



ROUPAS QUE CONTAM HISTÓRIAS

Desenvolvimento de coleção cápsula de moda inclusiva com foco na população de mulheres idosas

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design

ROUPAS QUE CONTAM HISTÓRIAS

Desenvolvimento de coleção cápsula de moda inclusiva com foco
na população de mulheres idosas



Mariana Sofia Simões Ferreira
Orientação: Prof. Dra. Adriana Yumi Sato Duarte

Trabalho de Conclusão de Curso
Bacharelado em Design Gráfico
Bauru 2024

F383r

Ferreira, Mariana Sofia Simões Roupas que contam histórias :
Desenvolvimento de coleção cápsula de moda inclusiva com
foco na população de mulheres idosas / Mariana Sofia Simões
Ferreira. -- Bauru, 2024

56 p. : tabs., fotos

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Design)
- Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de
Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientadora: Adriana Yumi Sato Duarte

1. Moda inclusiva. 2. Mulheres idosas. 3. Inclusão social. 4.
Impacto social da moda. 5. Inclusão social na moda. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Dados
fornecidos pelo autor(a).



AGRADECIMENTOS



"I got a heart and I got a soul believe me, I will use them both" (One Direction)

"Eu tenho um coração e eu tenho uma alma, acredite em mim, eu vou usar os dois" (One Direction)

Expresso, acima de tudo, gratidão a minha mãe que sempre lutou muito para me dar o melhor, e a dádiva de poder me dedicar aos estudos, reforçando a importância e valor da educação, dedico essa conquista a você. Obrigada mãe, sem você nada disso seria possível.

Aos meus familiares, que me incentivaram a vencer cada desafio, em especial minha prima Maria Isabeli por me dar forças mesmo quando eu não acreditava que conseguiria, minha eterna gratidão. Amo você, pra sempre!

Sou grata à minha avó, Maria do Carmo, por todo o apoio, palavras de incentivo e por sempre acreditar em mim. Aos meus tios e tias, agradeço todo o incentivo e carinho ao comemorarem minhas conquistas.

Agradeço também às minhas amigas, do "melhor grupo" que estiveram junto a mim durante essa trajetória, tornando essa experiência de vida ainda mais alegre e divertida de ser vivida. Cito especialmente a Giovana Amorim por sempre ouvir minhas loucuras, e acima de tudo compreendê-las, e me ajudar em qualquer que fosse o desafio, relacionados a faculdade ou não. Sou grata por ter vocês na minha vida.

Agradeço imensamente as mulheres que aceitaram fazer parte desse projeto, e que com muita alegria e disposição compartilharam comigo uma parte de suas vidas, sem vocês esse trabalho não seria possível. Muito obrigada.

O desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso contou com a ajuda de diversas pessoas que vou ser eternamente grata. Agradeço a Prof Adriana Yumi, por ser minha orientadora nesse projeto, e também às Prof Ana Beatriz Pereira de Andrade e Prof Táthia Cristina Passos de Carvalho por terem aceitado fazer parte da banca. Foi um prazer tê-las como professoras!

SUMÁRIO

<u>Agradecimentos</u>	03	<u>Resultados</u>	22
<u>Resumo e Abstract</u>	05	Resultados do questionário	23
<u>Introdução</u>	06	Resultados da roda de conversa	26
Objetivo	07	Resultados de pesquisa	34
<u>Contextualização e pesquisa sobre a temática</u>	08	<u>Livreto como produto final da pesquisa</u>	37
Moda inclusiva e seu impacto social	09	O que é um livreto?	38
As dimensões e proporções do corpo humano a partir do envelhecimento	11	Planejamento	39
Padrão de moda conforme a história	12	<u>Coleção cápsula</u>	43
A Importância da Inclusão Social na Moda	14	Proposta da coleção	44
Padrão de beleza e identidade	16	Esboços Modelos Finais A	45
<u>Pesquisa de campo</u>	17	confecção de uma peça A	47
Grupo 1	19	escolha dos tecidos	48
Grupo 2	20	Resultados	49
		<u>Considerações finais</u>	52
		<u>Referências</u>	54



RESUMO

O projeto tem como objetivo fornecer informações para compreender que a população idosa está em crescimento, e por esse motivo é necessário conhecer quem são essas pessoas, o que elas precisam e se possuem condições financeiras e sociais de sanar suas necessidades. Analisou-se aqui as temáticas seguintes: A moda inclusiva e seu impacto social, com o intuito de entender como a moda se relaciona com a democratização do vestuário para o público alvo de mulheres idosas; Alterações no corpo humano a partir de sua faixa etária, o que pode acarretar dificuldades no dia a dia antes não identificadas; O padrão de moda conforme a história, para entender o que as idosas possam gostar e como o senso de estilo pode ter sido influenciado; A importância da inclusão social na moda, com o intuito de entender a relação da moda e sociedade; e Padrão de beleza e identidade, fator importante que influencia a maneira como o indivíduo se vê na sociedade. Por meio do levantamento bibliográfico e entrevistas qualitativas com o público alvo, sua leitura e análise foi feita possibilitando a criação de uma estrutura teórica elaborada a fim de entender a relação entre moda e mulheres idosas, sociedade, inclusão social e suas possíveis barreiras.

