

Design de superfície e universal: uma coleção para pessoas com deficiência visual

Actas de Diseño (2021, julio),
Vol. 36, pp. 142-145. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2020
Fecha de aceptación: octubre 2020
Versión final: diciembre 2021

Caroline Stefani Mathias Alves, Vanessa Mayumi Io (*)

Resumo: No processo de desenvolvimento de uma coleção de moda faz-se necessário a utilização de referenciais de design universal e design de superfície que possibilitem um projeto que atenda o maior número de pessoas possíveis. Sob esta perspectiva, este artigo tem como objetivo apresentar possibilidades de inserção do design de superfície e design universal no desenvolvimento de produtos de design de moda voltado para pessoas com deficiência visual.

Palavras chave: Design de Superfície - Design de Moda – Design Universal – Pessoa com deficiência visual - Moda inclusiva

[Resúmenes en inglés y español y currículum en p. 145]

Introdução

De acordo com os dados do censo de 2010 do IBGE, no Brasil 23,9% de sua população apresentam algum tipo de deficiência, sendo 18,8% deficientes visuais, a maior parcela destes dados representadas por pessoas com deficiência visual. Posto isso, a área do Design de Moda necessita explorar possibilidades que insiram a pessoa com deficiência visual e que atenda o maior número de pessoas possíveis em suas coleções.

Para tanto, o recurso visual utilizado para o problema de pesquisa foi a música *Butterfly*, de Loona, onde a letra representa a luta de uma pessoa para crescer e ser livre em meio a sociedade em que vive, representando assim a luta diárias das pessoas com deficiência visual.

Devido a poucas pesquisas na área do Design de Moda voltadas para a área de inclusão de pessoas com deficiência visual por meio de coleções de moda, constata-se a necessidade de realizar esta pesquisa

Posto isso e vinculado à pesquisa do Design Universal, área também pouco explorada pelo design de moda, a pesquisa mesmo tendo como público alvo pessoas com deficiência visual abrange o maior número de pessoas possíveis.

É uma área de expansão, visto que concursos de moda inclusiva realizado pelo governo do estado de São Paulo, no ano de 2019, em sua 11ª edição, são realizados anualmente abarcando a área de criação no design de moda para pessoas com deficiência.

Para tanto, este trabalho discorre sobre a inserção do Design de Superfície e o Design Universal no desenvolvimento de produtos de design de moda voltado para pessoas com deficiência visual PCDV.

Pessoa com deficiência visual e o Tato

Soares (2010) define a deficiência visual na redução ou perda total da capacidade de enxergar, mesmo depois de ter se submetido a algum processo para sua melhoria. Para

classificar os diferentes graus dessa deficiência temos que levar em conta sua intensidade, que vai do leve para a cegueira total. Uma vez que se fala sobre PCDV e sua forma de viver, quando pensamos em veículos de informação ainda mais sobre informação de moda, deve-se pensar que mesmo tendo acesso às mídias de moda como revistas e sites esta deve ser adaptada para uma forma exclusiva de comunicação, o que muitos ainda estão em falta, mas não quer dizer que não têm acesso a elas por outros meios, afinal as pessoas ao seu redor também são sua fonte de informação e comunicação. É através dessas pessoas que eles sabem o que está na moda e como as pessoas se comportam em relação a ela. Segundo Bononi, Domiciano e Menezes (2016), a maior dificuldade de uma PCDV ao se vestir é fazer as combinações de peças, cores e modelos de roupas. Muitos pensariam que pela falta de visão, sua família ou amigos comprariam para eles ou os acompanhariam, mas segundo o estudo de Freitas e Pinto (2011, p.254) “parece não haver uniformidade de preferência quanto a ir à loja sozinho ou acompanhado.” Visto que se encontrado alguém em que confie para lhes dizer tudo o que eles querem e precisam saber.

Para PCDV, uma vez que o seu sentido de visão é excluído, eles têm que utilizar mais de seus outros sentidos, tentando de alguma forma melhorá-los para que possa de algum jeito substituir o que lhes foi privado. Portanto, um dos sentidos utilizados pela PCDV é o tato, este representado por diversos órgãos, podemos dizer que todo o corpo pode sentir tudo o que o toca, mas as mãos são as que mais trazem sensações de toque uma vez que é com ela que tocamos objetos e tudo ao redor.

