Vestuário inclusivo: a adaptação do vestuário às pessoas com necessidades especiais.

Inclusive Clothing: The adaptation of clothing for people with special needs.

Silvia Woltz – silviawoltz@hotmail.com
Miguel Ângelo Fernandes Carvalho – Univ. do Minho – migcar@det.uminho.pt

Resumo

Este estudo teve como objetivo principal demonstrar a possibilidade de inclusão social de pessoas com necessidades especiais através da moda e do vestuário. Para isso, com base em estudos ergonômicos do corpo humano e em uma aproximação com o público alvo, procurou-se desenvolver o vestuário inclusivo, adaptado às necessidades especiais dos deficientes físicos, porém com as mesmas características de um vestuário comum, visando aumentar a participação destes indivíduos na sociedade, aumentando a sua auto-estima e qualidade de vida. Apresentam-se ao final os experimentos realizados, que resultaram em protótipos do vestuário inclusivo, o que permitiu a observação da real capacidade de aumentar a auto-estima dos usuários e a sua segurança para interagir socialmente.

Palavras-chave: vestuário inclusivo; modelagem adaptada; vestuário ergonômico.

Abstract

The main goal of this study is to demonstrate the possibility of social inclusion for people with special needs through fashion and clothing. For this, based on ergonomic studies of the body and in an approaching with the disabled people, the Inclusive Clothing was developed, adapted to the special needs of the people with disabilities, but with same characteristics of ordinary clothing, willing to increase their participation in society, increasing their self-esteem and quality of life. In the end, the prototypes of Inclusive Clothing are presented, what allowed the observance of its real ability of increasing the self-esteem of the users and their capability of socially interacting.

Key-words: inclusive clothing; adapted patterns; ergonomic clothing.

Introdução

Com o aumento do interesse e da realização de reflexões acerca da moda, cresce a consciência coletiva sobre a importância deste fenômeno e sua capacidade de interagir na inclusão ou exclusão de pessoas de seus respectivos grupos. A partir do momento em que uma pessoa fica privada de usar as roupas que gostaria, perde parte da capacidade de expressar a sua personalidade por meio do vestuário. Ainda, sua habilidade em interagir socialmente também é diminuída, já que o vestuário é uma forma de demonstrar a concordância de um indivíduo com os outros de seu grupo.

Assim, percebe-se que é possível um aumento da possibilidade de inclusão social de pessoas com necessidades especiais pelo uso de vestuário adequado às suas características e gostos, com um conseqüente aumento da qualidade de vida e da segurança para interagir com outros membros da comunidade.

Propõe-se, portanto, desenvolver um tipo de vestuário diferenciado, inclusivo, que responda às necessidades especiais dos deficientes físicos e que possa permitir que usufruam da experiência do vestuário, trazendo melhorias na sua qualidade de vida, não apenas do ponto de vista prático e funcional, mas, sobretudo, do ponto de vista das relações interpessoais.

A moda e a experiência do vestuário

Na sociedade contemporânea, a moda assume o importante papel de "veículo" de emoções e expressão de idéias, por meio do qual os usuários demonstram ou escondem seu estado de espírito, apóiam ou criticam ideologias. Sobre isso, Peclat (1) diz que "o vestuário utilizado por uma pessoa fala muito sobre ela, tem normalmente a capacidade de indicar o *status* social e econômico, a classe à qual uma pessoa pertence ou o grupo do qual faz parte ou gostaria de fazer". Barnard (2) reforça essa idéia ao afirmar que, "através da moda, das roupas e do vestir, a posição de um indivíduo dentro de uma ordem social é comunicada e experimentada".

Como fenômeno que interfere e muitas vezes é determinante para o envolvimento social dos usuários, a moda é, antes de tudo, um fator que deve ser considerado dentro dos estudos acerca da sociedade. Se analisadas as opiniões dos estudiosos acerca da moda e das suas funções, percebe-se a presença comum de um fator sociológico importante, relativo ao poder que este fenômeno tem em unir ou

excluir pessoas e a sua capacidade de expressar as características individuais de seus usuários. Por exemplo, para Barnard (2), a moda tem funções de dois tipos: culturais e materiais. As funções culturais referem-se à comunicação de uma posição social ocupada, expressão individual de sentimentos, representação de *status* social, representação de papel social, da classe à qual pertence, representação de *status* econômico, representação do poder, entre outros. Por sua vez, as funções materiais estão relacionadas com a necessidade de proteção do clima e de pequenas agressões físicas.