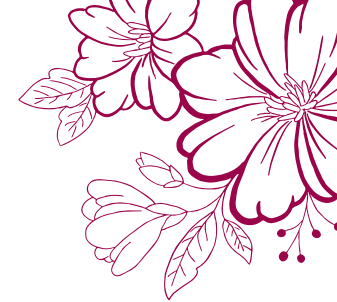
Palavras-chave: moda inclusiva; mulheres idosas; inclusão social



ABSTRACT

The project aims to provide information to understand that the elderly population is growing, and for this reason it is necessary to know who these people are, what they need and whether they have the financial and social conditions to meet their needs. The following themes were analyzed here: Inclusive fashion and its social impact, with the aim of understanding how fashion relates to the democratization of clothing for the target audience of elderly women; Changes in the human body depending on the age group, which can cause difficulties in daily life that were previously unidentified; The fashion pattern according to history, to understand what elderly women may like and how their sense of style may have been influenced; The importance of social inclusion in fashion, with the aim of understanding the relationship between fashion and society; and Standard of beauty and identity, an important factor that influences the way an individual sees themselves in society. Through bibliographical research and qualitative interviews with the target audience, reading and analysis were carried out, enabling the creation of a theoretical structure designed to understand the relationship between fashion and elderly women, society, social inclusion and its possible barriers.

Keywords: inclusive fashion; elderly women; social inclusion



INTRODUÇÃO

Com a previsão de aumento da população idosa podendo alcançar 7% de pessoas em 2030 (Banco Nacional de Desenvolvimento, 2017). É preciso pensar cada vez mais nessa população que está envelhecendo e identificar barreiras que os impeça de viver uma vida saudável e sem maiores dificuldades além das acarretadas pelo envelhecimento.

Diante disso, a moda inclusiva pode ter um papel primordial para resolver problemas relacionados ao vestuário desses indivíduos, essa pesquisa traz a discussão sobre a importância da moda e vestuário para idosas e suas necessidades de adaptação devido a alterações fisiológicas relacionadas ao envelhecimento. Com o estudo dessa área específica foi possível obter novos conhecimentos a partir de levantamentos bibliográficos e pesquisas exploratórias, visando o preparo para atender os desafios encontrados. A partir da problemática estabelecida as respostas estão relacionadas ao conforto para se vestir e acessibilidade de compra, respostas que vieram após verificação obtida através de levantamento teórico relacionada aos seguintes tópicos: moda, moda inclusiva, moda e o corpo, democratização da moda, idosas e a moda e outros; e indagações por meio de questionários e entrevistas para as idosas, perguntas essas como: Você se sente confortável ou desconfortável em suas roupas? Você encontra alguma dificuldade ao se vestir? O preço das roupas atualmente em sua realidade são acessíveis? Os resultados das pesquisas exploratórias nos responderam a essas indagações de forma ampla trazendo realização do que deve ser mudado para melhor atender a população.



OBJETIVO

O objetivo da pesquisa é relacionar a desigualdade social, sua influência na forma em como as mulheres idosas se vestem, e acessibilidade através do poder de compra.

Os objetivos específicos deste projeto consistem em:

- Levantar dados sobre moda inclusiva e seu impacto social: nesta etapa as informações serão catalogadas através de pesquisas bibliográficas.
- Analisar as dimensões e proporções do corpo humano e suas possíveis alterações conforme a faixa etária.
- Levantar dados sobre o padrão da moda conforme a história para entender o que as idosas gostam e como seu senso de estilo pode ter sido influenciado: nesta etapa serão levantados questionamentos como o papel do vestuário para mulheres idosas e suas funções essenciais.
- Analisar quem é o público alvo e suas necessidades: nesta etapa serão feitas pesquisas de campo com as idosas para obter dados específicos da área a ser estudada.
- Levantar dados da maneira em que a moda e inclusão social se relacionam: nesta etapa através de pesquisas será relatado se a moda abrange realmente as minorias.
- O sexto objetivo específico, com o decorrer da pesquisa foi constatado que para melhor conclusão um guia de produção não se encaixaria na proposta da pesquisa, assim resultando na mudança de guia para um livreto com o intuito de divulgar a problemática estudada.
- Com a base teórica finalizada se viu necessário o desenvolvimento de uma coleção cápsula que representasse essa população muitas vezes invisibilizada.

CONTEXTUALIZAÇÃO E PESQUISA SOBRE A TEMÁTICA

MODA INCLUSIVA E SEU IMPACTO SOCIAL

Moda

A moda se originou a partir de processos históricos que se iniciam no final da idade média, século XIV, e se desenvolveu até o século atual. A partir do século XIX podemos falar sobre a moda como a conhecemos nos dias de hoje.

A maneira como os indivíduos se vestem se altera conforme a época em que vivem e os aspectos sociais e culturais que estão inseridos, assim influenciando em suas escolhas estéticas. Estando ela relacionada a um sistema de funcionamento social, não apenas as roupas. A moda não é apenas o que vestimos, ela envolve comportamento, linguagem, opiniões e escolhas estéticas (POLLINI, D., 2018).