O tato faz parte dos cinco sentidos do corpo humano sendo eles: visão, audição, olfato, paladar e tato, que são fundamentais para nossa percepção do mundo e que formam nosso sistema sensorial. Cada um desses sentidos, juntos ou separados, tem a capacidade de nos levar para um momento ou nos trazer uma sensação, ativando nossa memória.

O ser humano, por instinto, gosta de tocar as coisas – pegar, segurar, apalpar, deslizar as mãos pra lá e para cá sobre um objeto. É uma maneira de apreciar as formas físicas e se assegurar de que algo é concreto. O tato é assimilado pelo maior órgão do corpo humano, a pele, sendo ele também responsável por percebermos as reações climáticas e físicas nos ambientes que estamos. (Oliveira e Braga, 2013).

Fazer o uso de diversas texturas na tentativa de ser o mais próximo de sua representação por meio da sensação, remete a proximidade com a realidade auxiliando a PCDV na identificação, por meio de sua memória sensorial. Para tanto, a utilização do Design de superfície é um método que facilita esta comunicação na moda por diversas experimentações táteis em diferentes texturas, conforme retrata Oliveira e Braga:

Não basta ver. É preciso também tocar, sentir o aroma, ouvir e até degustar. Isso tudo com um significado verdadeiro embutido, sem precisar trabalhar diretamente com todos os sentidos. (Oliveira e Braga, 2013).

Design de Superfície e Design Universal

O Design de Superfície é uma área do design voltada para a projeção de desenhos e de diversas texturas, bi e tridimensionais, para toda e qualquer tipo de superfície, definida por Rüttschilling (2008) além do elemento bidimensional, onde a superfície é formada por uma estrutura intrínseca que confere a sua auto sustentação determinando sua existência, constituindo o próprio objeto, pois não depende de outro suporte. Assim, a construção de diversas superfícies possibilita explorar o sensorial tátil de todas as pessoas, incluindo a pessoa com deficiência visual.

A moda possui forte apelo visual para aqueles que a desenvolvem e mais ainda para os que a consomem, porém, uma peça de roupa não é somente algo visual, ela pode trazer experiências sensoriais que estimulam outros sentidos, adquiridos por meio do toque que determinados tecidos proporcionam, como também o olfato que vem sendo empregado em diversos produtos e marcas (Bononi, Domiciano e Menezes, 2016).

Em uma coleção de moda é possível utilizar o recurso do Design de superfície para estimular de forma visual e tátil a coleção, utilizando de recursos do design universal, atendendo o maior número de pessoas possíveis. O designer de superfície, conforme conceitua Rüttschilling (2008), se ocupa do projeto e criação de texturas visuais e táteis, contribuindo na constituição e promoção de qualidade das superfícies através de soluções estéticas se funcionais, dependendo do contexto sociocultural e das possibilidades produtivas.

O Designer de Superfície é um profissional que se ocupa do projeto e da criação de texturas visuais e táteis que irão construir ou prover qualidades às su-

perfícies por meio de soluções estéticas e funcionais, considerando o contexto sociocultural e as possibilidades de produção, levando em conta a adequação aos diferentes materiais e processos de fabricação. (Bononi, Domiciano e Menezes, 2016).

Fazer uso do alto relevo e diferentes texturas para criar estampas além de priorizar a praticidade e o conforto dessas pessoas, os leva a estimular ainda mais seus sentidos trazendo o interesse e a compreensão do que procuram ao ter um contato com uma peça do qual eles podem apreciar sua superfície e identificá-la.

Além do DS, outro recurso que facilita a inclusão de um maior número de pessoas possíveis em uma coleção é a utilização do Design Universal como ferramenta, a fim de elaborar projetos que atendam o maior número de pessoas possíveis.