Para Kawamura (3), que analisa a moda como um fenômeno social, a moda tem quatro dimensões, que tomaram forma a partir da sua origem: a imitação de um determinado padrão ou tendência; a distinção de classe econômica; o hábito social, enquanto pertencente a um determinado grupo, e a seleção coletiva, que determina quem pode ou não pertencer a esse determinado grupo. Com isso, pode-se perceber que "estar na moda" pode ser muitas vezes imprescindível para fazer parte de um determinado grupo, ou mesmo para poder interagir e estabelecer canais de comunicação com outras pessoas.

Assim, pode-se entender a grande influência que a moda exerce na satisfação individual e no poder de interação dos indivíduos. E uma das formas mais comuns por meio da qual as pessoas entram em contato com a moda é o vestuário, que é uma das suas facetas mais visíveis. O processo de escolha, compra e uso do vestuário pode ser extremamente aprazível e traz inúmeras contribuições ao bem-estar da pessoa que o vivencia. Além disso, é importante referir que é um sistema que no seu todo está conectado a questões psicológicas e sociológicas, em virtude das sensações de prazer e satisfação que proporciona, e também à sensação de inclusão, por possibilitar que a pessoa faça parte de um grupo que compartilha dos mesmos gostos e estilos. Daí ter se criado a expressão "experiência do vestuário", por meio da qual os indivíduos podem experimentar a satisfação de se vestirem como o desejado, de acordo com suas mais íntimas intenções.

O ato da escolha da peça, entre todas as oferecidas pelo mercado até que se encontre a mais adaptada ao principal objetivo, seja este qual for, é muito importante. Segundo Veltri (4), falando sobre um estudo realizado acerca da atividade cerebral no momento da compra, "parece que a primeira parte a ativar-se quando se é apresentado um produto é o *nucleus acummbes*, uma área do cérebro que muitas vezes é considerada

o centro do prazer”. Logo, pode-se perceber que o ato da compra está intimamente ligado com a sensação de prazer.

A habilidade de escolher entre as opções oferecidas também pode trazer um sentimento de adequação que não pode deixar de ser citado. Qualquer pessoa que já tenha usufruído uma boa forma corporal pode entender o quanto satisfatório pode ser a escolha entre as opções do mercado, já que é normal que todas as peças se ajustem em um corpo em forma, que condiz com os padrões atuais de beleza. Já um deficiente físico, por exemplo, não pode escolher entre as opções oferecidas pelo mercado atual, pois suas formas são diferentes; logo, ele se sente fora dos padrões, e a tentativa frustrada de encontrar alguma peça de roupa que se adapte ao seu corpo serve para aumentar ainda mais a sensação de desajuste perante padrões preestabelecidos.

Sobre este assunto, Barr (5) diz que “as atitudes realmente fundamentais na escolha das roupas – associadas ao desejo de conformar-se, conforto, economia, impulso artístico e auto expressão através da sexualidade e feminilidade – acontecem tão positivamente e tão difusamente que parecem ser universais”. Ou seja, a experiência do vestuário, e o ato de escolha das peças como parte desta, é um processo reconhecido mundialmente como tendo resultados positivos e bases sociais e psicológicas.

Além disso, a possibilidade de usar uma peça do vestuário nova é muito agradável, como é de senso comum. O indivíduo, vestindo-se com a peça que escolheu e podendo, assim, estar de acordo com as suas próprias expectativas e com as expectativas do seu grupo, sentir-se-á satisfeito com sua imagem; por conseqüência, sua auto-estima se elevará, melhorando inclusive a sua qualidade de vida.