Moda e o corpo como figura de linguagem

O corpo não é somente um suporte para exibir roupas, ele torna tangível a intenção do indivíduo de transmitir informações a partir de suas escolhas de vestimenta. A relação entre corpo e moda se faz através dos valores que se formam e se fazem presentes por meio de configurações estéticas. O corpo com vestimentas estabelece a presença e sua posição diante a sociedade, assim o indivíduo se diferencia, individualiza, e atrai olhares para o que está disposto a comunicar.

Moda inclusiva

Moda inclusiva é uma iniciativa que visa incluir tipos de corpos que não são representados na indústria da moda, segundo a Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência (SÃO PAULO, 2012), indústria essa que tem como foco os corpos que não apresentam empecilhos de vestimenta e mobilidade. Para atender pessoas que não se encaixam em padrões de vestimentas atuais a moda inclusiva se faz presente com o objetivo solucionar as demandas desse público e tornar a relação entre moda e corpo uma questão acessível para todos.



Democratização da moda

A moda está presente no cotidiano das pessoas, desde a escolha do que vestir ao acordar, ir ao trabalho, um evento ou até mesmo ficar em casa. Ela representa o como o indivíduo se apresenta ao mundo e deve ser democratizada e humanizada, pensando em questões como o funcionamento e a mobilidade.

O indivíduo que apresenta baixa mobilidade precisa encontrar meios mais fáceis de conseguir se vestir com autonomia sem necessitar de ajuda para tal, como uma camisa sem muitas costuras, uma calça com um fecho simplificado entre outras adaptações. Há inúmeras formas para adaptar e atender as demandas de um público invisibilizado, mas que ainda sim tem sua individualidade e deve se sentir inserido na sociedade por meio da expressão passada ao se vestir com o que quiser e não com o que encontrou.

Idosas e sua relação com a moda

O índice de envelhecimento no Brasil, representa 13% da população do país em 2018, contando com 28 milhões de pessoas (IBGE, 2018). O que deveria impulsionar o funcionamento do mercado da moda voltado para a terceira idade. A relação entre a moda e as idosas pode ser vista como uma vantagem, pois essas pessoas não estão presas a imposições sociais, se sentem com maior autonomia e liberdade de se apresentar ao mundo como bem são. Existem na sociedade estereótipos de como uma mulher idosa deveria se vestir, que estão ligados a uma imagem sóbria e com pouco interesse na forma como são vistas, sendo representadas a partir de cores neutras e que chamam pouca atenção. Visão essa que está equivocada, a moda e como as pessoas se vestem demonstra o desenvolvimento do ser em meio a sociedade, e as idosas assim como qualquer outra mulher veem a necessidade de se impor socialmente, resistir ao sistema que as invisibiliza e se expressarem, expressão essa que para as idosas pode ser significativa em mostrar seu amadurecimento e aceitação da passagem do tempo, comunicando que o processo de envelhecimento é algo a ser admirado e visto como valioso.

O mercado da moda atualmente se encontra com pouco interesse em atender demandas específicas desse público que está em crescimento e encontra dificuldades em se vestir de forma que os atenda esteticamente mas também vissem pelo conforto e usabilidade. Tornando de muita importância discussões e ações que tenham como objetivo trazer visibilidade para esse público.



AS DIMENSÕES E PROPORÇÕES DO CORPO HUMANO A PARTIR DO ENVELHECIMENTO

O envelhecimento e suas alterações

O processo envelhecimento varia de pessoa para pessoa, sendo mais rápido para alguns, essa variação depende de fatores como estilo de vida e condições socioeconômicas. Compreende todos os processos de transformação do corpo humano, envolvendo fatores físicos, psicológicos e sociais.

O aumento da longevidade da população traz a necessidade de garantir aos idosos qualidade de vida e satisfação com seu envelhecimento, sendo assim, é preciso analisar suas alterações fisiológicas e psicológicas decorrentes do envelhecimento.

Uma alteração significativa que é ocasionada é a diminuição do desempenho cognitivo, como as funções e processos que influenciam as decisões e comportamento, sendo esse o fator mais afetado em idosos, podendo ocasionar a perda de memória. A próxima alteração envolve a perda de massa muscular e aumento de gordura corporal, assim afetando a saúde do indivíduo, tornando se importante a avaliação antropométrica.

A avaliação antropométrica envolve as medidas e dimensões do corpo, incluindo o peso, altura, padrão de crescimento, circunferência abdominal, altura, índice de massa corporal e percentual de gordura, com o intuito de examinar essas mudanças que geralmente são associadas a perda de força e resistência. A cada ano 10% da população acima de 75 anos perde a sua capacidade de realizar atividades do dia a dia (TORRES, 2011). Com essa avaliação é possível constatar que há mudanças físicas que ocorrem por influência da faixa etária que o indivíduo se enquadra e que é necessário pensar nessas mudanças para o processo de produção de vestuário para idosos.



PADRÃO DE MODA CONFORME A HISTÓRIA

A partir do entendimento de como a moda vem se alterando conforme o passar do tempo será possível estimar o que pode agradar esteticamente as idosas, assim criando uma base teórica para auxiliar na produção de questionamentos a serem feitos para esse público alvo, visando compreender suas dificuldades e gostos, para produzir peças acessíveis, bonitas e confortáveis.