Segundo Case (2003), o Design Universal surgiu primeiramente na área da arquitetura e tinha como objetivo adaptar/criar um jeito para pessoas deficientes se locomoverem com melhor acesso, ou seja, desenvolvendo um novo método de design e com novas adaptações para a área. Com o tempo, o design universal foi se espalhando para outras áreas do design, uma vez que os designers constataram a contribuição não apenas para pessoas com deficiência. A autora ainda define o DU em sete princípios: *Uso Equitativo* junto a *Flexibilidade no Uso*, é possível conseguir que o produto ou estrutura seja usável para todos. Empregar da *Simplicidade e Intuição* das pessoas para um rápido entendimento de uso e quando necessário usar *Informações Perceptíveis* para fornecer o entendimento fazendo uso da *Tolerância por Erro*, e assim prover um *Baixo Esforço Físico* e que tenha uma *Abordagem de Uso* adequado para as variações de suas necessidades. Juntos esses princípios propõem criar produtos que se adequem a toda e qualquer pessoa permitam melhor acesso junto à inclusão. Mesmo que nem todos esses princípios se adequem para todas as criações de produtos, projetar de uma forma a alcançá-los já é pensar em design universal. Pensar em Design de Moda junto do Design Universal é uma forma de não só adaptação para pessoas com deficiências (PCD) mas projetar para um grupo de pessoas pensando em um todo descobrindo formas de incluir apenas mudando os processos de construção e tornando o produto flexível para atender ao maior número de pessoas possível.

K-pop e loona com butterfly

Dentre todos os gêneros musicais, há várias vertentes de um mesmo gênero como o pop, que tem o *britpop* (ou pop britânico) e muitos outros, porém falaremos sobre o *kpop*, ou simplesmente o pop sul-coreano, que podemos considerar relativamente novo já que ele não tem nem trinta anos.

Embora esse termo tenha pop, é usado quando se está falando sobre música em geral para aqueles que não conhecem suas outras faces, englobando todos os outros gêneros, o kpop não é um gênero musical, mas sim um conceito sobre música que as pessoas não compram

apenas como um produto, mas interpretam para usar de acordo com seu estilo de vida, por exemplo khiphop ou khh. Esse termo também pode ser usado quando se está falando da parte de mídia, como os *doramas* (esses seriam uma mistura do que chamamos de séries e novelas), shows de variedades, filmes, etc.

O *kpop* vem se espalhando pelo mundo aos poucos e só foi mais conhecido fora da Ásia por volta de 2009, com os grupos que iniciaram o que os *kpopers* chamam de Onda Hallyu (aqui esse termo será usado se referindo apenas sobre a música), esses grupos seriam Super Junior, Girls Generation, Kara, Big Bang, 2EN1 e Shinee, etc. Porém o *kpop* só foi realmente conhecido na parte ocidental em 2012 com Gangnam Style do PSY, que se tornou uma febre ao redor de todo o mundo e agora se consolidou nos EUA com o grupo BTS.

O pop sul-coreano não está se tornando popular apenas pela música e sim por sua estética, com seus MVs (vídeos musicais ou videoclipes) bastante elaborados e cheios de conceitos e também com as coreográficas de suas músicas que fazem de sua performance um verdadeiro número artístico.

Dentre toda essa gama de grupos e seus conceitos, Loona (이달의 소녀) ou simplesmente Garota do Mês, lançaram no início de 2019, a música Butterfly que tem como conceito a comparação de mulheres e sua libertação com a metamorfose de uma borboleta.

A tradução da música fala sobre abrir suas asas para ir a algum lugar melhor. E em seu conceito, Loona quis dizer que essa música se encaixa para todas as pessoas do mundo, sem se importar com gênero, etnia ou nacionalidade. Em uma entrevista para a MTV News, uma das integrantes de Loona, Chuu (2019), a música é um show de força e determinação feminina, e que o conceito de Butterfly, busca superar os obstáculos e voar para cima junto de sonhos e esperanças.

Metodologia

A presente pesquisa teve como embasamento teórico a busca em repositórios público, livros, entrevistas, vídeo clipe, a fim de criar um arcabouço teórico que possibilitasse a criação de uma coleção de moda acessível não só para as PCDV, como atender o maior número de pessoas possíveis.

