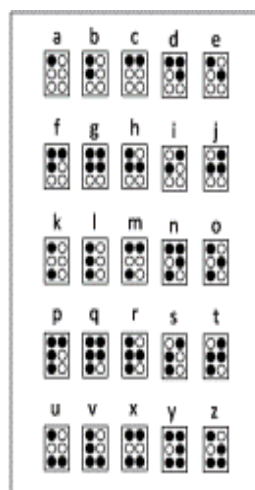


Figura 1: Alfabeto Braille

Fonte: Autor, adaptado de Gil, 2000

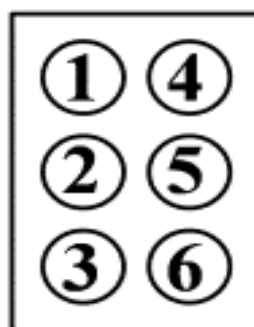


Figura 2: Distribuição dos pontos em Braille na cela.

¹ Adaptado de Gil (2000, p. 42).

O sistema Braille pode ser escrito com três tipos de equipamento: o conjunto manual de reglete e punção, a máquina de datilografia (Perkins-Braille), que começou a ser produzida no Brasil em 1999 e a mais recentes impressoras para Braille.

3.3 Mercado para Produtos

Inclusivos

Apesar de um nicho de mercado representativo, só agora os deficientes visuais começam a chamar a atenção do mercado. Tem sido comum o lançamento de produtos e serviços adaptados às necessidades dos cegos.

Para o prof. Chico Costa, diretor do Centro de Habilitação e Reabilitação para Cegos no Piauí, ainda existe um longo caminho a ser percorrido, muito embora atualmente podem-se observar mudanças nas linhas de produtos, como, por exemplo, celulares com sintetizadores de voz, para identificar o que antes aparecia na tela do aparelho, ou teclados de computadores já em Braille, podem estar representando uma preocupação com a adaptação Poty (2009).

O quadro 2 mostra alguns outros exemplos de produtos direcionados a população de deficientes visuais.

Quadro 2: Produtos adaptados aos cegos encontrados no mercado	
Relógios	É possível adquirir relógios adaptados ao sistema braille. Há também a versão do relógio com áudio, que informa a hora para seu usuário.
Calculadoras	Possuem sistema de áudio ou também estão adaptadas ao sistema Braille.
Remédios	As caixas de medicamentos trazem informações em braille.
Celulares	Já oferecidos com sintetizadores que permitem que se ouça o que, normalmente, é informado pelo visor.
Jogos	Especialmente na Internet, é possível encontrar produtos como baralhos, xadrez, bolas e dominós adaptados aos cegos.

Fonte: Poty, 2009.

Estas inovações destacadas geralmente visam o atendimento das questões funcionais que incluiriam os cegos aos serviços que atualmente são considerados como sendo básicos para uma população moderna, mas, pouco se discute sobre uma moda que os inclua no que tange às questões sociais.

4 Processos para fabricação

Neste ponto, serão apresentadas rapidamente, as características macro dos processos tradicionais de fabricação de calçados e de uma confecção. Buscando o entendimento sobre os processos, para seja possível destacar que serão os mesmos quando da execução dos projetos.

4.1 Calçados

Para um melhor entendimento, vale ressaltar que não existe uma estrutura de mercado única ou ideal para todos os segmentos da indústria calçadista, características determinadas pela concorrência, matéria-prima utilizada (couro, sintético ou tecidos), segmento (calçados esportivos, seguranças, masculinos e femininos casuais ou sociais etc.). O processo produtivo dos calçados caracteriza-se por um modelo de mão de obra intensiva e com processos largamente difundidos. As grandes evoluções tecnológicas observadas têm

surgido dos materiais e pouco dos processos. Em linhas gerais, um processo de fabricação de calçados pode ser resumido no quadro 3 que apresenta as seguintes etapas.