Tendência de moda

A visão de tendência tem mais visibilidade se associada ao setor da moda e vestuário, mas também se aplica a outros setores sociais. Essa maior visibilidade em um eixo específico pode ser explicada pela percepção da velocidade em que as mudanças ocorrem no mundo da moda, a ideia de tendência como sinônimo de mudança surge a partir da institucionalização das tendências de moda que se deu com a criação de um calendário visando lançamentos de novidades para a indústria.

As tendências são também uma estratégia de mercado que se relaciona com o âmbito sociocultural. Contam indiretamente como a época de ascensão de determinada tendência foi fator de influência para a produção de novas peças de moda que atendessem os requisitos da época. (ModaPalavra e-periódico, Vol 11).

A moda das décadas

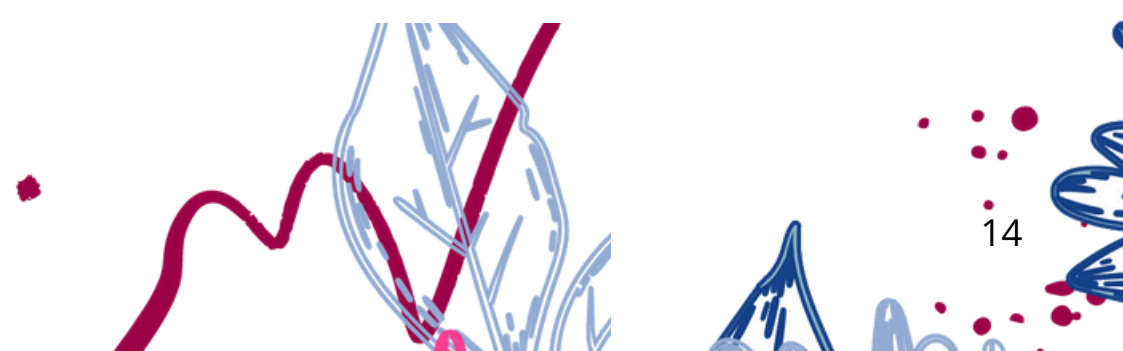
- 1920-1930: Com a primeira guerra mundial, os homens que tinham papel primordial de prover e cuidar de seus lares tiveram que deixar suas casas para ir a guerra. Nesse cenário as mulheres ficaram responsáveis por esses papéis antes vistos como masculinos, assim tendo que lidar não apenas com a vida doméstica mas também com o mercado de trabalho. Diante disso a moda se transformou para atender a rotina dessas mulheres, criando peças práticas e que facilitam a mobilidade. Prezando pelo conforto, as saias encurtaram, os sutiãs começaram a substituir os espartilhos,

os cabelos ficaram mais curtos e as roupas não mais marcaram as curvas do corpo feminino.

- 1930-1940: A queda da Bolsa de Wall-Street, teve seus reflexos no mundo da moda, tornando-a sofisticada e conservadora. Também estimulou as mulheres a costurar suas próprias roupas em suas casas. De forma adversa a 1920, as mulheres voltaram a prezar pelos cabelos longos, assim como suas saias aumentaram o comprimento e os vestidos voltaram a serem mais justos para destacar os ombros e cintura estreita das mulheres. Luvas e boinas passaram a ser utilizadas.
- 1940-1950: A segunda guerra mundial obrigou a população a mudar drasticamente o seu estilo de vida, com grande influência dos uniformes militares a moda trouxe elementos mais pesados para o vestuário, os ombros largos e cintura fina foram os elementos de destaque. Com a necessidade de racionar evitar o desperdício se tornou primordial, impactando em cortes simples das peças. Em 1947, houve uma revolução no mundo da moda pós-guerra, apresentando saias rodadas e compridas, cintura delineada, seios naturais e sapatos de salto, prezando por uma imagem da mulher elegante de forma sensual.
- 1950-1960: Em 1950, a moda voltou a ser sofisticada e o ideal estético se tornou o corpo ampolheta para as mulheres, usavam saias rodadas e longas, mantendo uma imagem delicada no estereótipo de boneca. A lingerie se torna popular, principalmente o sutiã pontiagudo que ressalta os seios. Hollywood tem grande influência nessa época, mulheres como Marilyn Monroe se tornaram ícones por sua sensualidade e atratividade. Era uma época de glamour.