Para a superfície foram selecionadas várias técnicas de sobreposição de tecidos e aplicações, buscando de diferentes texturas para melhor entendimento e representação de cada família e sua mensagem.

O conceito da coleção retrata a música *Butterfly* de Loona, na qual seu narrador fala para si mesmo sobre enfrentar o mundo e que seus sonhos podem se tornar realidade se criar coragem de enfrentar/olhar o mundo ao redor e abrir suas asas para as oportunidades, isso se comparando com as fases de uma borboleta, juntando todo o significado por trás da música com a reflexão da vida das PCDV, as 5 famílias criadas pela pesquisadora retrata as fases de uma borboleta: Lagarta, Casulo, Metamorfose, Borboleta e o Voo da borboleta.

A coleção foi desenvolvida com texturas e os croquis base com relevo em EVA e todas as ilustrações táteis, utilizando de tecidos presentes na coleção. Os textos foram gravados por audiodescrição com toda a história da coleção.

Para o projeto foram realizadas etapas com um cronograma de execução.

Cronograma de atividades do projeto

- Pesquisa teórica sobre o problema e tema
- Definição do conceito
- Pesquisa textual e imagética sobre as tendências de moda
- Marca e logomarca
- Manual de identidade visual da marca
- Pesquisa sobre o público alvo da marca + painel do público alvo
- Painéis semânticos do conceito (principal)
- Painéis semânticos sobre tendências de moda
- Definir cartela de cores
- Croquis da coleção (geração de alternativas - 90 looks em esboços coloridos com estudo de coordenação de cores)
- Estudo antropométrico (medidas base para produção da modelagem);
- Mix de Moda e de produto;
- Seleção dos melhores 30 looks e seleção dos confeccionados
- Modelagem dos protótipos
- Costura final
- Cartela de tecidos
- Cartela de aviamentos
- Cartela de beneficiamentos
- Release da coleção
- Ideias de encadernação
- Cronograma de execução do Projeto Final;
- Protótipo de dois looks (um necessariamente deve ser vanguarda) com desenho - frente e costas - e fichas técnicas;
- Revisões finais e impressão
- Entrega dos materiais que compõem o Book e protótipos
- Correções teóricas da pré-banca (TEXTOS, REFERÊNCIAS)
- Correções imagéticas da pré-banca (PAINÉIS, MANUAL DA MARCA, CARTELAS)
- Correções de modelagem
- Confeção dos looks finais
- Elaboração dos croquis
- Elaboração dos desenhos planejados
- Elaboração dos croquis físicos
- Diagramação do book impresso
- Elaboração das ambientações com textura
- Diagramação do book digital e versão da biblioteca
- Elaboração do texto para a audiodescrição
- Entrega dos materiais
- Banca final
- Correções da banca final
- Entrega do comprovante de depósito na biblioteca

Considerações finais

Buscar diferentes fontes de pesquisa e ferramentas para desenvolver a coleção de moda que pudesse inserir a PCDV facilitou o processo criativo, tanto na geração de conteúdo como recursos palpáveis da coleção.

Em projetos é importante inserir a utilização do Design Universal, sempre atento a projetar para o maior número de pessoas possíveis.

A opção pela audiodescrição ocorreu pelo fato de muitas PCDV não terem acesso a leitura em Braille, afinal não são todas as pessoas que utilizam desse recurso.

Por fim, ressalta-se que esta pesquisa apresenta os resultados do trabalho de conclusão de curso da autora. Contudo, os resultados obtidos demonstraram a importância de projetar utilizando de ferramentas que possibilitem a inclusão do maior número de pessoas possíveis em suas coleções de moda.