Para Mora (6), “um dos motivos que levam uma pessoa a seguir a moda é o desejo de renovar a sua imagem, um desejo que corresponde a um dos mais importantes imperativos culturais da modernidade”. Dessa forma, quando uma pessoa decide seguir a movimentação da moda, ela opta pela compra de peças que lhe permitam estar em sintonia com determinada tendência, modificando ou renovando sua imagem de acordo com o desejado.

Entretanto, quando essa pessoa é impossibilitada de seguir a moda, ela é, ao mesmo tempo, impedida de acompanhar as mudanças da sociedade, e atualmente muitos são os grupos alheios aos benefícios que “estar na moda” pode trazer. Para as pessoas que apresentam alguma necessidade especial, por exemplo, o acesso à moda é

restrito, e elas normalmente não podem usufruir a “experiência do vestuário”. Também a forma como a produção do vestuário se dá atualmente, com base em tabelas de medidas e levando em consideração estereótipos de beleza preestabelecidos pela sociedade contemporânea, praticamente não dá espaço à produção voltada às pessoas com necessidades específicas.

Thorén (7), que realizou uma pesquisa sobre as dificuldades de compra enfrentadas pelos deficientes, relata que “muitos consumidores têm tido dificuldades em encontrar roupas adequadas. Principalmente, esse é o caso de pessoas cujos corpos não são considerados estereotípicos. Suas figuras não servem em roupas feitas de acordo com o atual sistema de medidas” Afirma ainda que “muitas pessoas com dificuldades físicas não se encaixam dentro do sistema atual de medidas. A maioria tem a necessidade de adaptação individual de suas roupas”. Portanto, percebe-se que as pessoas com necessidades especiais, que talvez sejam aquelas que mais fazem esforços para adequar-se e conformar-se em relação à sociedade, são justamente as que mais sofrem para alcançar tal objetivo, em virtude da inadequação do sistema atual às suas necessidades especiais.

Se levado em conta o fato de que a deficiência física não condiz com os padrões atuais de beleza, pode-se perceber ainda mais a importância que o vestuário representa na vida dessas pessoas. Esses indivíduos fazem mais esforços que as pessoas não deficientes no sentido de se vestirem bem, como uma forma de compensarem a sua deficiência e tentarem amenizar a sensação de fazer parte de um grupo excluído da sociedade.

Os produtores do vestuário ainda não se ocupam das necessidades especiais de determinados grupos que poderiam ser importantes nichos de mercado, como os deficientes físicos, dada a sua importante presença na sociedade. Segundo Meinander e Varheenmaa (8), “comparados com a maioria da população, os requerimentos especiais das pessoas com deficiências são diferentes, e a oferta local de produtos especiais é normalmente limitada”. Dessa forma, as pessoas portadoras de necessidades especiais não podem experimentar o vestuário na sua complexidade, pois a oferta de produtos voltados para este grupo é praticamente inexistente. Sobre isso, Thorén (7) diz que “o desejo dominante entre pessoas deficientes é o de poder escolher entre as roupas disponíveis no mercado, como qualquer outro cidadão”.

Entretanto, não existe apenas a escassez da oferta de vestuário próprio para as pessoas deficientes como barreira à sua experimentação do vestuário. As dificuldades econômicas, as barreiras físicas, bem como a atitude dos vendedores, muitas vezes preconceituosa, em decorrência da falta de informação e de conhecimento sobre a questão, são também problemas a serem enfrentados. Outro aspecto importante a ser citado é a crescente oferta de produtos específicos via internet, provavelmente concebida para evitar propriamente todos os obstáculos físicos que essas pessoas enfrentam. Alguns desses sítios oferecem somente a venda de modelagens específicas, outros visam à venda de peças prontas e outros acessórios. Geralmente, as peças apresentam formas muito amplas e deixam a sensação de fora de moda. A maioria das alterações que oferecem são simplesmente aberturas nas costas ou velcro para o fechamento, em vez de botões, elásticos na cintura para as calças, modelagens antigas, em estilo esportivo.