Quadro 3: Processos de Fabricação de Calçados		
Processos:	Descrição do processo de:	Calçados tradicionais.
		Calçados direcionados.
Design e Modelagem	Etapa na qual os modelos são elaborados. O Designer deve pesquisar e interpretar as expectativas dos consumidores. Já o Modelista adapta as concepções do projeto aos processos produtivos confeccionando os moldes e as matrizes.	
	Apenas mudança no foco dos Designers.	
Corte	Onde a matéria prima é cortada. No processo tradicional, o corte é realizado com facas e/ou balancins.	
	Sem necessidade de adaptações.	
Costura ou Pesponto	As peças cortadas são unidas pela costura ou pesponto. É comum as indústrias terceirizarem esta etapa para empresas denominadas “bancas”.	
	Sem necessidade de adaptações.	
Montagem	Nesta etapa, coloca-se o cabedal (parte superior do calçado) na fôrma para ser conformada e fixada junto à palmilha de montagem, geralmente, por cola.	
	Sem necessidade de adaptações.	
Solado	Onde é fixado o solado e o salto à palmilha que já está com o cabedal montado na fôrma. A fixação da sola geralmente é através de adesivos e o salto é fixado por pregos ou parafusos.	
	Inclusão da etapa de etiquetagem Braille após a fixação do solado.	
Acabamento	Por fim, a etapa de acabamento, o calçado é desenhado e passa pelos retoques finais como: Colocação de taloneiras, sobre palmilhas, pintura, enceramento, encaixotamento e etc.	
	Pode-se diferenciar apenas a embalagem???? (é isso mesmo????), mas sem necessidade de adaptações.	

Fonte: Autor, adaptado de Marcelo, 2009.

4.2 Roupas

Semelhante à produção de calçados, a confecção de roupas segue um modelo de

mão de obra intensiva e pouca variabilidade no processo. Não existem muitas variações entre as empresas, e seu processo básico pode ser apresentado no quadro 4.

Quadro 4: Processos de Fabricação de Roupas		
Processos:	Descrição do processo de:	Roupas tradicionais.
		Roupas direcionadas.
Croqui	Desenho da ideia do modelo, que dá origem a todo o processo.	
	Apenas mudança no foco dos Designers.	
Modelagem	Os moldes são desenvolvidos a partir do desenho do estilista, obedecendo as medidas da tabela adotada.	
	Sem necessidade de adaptações.	
Corte	O tecido é cortado de acordo com os moldes.	
	Sem necessidade de adaptações.	
Montagem ou Fechamento	As partes cortadas das peças são unidas, passando por operações e máquinas diferenciadas.	
	Sem necessidade de adaptações.	
Acabamento	As operações de finalização da roupa são executadas: limpeza, colocação de botão, caseamento, etc.	
	Inclusão de etiquetas em Braille ou velcros em vez de botões, mas nos mesmos processos.	

Fonte: Autor, adaptado de Leite, 2007.

Como pode ser observado nos quadros 3 e 4, os processos não necessitam de adaptações significativas para que estes produtos sejam colocados em linha de produção. Inclusive, seus custos de produção sofrem pouquíssimas alterações, uma vez que materiais, processos e equipamentos utilizados são os mesmos dos processos tradicionais.

4.3 Projetos foco do trabalho

Este trabalho propôs a elaboração de dois projetos adaptados às necessidades de pessoas deficientes visuais, com as facilidades necessárias para sua utilização, mas sem perder de vista as questões do design de moda, buscando com isto a inclusão social das mulheres, a partir de projetos alinhados com as tendências de moda.

Os projetos foram de um CALÇADO FEMININO e um VESTIDO, ambos com os atributos apresentados anteriormente, que serão destacados na sequência.

4.4 Projeto 1 – Vestido Clássico

Vestido clássico, inspirado nas roupas de 1950, década do grandioso “Novo Visual” de Christian Dior segundo Mendes (2003, p. 137) com influência da década de 1960, com seus vestidos marcados nas cinturas. O modelo é usado nos dias de hoje, com versatilidade e elegância, lembrando também as parkas de inverno que são usadas como vestidos e não como casacos. Busca materiais diferenciados para facilitar a identificação das usuárias deficientes visuais, trazendo junto à peça uma etiqueta com descrições em Braille.