- 1960-1970: As roupas usadas para cobrir o corpo feminino foram deixadas para trás com o surgimento das mini saias, que valorizam as pernas e as deixam à mostra, vestidos curtos retos também foram muito usados. Houve o surgimento das roupas unissex, o que inclui as calças no vestuário feminino da época, sendo utilizada pelas mulheres ditas modernas. Se fez presente o movimento hippie, disseminando o uso de cabelos longos e calça boca de sino.
- 1970-1980: A moda nessa década foi marcada por diferentes tendências e estilos, o gosto pessoal era o que influenciava nas escolhas de vestuário. O movimento hippie ganhou maior destaque se tornando popular, marcando assim a época com vestidos floridos, jeans, padrões diversos e a popularização de calças boca de sino. Os vestidos ainda eram usados mas com menos frequência e com sua modelagem de envelope.
- 1980-1990: A moda se tornou extravagante, era alegre e colorida. Madonna se tornou um ícone para a população por representar a inovação, que estava presente em seu vestuário com a cintura alta, cabelos cheios e seus itens brilhosos. As roupas de nylon para praticar exercícios se tornaram tendência assim como suas cores fortes.
- 1990-2000: No início da década as cores coloridas, padrão xadrez, calça mom jeans de cintura alta e camisetas oversized se fizeram presentes mas com o passar do tempo o minimalismo ganhou seu espaço no cenário, com seus jeans rasgados, jardineiras e vestuário com corte simples e poucos detalhes.
- 2000-2010: Nos anos 2000 a moda se tornou global e influenciada pelo fenômeno da internet. As celebridades ganharam mais influência e as redes sociais se tornaram um grande vetor de tendências no mundo da moda. Sendo elas a calça de cintura baixa, estampas, óculos com lentes e armações coloridas, boinas e mini saias jeans. Fazendo a população arriscar no estilo e combinações de peças.
- 2010-2020: As redes sociais tomam conta do cenário da moda popular, as mais novas celebridades denominadas influenciadores ditam as novas tendências de moda a partir de redes sociais como o Instagram. O fast fashion marca a década com cada vez mais novidades em um curto período de tempo, mas também apresenta questões em sua acessibilidade de compra, mesmo as peças com baixo custo de produção comparada às peças de produção sob medida, seu custo vem aumentando e sua qualidade não acompanha esse crescimento. No início de 2010 as calças skinny jeans eram muito usadas juntamente com os tops curtos, e os tênis Converse All Star estavam em praticamente todos os looks. Com o passar do tempo novas peças foram tendo destaque como as calças wide leg de cintura alta e mom jeans que eram famosas em 1990 voltam a ter destaque.





A IMPORTÂNCIA DA INCLUSÃO SOCIAL NA MODA

O que é Inclusão social?

A inclusão social vem sendo bastante discutida e disseminada por diversas áreas da sociedade. Esse termo se refere a diversos conceitos mais seu ponto em comum dita que a inclusão social abre portas na sociedade, pois preza pela conquista dos direitos de vários segmentos, como pessoas com deficiência, explorados e excluídos socialmente em razão de classe social, aparência, raça, sexo, idade, etnia e orientação sexual. Inclusão social é o processo de conquistas de direitos (Senado Federal do Brasil, 2007). No sentido prático a inclusão social se torna de fácil compreensão, pois tornando a vida das famílias e de suas comunidades menos desiguais e trazendo melhores condições de vida tanto no âmbito econômico como no de saúde mental e física, essas pessoas têm a possibilidade de se incluir de forma efetiva e sem maiores sacrifícios em uma sociedade que preza por bens materiais que simboliza status e ascendência social. A inclusão social é geralmente definida como o processo de inserção por meio da convivência de alguém, diferente, inferior, dos demais membros da sociedade, tidos como supostamente diferentes ou até mesmo superiores. Neste caso, a sociedade deve se preparar e adaptar para admitir as pessoas marginalizadas em todas as áreas da sociedade, ao trabalho digno, educação e saúde de qualidade, facilidade de acesso, assistência social e lazer como cultura e atividades físicas regulares.



Moda e inclusão social

Entende-se, segundo a Associação Brasileira de Pesquisas, que se enquadrar baixa renda não está ligada à renda da população, mas sim ao seu estilo de vida e seu comportamento de consumo exacerbado ou não (FYSKATORIS,2012). Até 2024, os brasileiros pobres representam mais da metade da população. (INFOMONEY, 2020). Diante desse cenário é necessário refletir sobre como a moda é um importante fator de representatividade para os indivíduos sendo eles de baixa renda ou não, e como é necessário ações que direcionam a indústria a incluir essas pessoas de baixa renda nas tendências de moda da atualidade, pois é a partir dessas tendências que os grupos sociais se identificam e se relacionam entre si, se essa identificação é falha em uma de suas etapas haverá uma divisão de grupos, sendo que aqueles que não terão acesso serão mal visto ou visto com inferioridade, diferente daqueles que de alguma maneira possuem atributos que os proporcionem seguir determinada moda serão identificados de maneira superior e melhor vistos pela sociedade. Com a maior parte da sociedade não possuindo recursos financeiros para alcançar essa maneira estética de serem bem vistos entre os seus iguais acabam se enquadrando às margens das relações sociais incorporando esses estereótipos e se sentindo realmente inferiores e incapazes de alcançar sua ascensão.

Impactos da inclusão social na moda

“O mundo mudou quando a moda, ao invés de se tornar monólogo, se tornou uma conversa”. Suzy Menkes, jornalista britânica. A moda tem um extremo impacto na autoestima das pessoas que ao se sentirem representadas e valorizadas pelas peças de roupas se tornam mais seguras de si, promovendo a auto aceitação que reflete como o sentimento de orgulho de ser visto. Impactando também a indústria da moda através da moda inclusiva, que identifica e aceita as diferenças dos públicos e tenta se adaptar da melhor forma para atender suas demandas, algumas marcas que passaram a se preocupar com as necessidades da população aumentaram seus clientes, que se veem representados pela marca e passam a não sentir mais vergonha de suas diferenças mas sim a aceitá-las. Incluir socialmente as pessoas no mundo da moda pode mudar a forma como a indústria representa as pessoas, passando a se importar com os mais diversos grupos existentes na sociedade ao demonstrar a realidade de várias vivências diferentes.