Além disso, na maioria das vezes em que se encontram peças próprias para deficientes físicos, as modificações feitas para responder às necessidades especiais do público-alvo são normalmente bastante visíveis e acabam muitas vezes por evidenciar ainda mais as deficiências. Sobre isso, Thorén (7) afirma que “a maioria deles (deficientes físicos) não quer comprar roupas especiais para pessoas deficientes, eles parecem ter medo de serem rotulados através de suas roupas”. Muitas vezes as roupas adaptadas acabam por segregar ainda mais ao invés de incluir, pois com suas adaptações salientam as características que muitos dos deficientes desejam esconder. Thorén (7) refere ainda que “o valor simbólico das roupas é tão importante quanto os seus valores funcionais”. Isso demonstra que é preciso também não esquecer que o vestuário não deve apenas ser confortável e funcional, mas deve satisfazer também às necessidades de auto-estima e bem-estar que as pessoas procuram ao comprar uma peça.

Mas, afinal, por que participar da moda e experimentar o vestuário é tão importante para pessoas com alguma necessidade especial? Porque a moda, por meio da sua face mais visível, o vestuário, é um importante canal de comunicação que permite que os indivíduos sejam avaliados e aceitos ou não por outros. Para Bovone (9), “a aparência e o vestuário dos outros influencia nossa percepção a respeito destes antes de qualquer coisa que eles digam. Ao formar-se a decisão em iniciar qualquer tipo de contato, nós avaliamos a aparência externa da pessoa”. Ainda, a moda tem a capacidade de elevar a auto-estima de uma pessoa e fazer com que se sinta bem ou não consigo

mesma. Segundo Crane e Bovone (10), “o vestuário tanto afeta quanto expressa nossas percepções sobre nós mesmos”. Assim, percebe-se que para os indivíduos que apresentam necessidades especiais a moda, como canal de comunicação e fenômeno sociológico, é um importante fator que pode ajudá-los na interação com a sociedade, ou, dependendo de como eles se relacionam com a moda e como se vestem, o efeito pode ser o oposto, levando-os a se sentirem cada vez mais excluídos e sem condições de estabelecer contato com outros de sua comunidade.

Portanto, deseja-se, com o estudo da moda e de sua habilidade em influenciar os indivíduos, perceber que a experiência do vestuário é um canal por meio do qual podem ter contato com a moda e que esta experiência pode trazer muitos benefícios àqueles que a experimentam. Sobre os efeitos positivos que participar da experiência do vestuário pode ter sobre uma pessoa, Peclat (1) registra:

> Cada esforço para encontrar soluções para os problemas de vestuário encarados pelas pessoas com deficiência pode dar-lhes a oportunidade de aproveitar o processo de escolha de suas próprias roupas. Isso pode também dar-lhes confiança, restaurar sua dignidade e fazer com que sintam-se realmente parte da comunidade.

Pela adaptação do vestuário às especificidades dos portadores de necessidades especiais, nomeadamente os usuários de cadeiras de roda, promove-se a inclusão destes indivíduos, aumentando a sua qualidade de vida e auto-estima e incrementando a sua capacidade de estabelecer relações interpessoais. Dessa forma, o vestuário torna-se inclusivo, pois atinge a capacidade de melhorar a comunicação entre os portadores e os não portadores de necessidades especiais.

O vestuário inclusivo: experimentos

Para o desenvolvimento do vestuário inclusivo partiu-se de dois pontos-chave: o conhecimento do público-alvo e o estudo da ergonomia do vestuário, que serviriam de base para a realização de modificações ao vestuário comum, tornando-o adaptado aos portadores de necessidades especiais motoras.

A aproximação do público-alvo deu-se por intermédio da Associação Portuguesa de Deficientes, nomeadamente de três dos seus membros – Olívia, Toni e Mila –, que se disponibilizaram a participar e orientar o desenvolvimento das adaptações. Com base em uma entrevista grupal realizada e com a convivência com os colaboradores, pôde-se estabelecer as primeiras modificações a serem realizadas. Um estudo sobre as principais causas das deficiências físicas também foi realizado, sempre contando com o apoio e orientação dos colaboradores do projeto, com o intuito de perceber as características mais comuns deste grupo. Após esta fase, partiu-se para a realização de um estudo do corpo humano, comparando características que se modificam quando este assume a posição sentada. Este estudo foi de grande importância por permitir a realização de adaptações ao vestuário comum, desenvolvido para o corpo que assume a posição em pé, para a posição sentada, com grande embasamento ergonômico, assim permitindo sempre aumento de conforto.