Quadro 5: Materiais aplicados e peculiaridades do projeto do Vestido

Materiais Utilizados	Composição	Características
Material principal Lã tweed cor gelo	100% Poliéster	tecido maleável, quente, bom caimento, macio, texturizado, resistente a rugas e a grandes desgastes, leve e durável.
Material secundário Cetim ouro	100% Poliéster	tecido suave, tem brilho, bom caimento, é escorregadio, textura lisa e frio.
Forração principal: Cetim areia	100% Poliéster	tecido suave, tem brilho, bom caimento, é escorregadio, textura lisa e frio.
Forração secundária (gola): Tela onça	100% Poliéster	tecido pouco maleável, estampa onça com vazados, textura áspera, tecido frio.
Flor de fuxico Voile cor ouro	100% Poliéster	tecido leve, possui acabamento firme, possui bom caimento e bom toque.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Tal como ocorre na maioria dos projetos, inicialmente, foi concebido um croqui que buscava representar o *conceito* esperado pelo projeto. Neste momento,

materializou-se em um desenho a idéia do Designer e, a partir deste, especificou-se todos os materiais que deveriam compor o modelo.

Quadro 6: Peculiaridades do projeto
Uso de diversos materiais texturizados, que proporcionam diferentes sensações de tato à consumidora;
Mistura de texturas entre interior e exterior, que evitam dúvidas na hora de identificar o lado certo de vestir;
Abertura frontal que facilita o vestir;
Botão decorativo que indica a direção dos velcros que fará o fechamento;
Cinto com fivela decorativa, texturizada, que aguça o tato. O Cinto é fixo e seu fechamento é feito por velcros;
Manga com elástico para ajustar-se à usuária contribuindo com o perfeito caimento da peça, dando liberdade de movimento ao braço;
Comprimento do vestido até os joelhos, proporcionando conforto no uso, permitindo movimentos com discrição;
Etiqueta descritiva em Braille na direção da gola para identificar as peças;
Broche de fuxico como acessório opcional na altura do peito, confeccionado com tecidos nobres e texturizados;
Debruns dourados na gola e no punho, que reforçam os detalhes do calçado e aguçam o tato;
Drapeados na manga e cintura, dando um ar elegante além do movimento.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Deve ser destacado que o projeto seguiu as características básicas descritas por Slack et al. (2009), onde o projeto nasce da idéia, caracteriza-se no Conceito, para que seja feito o Pacote (protótipo), para, a partir daí, poder planejar-se o Processo.

Para desfilar seu modelo no 2º Encontro de Moda Inclusiva, o seu projetista

Adauto Antonio Caramano (figura 3), convidou a estudante Letícia Massolini Romaqueli, 17 anos (figura 3), que é deficiente visual e pode inclusive dar um *feedback* com sua percepção sobre o modelo direcionado.

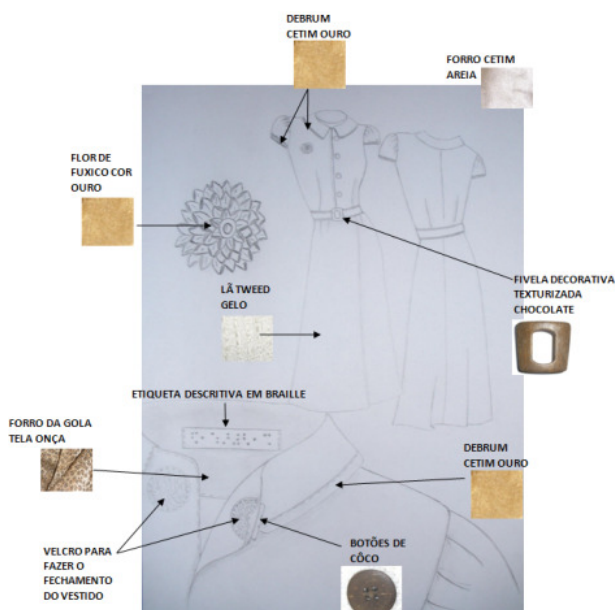


Figura 3: Croqui do vestido



Figura 4 - Modelo utilizando os DOIS projetos ao lado do projetista no 2º Encontro de Moda Inclusiva