PADRÃO DE BELEZA E IDENTIDADE



Padrão de beleza e racismo

O padrão de beleza imposto e naturalizado pela sociedade é excludente aos grupos que formam a sociedade brasileira, pois preza por uma beleza eurocêntrica. A imagem da pessoa negra ao longo do tempo foi associada a algo negativo por não atender aos padrões eurocêntricos, por consequência disso essa população não teve referências da real beleza negra a partir de figuras que os representassem de maneira não estereotipada. A sociedade brasileira ao se voltar para a europa, dita padrões históricos de preconceito ao povo negro, assim massacrando e inferiorizando-os por não possuir o cabelo “bom”, liso ou alisado, e “feições finas”, traços caucasianos. (BRANDÃO, 2022)

Identidade negra

A identidade é algo que está sempre em processo de formação, se manifestando a partir da percepção das diferenças entres os indivíduos, assim, a identidade se forma a partir de interações e diálogos. Nesse contexto o racismo é um fator que dificulta a relação dos grupos da sociedade, criando barreiras e binarizando as identidades, estabelecendo uma contraposição entre o negro e o branco, caracterizada por uma visão negativa dos negros e positiva dos brancos. Assim, o racismo representa uma negação da população negra, aprisionando-a em estereótipos, atribuindo-lhe

inferioridade e maldade, ignorando suas diferenças e eliminando sua pluralidade. Quando nos referimos a uma identidade estereotipada e marginalizada que é relacionada ao negro, nos referindo a mecanismos construídos socialmente para desvalorizar todo um povo. (FERNANDES; SOUZA, 2016)

Quebra do padrão de beleza

Com o racismo e machismo como um pilar para a construção da sociedade, é de extrema importância evidenciar as conquistas da população negra e das mulheres negras, que mesmo vivendo em um ambiente que os marginaliza e não aceita sua ascensão, ainda sim prosperam alcançando seus direitos fundamentais e sociais que um dia foram retirados. A auto aceitação da estética é um instrumento de resistência e empoderamento, demonstrando a negação a esse padrão de beleza estabelecido, e mostrando com orgulho como o negro é belo e diverso, assim quebrando o padrão de beleza imposto e valorizando a cultura e estética da população negra. (OLIVEIRA, CRYSLIA, 2018)



PESQUISA DE CAMPO



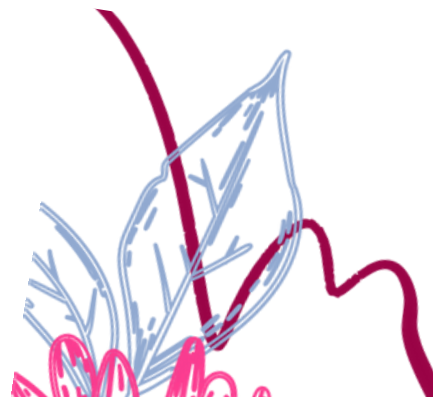
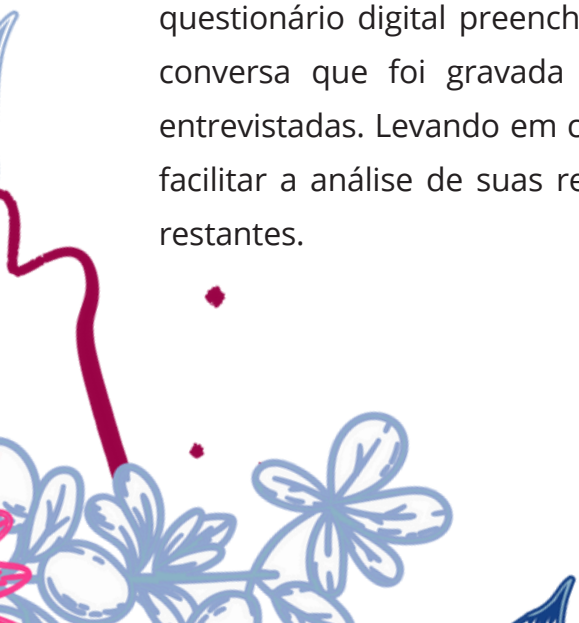


PÚBLICO ALVO

O público alvo almejado são mulheres a partir da faixa etária dos 50 anos, visando compreender como as mulheres se relacionam com a moda em seu processo de amadurecimento até a velhice. O principal objetivo ao analisar esse público é identificar suas necessidades relacionadas ao vestuário, sendo elas questões de acessibilidade de compra, conforto e se seus gostos são atendidos. Assim será possível desenvolver um livreto que leve em consideração os resultados dessa análise relacionando-as com a inclusão social dessas mulheres.

GRUPO FOCAL

O grupo focal é um técnica de pesquisa que abrange a coleta de informações através de entrevistas com grupos, para discussões mediadas por um pesquisador, tendo como objetivo reunir informações sobre tópicos específicos, assim constatado a necessidade de seu uso para compreender a visão das mulheres idosas sobre o tema de pesquisa. As entrevistas foram realizadas com um grupo de vinte e duas mulheres. As primeiras catorze entrevistas foram realizadas de maneira individual e com o auxílio de um questionário digital preenchido conforme as respostas recebidas, e as oito restantes foram realizadas a partir de uma roda de conversa que foi gravada e posteriormente transcrita, prezando em atender o conforto e disponibilidade das mulheres entrevistadas. Levando em consideração essa divisão de formato de entrevista, as mulheres foram divididas em dois grupos para facilitar a análise de suas respostas. O grupo 1 representa as primeiras 14 mulheres e o grupo 2 representa as oito mulheres restantes.