Na Figura 1 pode-se visualizar como foram feitas as comparações, que posteriormente seriam traduzidas em adaptações na modelagem.

Figura 1 – Comparação entre o corpo nas posições em pé e sentado.

Podem-se perceber principalmente um encurtamento e alargamento do tronco, alargamento dos quadris, achatamento e alargamento das coxas, bem como a posição

flexionada do joelho, que se torna praticamente constante, e também a posição flexionada dos cotovelos, que, em razão do apoio da cadeira de rodas, também se torna bastante recorrente.

Após a análise das alterações sofridas pelo corpo na mudança de posições, traduziram-se essas alterações em adaptações feitas na modelagem das peças comuns, para torná-las modelagens ergonômicas, adaptadas ao corpo sentado. Pode-se observar na Figura 2 um exemplo de modelagem de um blazer feminino, adaptada com base nas observações recolhidas durante o estudo.

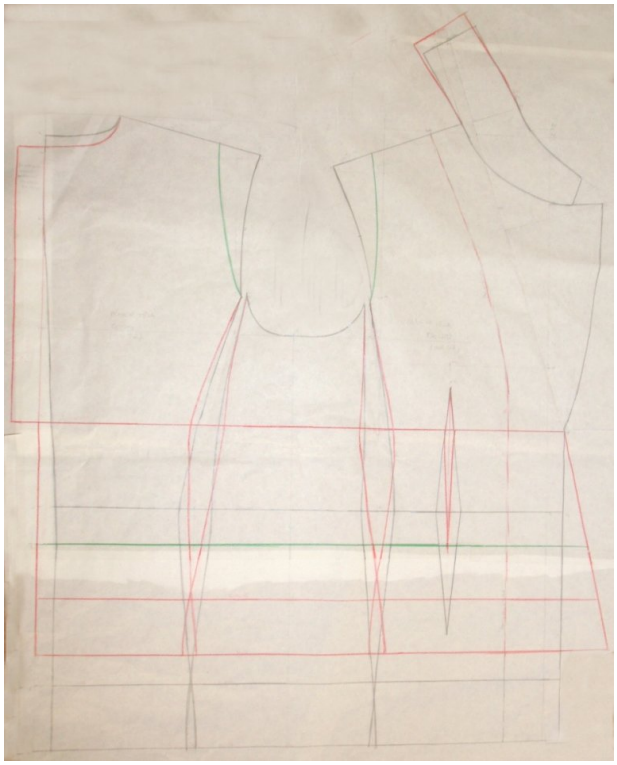

Figura 2 – Adaptação da modelagem de um blazer feminino.

Com a realização de adaptações nas modelagens, pôde-se obter, então, o vestuário inclusivo, que a título de experimento foi desenvolvido para dois colaboradores da Associação Portuguesa de Deficientes, Toni e Mila, os quais aprovaram de forma muito aberta os resultados. Na Figura 3 podem-se visualizar os resultados finais do experimento, com ambos os colaboradores vestindo as peças do vestuário inclusivo, as quais lhes foram presenteadas posteriormente.

Figura 3 – Modelos usando o vestuário inclusivo.

Nesta fase experimental foi possível comprovar que se pode promover a inclusão das pessoas com necessidades especiais por meio do vestuário. Os modelos sentiram-se bem vestidos para qualquer ocasião, como disse um deles, demonstrando o aumento da sua autoconfiança.

Foi ainda possível verificar que todas as conclusões reunidas no decorrer do estudo em relação às adaptações necessárias no vestuário permitiram desenvolver um vestuário inclusivo, bastante confortável e de acordo com as especificidades dos utilizadores. Além disso, percebeu-se ainda que as adaptações realizadas são passíveis de aplicação na indústria do vestuário, uma vez que não implicaram um aumento do esforço para que fossem realizadas, por se tratar de simples modificações, mas que aumentam significativamente o conforto e a usabilidade das peças de vestuário.