4.5 Projeto 2 – Calçado

Calçado destinado às mulheres deficientes visuais que buscam um produto de moda e que se adapte às suas necessidades, dando a elas autonomia na compra e no uso do produto. Produto de alto valor agregado com cabedal em couro bovino e forração em material alternativo à base de PU (Material

sintético semelhante ao couro à base de poliuretano) e couro suíno. Modelo inspirado na década de 50, com um estilo retrô que proporciona conforto através do bico redondo e salto grosso, completando o visual do vestido.

Quadro 7: Materiais aplicados e peculiaridades no projeto do Calçado		
Materiais Utilizados	Descrição	Características
Material principal do cabedal: Tons de Marrom	Couro bovino	Alta absorção de suor, resistência física e mecânica, conforto, bom acabamento, diferentes materiais texturizados.
Material secundário (vivos) Metalizado Ouro	Couro bovino	Estampa metalizada, contrasta com as cores predominantes.
Forração principal Cor Metalizado Ouro	Sintético à base de PU	Descrição: Alta absorção de suor, maciez, semelhante ao couro, baixo custo, textura macia.
Forração secundária (suador) Cor Gelo	Couro suíno	Descrição: Couro suíno com alta absorção de suor, maciez, textura acamurçada.
Ferragens Banho ouro	ZAMAC	Ferragens banhadas à ouro tratadas com resina especial para evitar oxidação.
Solado Cor Bege	Borracha termoplástica TR	Solado injetado em borracha termoplástica (TR) antiderrapante, flexível e durável.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Quadro 8: Peculiaridades do projeto
Desenho de flores recortadas que utilizam vários materiais proporcionando diferentes sensações de tato;
Bico redondo que proporciona maior conforto, mantendo-se no estilo Retrô;
Peça que cruza o dorso do pé mantendo-o bem preso, dando mais segurança ao caminhar. É regulada com velcros, dispensando o uso de cadarços que podem causar acidentes ao usuário;
Solado emborrachado (TR) com desenho aderente ao solo;
Etiqueta metálica fixada no arco da sola com a descrição em Braille das cores, tamanhos e lado. Etiqueta resistente a impactos e a deformações ocorridas pelo uso;
Salto alto e grosso, que proporciona equilíbrio, conforto e elegância;
Parte interna revestida de material alternativo à base de PU (semelhante ao couro à base de poliuretano) e suador (forro do calcanhar) de couro suíno, que possui ótima absorção, além da maciez;
Palmilha possui junções de materiais com espuma látex para amortecimento e conforto dos pés;
Peças ricas em detalhes minimalistas que agregam valor ao produto e aguçam o tato do consumidor.
Desenho de flores recortadas que utilizam vários materiais proporcionando diferentes sensações de tato;
Bico redondo que proporciona maior conforto, mantendo-se no estilo Retrô;
Peça que cruza o dorso do pé mantendo-o bem preso, dando mais segurança ao caminhar. É regulada com velcros, dispensando o uso de cadarços que podem causar acidentes ao usuário;
Solado emborrachado (TR) com desenho aderente ao solo;
Etiqueta metálica fixada no arco da sola com a descrição em Braille das cores, tamanhos e lado. Etiqueta resistente a impactos e a deformações ocorridas pelo uso;
Salto alto e grosso, que proporciona equilíbrio, conforto e elegância;
Parte interna revestida de material alternativo à base de PU (semelhante ao couro à base de poliuretano) e suador (forro do calcanhar) de couro suíno, que possui ótima absorção, além da maciez;

Palmilha possui junções de materiais com espuma látex para amortecimento e conforto dos pés;
Peças ricas em detalhes minimalistas que agregam valor ao produto e aguçam o tato do consumidor.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Os projetos apresentados não geram grandes impactos nos sistemas tradicionais de produção. Sua viabilização não impõe ao processo grandes adaptações, mantendo-se

inclusive a sequência tradicional dos processos. A aplicação de detalhes ou a fixação de etiquetas já são partes integrantes de qualquer projeto de processo de calçado.