GRUPO 1



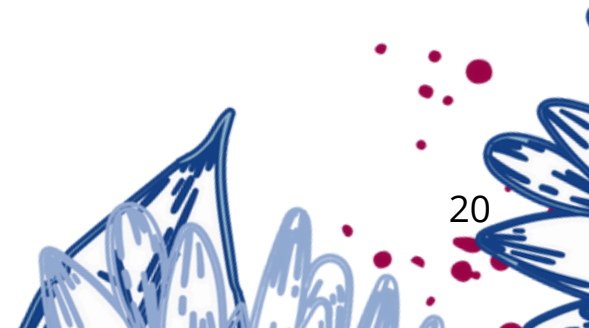
Grupo 1

As mulheres presentes neste grupo focal representam donas de casa que trabalham fora e também aposentadas, na faixa etária entre 50 a 81 anos, em sua maioria são mães que prezam não somente a cuidar dos outros mas também delas mesmas. Se autointitulam pessoas alegres que adoram se vestir bem dentro de suas possibilidades e individualidades.

Metodologia de questionário

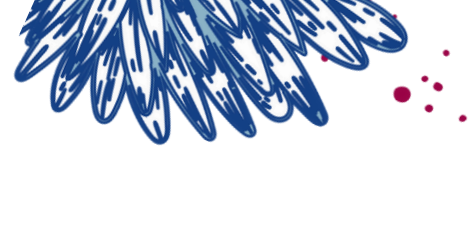
O questionário será dividido entre as perguntas, mulheres e envelhecimento, questões de acessibilidade de compra, o que influencia na compra de roupas e se existe alguma dificuldade relacionada à coordenação motora fina na hora de se vestir e encontrar peças que atendam essa dificuldade. O questionário levantará perguntas relacionadas em como as mulheres lidam e compreendem o seu processo de envelhecimento, se encontram roupas que são atrativas para elas, se se sente julgadas pela sua maneira de se vestir, se sente a necessidade de se vestir de certa forma para passar credibilidade. Perguntas de cunho social também serão realizadas, se existe dificuldade em encontrar peças baratas e boas, com que frequência o indivíduo compra roupas e o que o motiva a comprar ou não. Assim como perguntas relacionadas ao

conforto e acessibilidade de vestimenta, se a qualidade da roupa é um fator que influencia a compra, se elas buscam peças pensando no conforto e usabilidade, se encontram alguma dificuldade na hora de se vestir, se evitam certas peças de roupa, entre outras questões. O questionário foi feito através da plataforma Google Forms prezando pela facilidade de acesso e simplicidade, ao responderem o questionário o aceite para participar da pesquisa foi realizado e os dados de contato do indivíduo foram coletados, assim como os da pesquisadora foram fornecidos, às perguntas realizadas foram optativas e quatro delas foram dissertativas, possibilitando as participantes se expressarem, o formulário foi encaminhado para elas e algumas preferiram responder diretamente a pesquisadora, que preencheu o formulário conforme suas respostas.





GRUPO 2



Distrito de Tibiriçá

O segundo grupo é formado por mulheres residentes de Tibiriçá, um distrito com uma história de mais de cem anos. Inicialmente conhecido como Presidente Tibiriçá, foi estabelecido em 1919 e recebeu este nome devido à inauguração da estação ferroviária no local por Jorge Tibiriçá, um político e agrônomo brasileiro. O distrito de Tibiriçá já foi um centro de produção de café no Brasil, abrigando a Fazenda Divisa, um marco da economia daquele período. O Distrito continua a produzir uma quantidade considerável de produtos pecuários e abriga numerosas famílias, possuindo aproximadamente 1500 habitantes de acordo com o censo do IBGE de 2010.

Família Cosmo



Tibiriçá é a residência da família Cosmo, responsável pela criação do Bloco Estrela do Samba de Tibiriçá. A família, também chamada de Baté - devido ao apelido do patriarca quando atuava em um time de futebol em Taubaté, começou sua trajetória em Tibiriçá no ano de 1941. No entanto, somente em 1980 após ele se aposentar da ferrovia, que decidiu resgatar algumas tradições ancestrais como festas, agradecimentos e o carnaval. Os avós e bisavós expressavam gratidão pela libertação da escravidão e, devido à já terem passado fome, também celebravam o

alimento no dia 13 de maio, quando a procissão de Santo Benedito era conduzida por membros da família, seguida por um almoço em homenagem ao santo. No almoço de devoção, cerca de 800 pessoas participam, momento em que erguem o mastro com imagens do santo e cantam o terço. As mulheres mais velhas preparam o almoço.