Referências

- Almeida, M.C. de; Carijó, F.H. Kastrup, V. *Por uma estética tátil: sobre a adaptação de obras de artes plásticas para deficientes visuais*. Fractal: Revista de Psicologia, [s.l.], v. 22, n. 1, p.85-100, abr. 2010. FapUNIFESP (SciELO).
- Bononi, J.; Domiciano, C.L.C.; Menezes, M.S. *A criança com deficiência visual: a contribuição do vestuário e do Design de Superfície na percepção tátil infantil*. Dapesquisa, [s.l.], v. 11, n. 16, p.212-227, 9 set. 2016. Universidade do Estado de Santa Catarina.
- Butterfly. Intérpretes: Loona. *Ao Redor do Mundo: Blockberry Creative*, 2019. P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XEOCbFjRw0>>. Acesso em: 07 maio 2019.
- Case, B.J.. *Universal Design*. Disponível em: <http://images.pearsonassessments.com/images/tmrs/tmrs_rg/UniversalDesign.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2019.
- Farina, M.; Perez, C.; Bastos, D.. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 6. ed. São Paulo: Edgard Blucher Ltda, 2011.
- Freitas, R.O.T. de. *As ações comunicacionais táteis no processo de criação do design de superfície*. 2009. 115 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <<https://tede.pucsp.br/handle/handle/5261>>. Acesso em: 26 jun. 2019.
- Freitas, R.C. de; Pinto, M.R.. *Aspectos simbólicos da experiência de consumo de roupas de deficientes visuais*. Percursor Acadêmico, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p.243-269, maio 2011. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/percursoacademico/article/view/2276/3861>>. Acesso em: 16 jan. 2019.
- IBGE 2010. *Censo Demográfico 2010*. IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000008473104122012315727483985.pdf>>. Acesso em: 06 mar.2019.
- Micheletto, F.S.M.. *Ensino de Arte para alunos com deficiência: Relato dos professores*. 2009. 91 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Educação, Unesp - Campus de Marília, Marília, 2009. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Educacao/Dissertacoes/micheletto_fsm_me_mar.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2019.
- Oliveira, R.M de; Braga, N.P. *Os Cinco Sentidos no Marketing: A Importância dos Estímulos Multissensoriais para Despertar a Emoção e Gerar Inclusão Social*. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, Não use números Romanos ou letras, use somente números Arábicos., 2013, Bauru. Anais... . Bauru: Intercom, 2013. p. 1 - 14. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0514-1.pdf>>. Acesso em: 27 jun. 2019.
- Ruthschilling, E.A. *Design de Superfície*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- Sekeff, M.L. *Da música: seus usos e recursos*. São Paulo: Editora Unesp, 2002.
- Soares, L.S. *A construção da imagem corporal da mulher deficiente visual*. 2010. 64 f. Monografia (Especialização) - Curso de Especialização em Arte, Corpo e Educação, Ufrgs, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/22834>>. Acesso em: 16 jan. 2019.
- Vieira, J.A. *TEORIA DO CONHECIMENTO E ARTE*. Revista Música Hodi, v. 9, n. 2, p.11-24, set 2010. Disponível em: <<https://revistas.ufg.br/musica/article/view/11088/7310>> . Acesso em: 18 mar. 2019.
- Resumen:** En el proceso de desarrollo de una colección de moda es necesario utilizar puntos de referencia de diseño universal y diseño de superficie que permitan un proyecto que sirva al mayor número de personas posible. Desde esta perspectiva, el presente artículo tiene por objeto presentar las posibilidades de insertar el diseño de superficie y el diseño universal en el desarrollo de productos de diseño de moda destinados a personas con discapacidad visual.
- Palabras clave:** Diseño de superficie - Diseño de moda - Diseño universal - Persona con discapacidad visual - Moda inclusiva
- Abstract:** In the process of developing a fashion collection it is necessary to use universal design benchmarks and surface design that enable a project that meets the greatest number of people possible. From this perspective, this article aims to present possibilities of inserting surface design and universal design in the development of fashion design products aimed at people with visual impairment.
- Keywords:** Surface Design - Fashion Design - Universal Design - Visually Impaired Person - Inclusive Fashion
- (*) Caroline Stefani Mathias Alves:** Graduada em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas, Câmpus Passos - IFSULDEMINAS. E-mail: carolinecarzzy@gmail.com. **Vanessa Mayumi Io:** Professora no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, Mestre em Design pela UNESP – FAAC, Especialista em Psicopedagogia pela Universidade de Franca e Graduada em Design de Moda pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo - FEBASP. E-mail:vanessa.mayumi@ifsuldeminas.edu.br