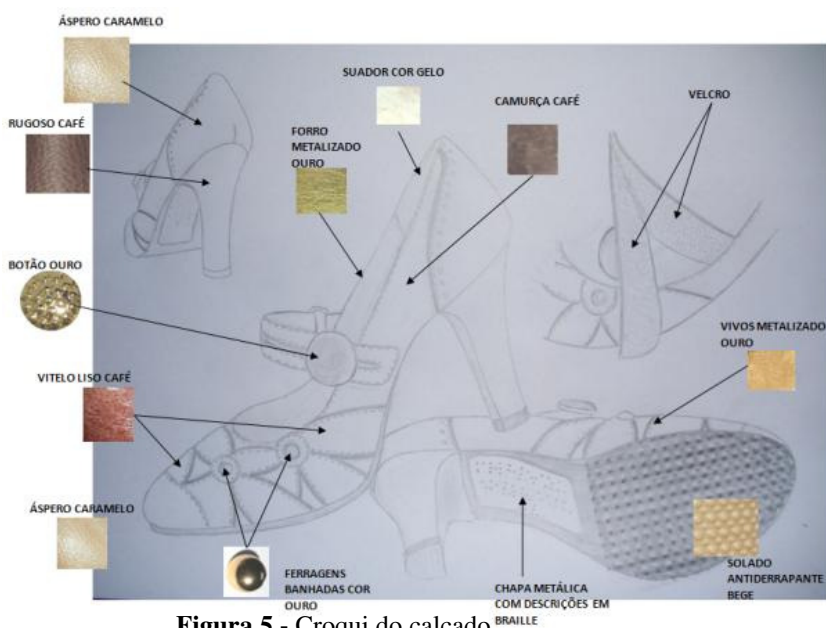


Figura 5 - Croqui do calçado



Figura 6 - Modelo desfilando projeto no 1º Concurso de Design Moda “José Carrara” – Jaú Trend Show

Como quem deve dar a palavra final a todos os projetos é o consumidor, foi feita uma entrevista com a estudante do ensino médio, Letícia Massolini Romaqueli, 17 anos, deficiente visual, da cidade de Dois Córregos/SP. Esta entrevista buscou captar a percepção de uma consumidora de referência para este tipo de produto. Os principais detalhes da entrevistas são:

Qual sua rotina?

“Estou inserida na rotina normal de uma adolescente. De manhã vou pra escola e a tarde vou para a

academia. Também participo de um trio musical e ensaio durante os dias da semana. Adoro estudar inglês e faço aulas de redação. Aos finais de semana, saio com minhas amigas e frequento lugares comuns, como lanchonetes ou pizzarias. Hoje mesmo, estou me preparando para participar de um vestibular.”

O que você sentiu sobre os modelos direcionados ao público deficiente visual?

“Sem dúvida foi muito legal. As peças foram bem elaboradas e direcionadas, buscando nossa autonomia, sem evidenciar as deficiências, mas que pudessem, de alguma forma, ajudar. No meu caso foram as texturas, os velcros e as etiquetas em Braille.”

O que você mais gostou das peças?

“Sem dúvida foram as etiquetas em Braille, tanto do vestido quanto do calçado, mas as texturas dos materiais me ajudaram demais na visualização dos desenhos e do estilo das peças. Embora eu já esteja habituada a usar botões e fivelas, não quer dizer que não tenha algumas dificuldades, pois alguns modelos de sapato possuem furos pequenos para abotoar a fivela e, nessa hora, os velcros ajudaram demais.”

Como você percebe a questão da moda voltada para deficientes?

“Eu acredito que a moda, como vários outros segmentos, estão abrindo espaço para a inclusão. Com certeza, é um assunto que está ganhando visibilidade e credibilidade. A moda é um dos meios que ainda tem muito a ser explorado. Sou uma consumidora exigente e, tenho o direito de cobrar informações sobre as peças que estou comprando.”