Considerações Finais

Com os resultados finais, confeccionando peças aparentemente iguais às peças comuns, disponíveis no mercado, porém adaptadas para o corpo que assume a posição

sentada, demonstrou-se que é possível atingir o objetivo inicialmente proposto, de promover a inclusão social de pessoas que apresentam necessidades especiais, usando para isso o vestuário e a moda como ferramenta. As peças desenvolvidas sofreram pequenas adaptações, que não demandaram grandes esforços para serem feitas e resultaram em peças bastante confortáveis e ergonômicas.

Ainda, a satisfação sincera dos modelos que acompanharam o trabalho no momento do uso do vestuário inclusivo foi o indício mais latente de que, com a utilização de peças que estejam de acordo com o gosto do usuário e que lhes permitam se vestirem da forma desejada, podem-se aumentar a sua auto-estima e segurança para interagir com os outros membros da sua comunidade, beneficiando, assim, sua qualidade de vida e participação social.

Portanto, a inclusão através do vestuário é possível e real e pôde ser observada e experimentada neste trabalho com a colaboração de algumas pessoas portadoras de necessidades especiais, mas existe ainda um longo caminho a percorrer até que todos tenham acesso a produtos desta natureza. Certamente, o vestuário inclusivo não será a solução de todos os problemas das pessoas portadoras de necessidades especiais, mas permitirá que tenham uma participação mais efetiva na comunidade e uma melhor qualidade de vida.

Referências

(1) PECLAT, Sheila Alves – **An innovative aproach to clothing design for the wheelchair user.** Manchester: Universidade Metropolitana de Manchester, 2002. Dissertação de Mestrado.

(2) BARNARD, Malcolm – **Fashion as communication.** 2. ed. Londres: Routledge, 2002.

(3) KAWAMURA, Yuniya – **Fashion-ology**. Oxford: Berg, 2005.

(4) VELTRI, Giuseppe – Il piacere di comprare. (Em linha). actual. (Consult. 23 Março de 2007). Disponível em: www.giuseppeveltri.it.

(5) BARR, Estelle de Young – A Psychological analysis of fashion motivation. In JOHNSON, Kim K. P., coord.; TORNTORE, Susan J., coord.; EICHER, Joanne B., coord. – **Fashion Foundations: Early writings on fashion and dress.** Oxford: Berg, 2003. p. 136-139.

(6) MORA, Emanuela – Collective production of creativity in the Italian fashion system. Poetics (Em linha). Vol. 34, (2006), p. 334-353. (Consult. 20 Março de 2007). Disponível em: www.sciencedirect.com.

(7) THORÉN, Marianne – Systems approach to clothing for disabled users: Why is it difficult for disabled users to find suitable clothing. Applied Ergonomics (Em linha). Vol. 27, nº 6, (1996), p.389-396. (Consult. 20 Março de 2007). Disponível em: www.sciencedirect.com.

(8) MEINANDER, Harriet; VARHEENMAA, Minna – **Clothing and Textile for disabled and elderly people.** Tampere: Technical Research Centre of Finland, 2002. Relatório acerca do EASYTEX Project.

(9) BOVONE, Laura – Urban Style culture and urban cultural production in Milan: Post-modern identity and the transformation of fashion. Poetics (Em linha). Vol. 34, (2006), p.370-382. (Consult. 20 Março de 2007). Disponível em: www.sciencedirect.com.

(10) CRANE, Diana; BOVONE, Laura – Approaches to material culture: The sociology of fashion and clothing. Poetics (Em linha). Vol. 34, (2006), p.319-333. (Consult. 20 Março de 2007). Disponível em: www.sciencedirect.com.

Silvia Woltz é tecnóloga em Confecção Têxtil e especialista em Processos de Produção do Vestuário pela Universidade de Passo Fundo, modelista profissional pela Scuola di Moda Vitali, na Itália, e mestre em Design e Marketing pela Universidade do Minho, em Portugal. Tem experiência nas áreas de educação e produção do vestuário, com ênfase na Modelagem e nos Processos de Produção do Vestuário.