Como é sua rotina na hora de se vestir, quanto às cores, combinações e estilos de peças?

Eu já me habituei com as roupas que possuo. Para ir para escola é fácil, pois tenho a blusa do uniforme e uso calça jeans e tênis, então não tem muito segredo. As minhas roupas de academia já estão organizadas na gaveta de uma forma com que eu faço as combinações sozinha mas, às vezes, acontece de eu sair meio “breguinha” usando roupas que não

combinam. Por exemplo, Minhas meias são separadas com elásticos nos pares. Outra das dificuldades é no momento de escolher roupas de festas, por exemplo, eu conto com alguém que descreve cores e detalhes. Na maioria das vezes, as pessoas acham que como sou deficiente visual não tenho o direito de escolher o que me agrada e tentam me induzir a usar qualquer coisa, se esquecendo que antes de ser deficiente visual **sou mulher**, e como qualquer mulher, **tenho vaidade e preferências.**”

Se houvesse loja especializada neste segmento, você consumiria?

“Sem dúvida consumiria. Eu tenho esperança que roupas e sapatos com essas características cheguem ao mercado não só em lojas especializadas mas, quem sabe, em lojas comuns, pois em nenhum momento as peças transparecem a deficiência, e podem ser usadas por qualquer pessoa, com ou sem deficiência.”

Qual seu recado para empresários do segmento?

“Ainda há muito a ser melhorado no mercado da moda adaptada mas, o que realmente as pessoas precisam é de informação. O passo mais difícil já foi dado, que é a discussão ao respeito das pessoas deficientes e a acessibilidade começa ter mais visibilidade. Produtos que auxiliem nas limitações que possuímos é o futuro da moda adaptada, onde estudantes, estilistas e gestores de produção elaboram produtos viáveis que atendam as necessidades dos deficientes.”

5 Os Resultados

Como teste de aceitação, além das discussões com entidades e pessoas deficientes, como a estudante Letícia, os dois projetos foram inscritos em dois concursos,

um apenas de design de moda e outro de moda inclusiva, onde em ambos foram premiados. Foram estes:

1º Concurso de Design

Concurso realizado no Pólo Empresarial Jauense, ligado a Jaú Trend Show, feira de produtores direcionados a calçados femininos, realizada

“José Carrara”



PRÊMIO DESIGN “JOSÉ CARRARA”
DE CALÇADOS FEMININOS- 2009

em novembro/2009, com uma abrangência **REGIONAL**, contando com alunos das entidades, FATEC JAHU, SENAI e SENAC. Este encontro teve como jurados, o estilista **Walter Rodrigues**, o empresário **Valdir Pascoal** e a consultora de design da Assintecal **Tatiana Souza**.

2º Colocado

2º Concurso de Moda Inclusiva



Organizado pelo Governo do Estado de São Paulo, com sua final realizada no Museu da Língua Portuguesa (São Paulo), em junho/2010, com abrangência **ESTADUAL**, envolvendo estudantes de diversas entidades. Tendo como destaque os jurados, a Sra. **Deuzeni Goldman** (Primeira Dama do Estado de São Paulo); a Deputada **Célia Leão**; **Isabel Filardis** (Atriz); **Aline Nóbrega** (Marketing Vicunha Têxtil); **Camila Yahn** (Jornalista); **Thais Terranova** (Terapeuta Ocupacional - Rede Lucy Montoro).

Entre os 20 finalistas

6 Conclusão

O objetivo aqui foi trazer à luz a discussão sobre um tema que vem tomando espaço em muitas áreas, que é a inclusão de pessoas deficientes. Buscou-se em seu contexto incluir projetos de produto e processos, que possam ser efetivamente fabricados, direcionados às deficientes visuais, sem que para isto, perca-se o foco da moda e no design. Estes projetos apresentados podem ser produzidos nos moldes dos sistemas tradicionais de confecção, atendendo às expectativas das consumidoras deficientes visuais, público alvo deste estudo.

Este nicho de mercado, de moda inclusiva, começa a ser discutido e apresentado em eventos que buscam a inserção dos deficientes que, por sua vez, passam a chamar a atenção de empresários

que buscam alternativas para atingir novas parcelas de mercado.

O que se propôs aqui foi demonstrar a possibilidade e a viabilidade de se oferecer produtos voltados para este público, que carregassem consigo características inclusivas de moda sem perder as características funcionais, que facilitam a vida destas consumidoras, mantendo-se os processos tradicionais, com a utilização dos mesmos equipamentos, processos e recursos já existentes.

Buscando uma moda democratizada, possibilitando que as empresas explorem este mercado carente sem perder suas características e visões de moda, este trabalho comprova através dos *feedbacks* o que as consumidoras realmente precisam.

Começa agora um novo desafio às empresas que fabricam roupas ou calçados tradicionais, pois com o aval de estilistas, gestores de produção, políticos e potenciais consumidores, reforça-se ainda mais a

viabilidade de fabricação e comercialização destes produtos, uma vez que é fundamental essa adaptação para um mundo preparado que inclui todas as pessoas, independente de suas limitações.

Referências

BLOISI, Liana. O traje ao longo dos tempos sempre é uma interpretação da personagem em ação. In: LEAL, Joice Joppert; CIACCO, César Francisco. **Um olhar sobre o design brasileiro**. Imprensa Oficial: São Paulo, 2003.

CIACCO, César Francisco. Inovar é um bem social. In: LEAL, Joice Joppert; CIACCO, César Francisco. **Um olhar sobre o design brasileiro**. Imprensa Oficial: São Paulo, 2003.

COLUCCI, Cláudia. **Moda começa a se adaptar ao deficiente**. São Paulo: Folha de São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidian/o/ult95u120702.shtml>>. Acesso em: 29 jun. 2010.

GIL, Marta (Org.), **Deficiência visual**. Brasília: MEC. Secretaria de Educação a Distância, 2000. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me000344.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2010

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Deficientes no Brasil**. Brasília: 2000. Disponível em: <<http://www.cedipod.org.br/Ibge1.htm>>. Acesso em: 30 jul. 2010.

LEAL, Joice Joppert; CIACCO, César Francisco. **Um olhar sobre o design brasileiro**. Imprensa Oficial: São Paulo, 2003.

LEITE, Adriana Sampaio; VELLOSO, Marta Delgado. **Desenho técnico de roupa**

feminina. 2. ed. Rio de Janeiro: SENAC, 2007. 160p.

MARCELO, Fábio. **Processo produtivo dos calçados**. Portal UOL, 2009. Disponível em: <<http://mais.uol.com.br/view/cc6jrfkv4c06/processo-produtivo-dos-calcados-0402396CD8C11346?types=A&>>. Acesso em: 18 jun. 2010.

MENDES, Valerie D.; HAYAE, Amy de la. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MATARAZZO, Claudia, **Vai encarar?: a nação (quase) invisível de pessoas com deficiência**. São Paulo: Melhoramentos, 2009.

POTY, C. **Deficientes visuais mostram poder de consumo**. Teresina: Portal O Dia, 2009. Disponível em: <<http://www.sistemaodia.com/noticias/deficientes-visuais-mostram-poder-de-consumo-13063.html>>. Acesso em: 29 jun. 2010.

REATECH - Feira Internacional de Tecnologias em Reabilitação. **Estatísticas**. Disponível em: <<http://www.feirasnacipa.com.br/reatech2010/estatisticas.asp>>, acessado em: 23/07/2010.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA. **Cara Brasileira: a brasilidade nos negócios um caminho para o Made in Brazil**. Brasília: 2002.

SERAGINI, Lincoln. A marca Brasil. In: LEAL, Joice Joppert; CIACCO, César Francisco. **Um olhar sobre o design**

brasileiro. Imprensa Oficial: São Paulo, 2003.

SLACK, Nigel, et al. **Administração da Produção.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.