Para que a roda de conversa fosse realizada, o contato com a família Cosmo foi de extrema importância, ao conversar e apresentar a pesquisa para uma das mulheres integrantes da família o interesse em participar foi logo constatado. Essa integrante da família foi de grande ajuda ao reunir as mulheres de sua família e vizinhas para que elas também pudessem integrar a roda de conversa. Assim, podemos dizer que as mulheres presentes neste grupo focal são um grupo familiar e de vizinhas que mantêm contato diariamente umas com as outras. A roda de conversa como metodologia para a entrevista estimulou as mulheres a compartilhar suas experiências e se sentirem confortáveis no ambiente.

Metodologia da roda de conversa

A roda de conversa aconteceu com a presença de oito mulheres, além da pesquisadora e sua orientadora. A temática da pesquisa foi esclarecida e revelado as motivações para a escolha de sua realização, para que assim perguntas estimuladoras fossem feitas e as mulheres se sentissem confortáveis ao compartilhar suas experiências de vida, as perguntas envolviam questionamentos sobre como foi lidar com o envelhecimento; se houveram mudanças na forma em que se vestiam relacionadas a idade; o porquê das mudanças e se foram em razões pessoais ou por se sentirem pressionadas a se vestirem de certa forma que a sociedade diz ser adequada para mulheres maduras.



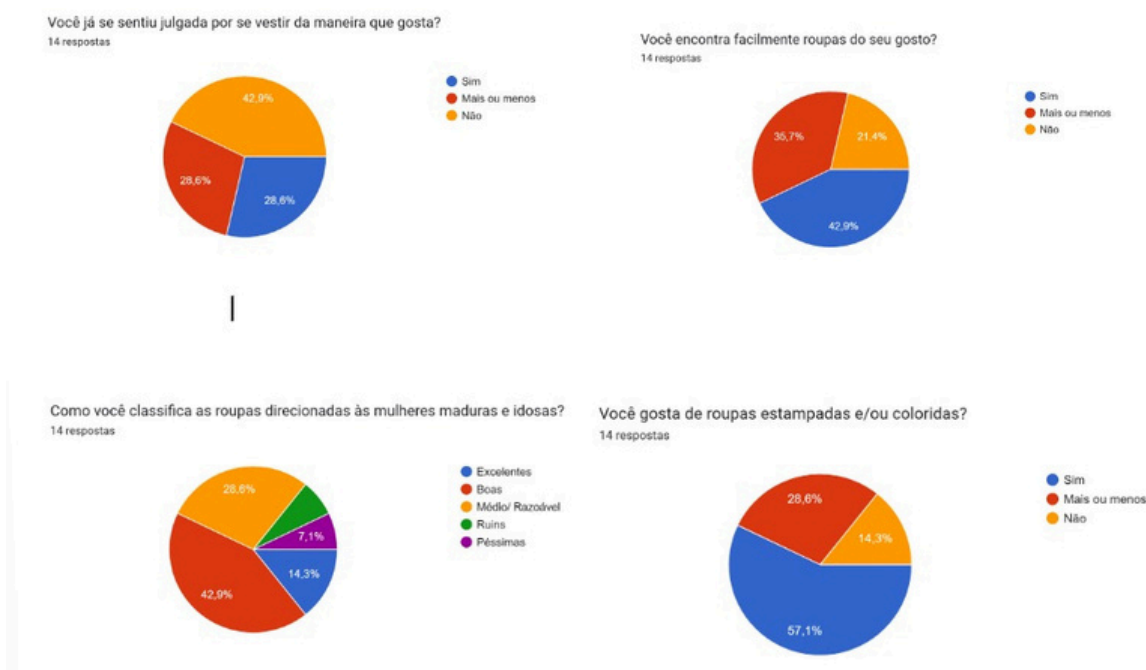
Figura 1: Roda de conversa Tibiriçá; Fonte: Autor

RESULTADOS

RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO

Mulheres e sua relação com o envelhecimento

Ao serem questionadas sobre sua relação com o envelhecimento tiveram mulheres que demonstram não se importar com o fato de estar envelhecendo, pois veem essa fase da vida como algo normal, uma prova do que já viveram e conquistaram em suas jornadas, não apresentando dificuldades e relutâncias. Mas como cada experiência é individual, poucas mulheres, não gostam do fato de estar envelhecendo por conta de etiquetas sociais que sentem ter que respeitar como uma mulher madura. Com o intuito de compreender como essas mulheres se sentem sobre suas vestimentas, as seguintes questões foram levantadas:



Com a análise dos gráficos gerados a partir das perguntas é possível compreender que essas mulheres encontram dificuldades em se vestir da forma que gostam, a maioria se sente julgada pela forma em que se veste e tem dificuldade de encontrar roupas que gostem. As roupas disponibilizadas para esse público divide opiniões, levando em consideração os gostos dos indivíduos elas agradam mais não a todos, com as preferências em pauta elas demonstram gostar de roupas coloridas e estampas, ao serem questionadas se sentem falta de alguma peça de roupa que usavam, elas dizem sentir falta de roupas simples com tamanho maior e de roupas clássicas.

Figura 2: mulheres e vestimenta; Fonte: Autor

Acessibilidade de compra

A acessibilidade de compra tem um papel de extrema importância em como os indivíduos se vestem, poder ou não comprar roupas que refletem sua personalidade pode incluir e excluir esses indivíduos de meios sociais que querem participar. As questões relacionadas a esse tópico possibilitam compreender se as roupas da atualidade são acessíveis a compra.

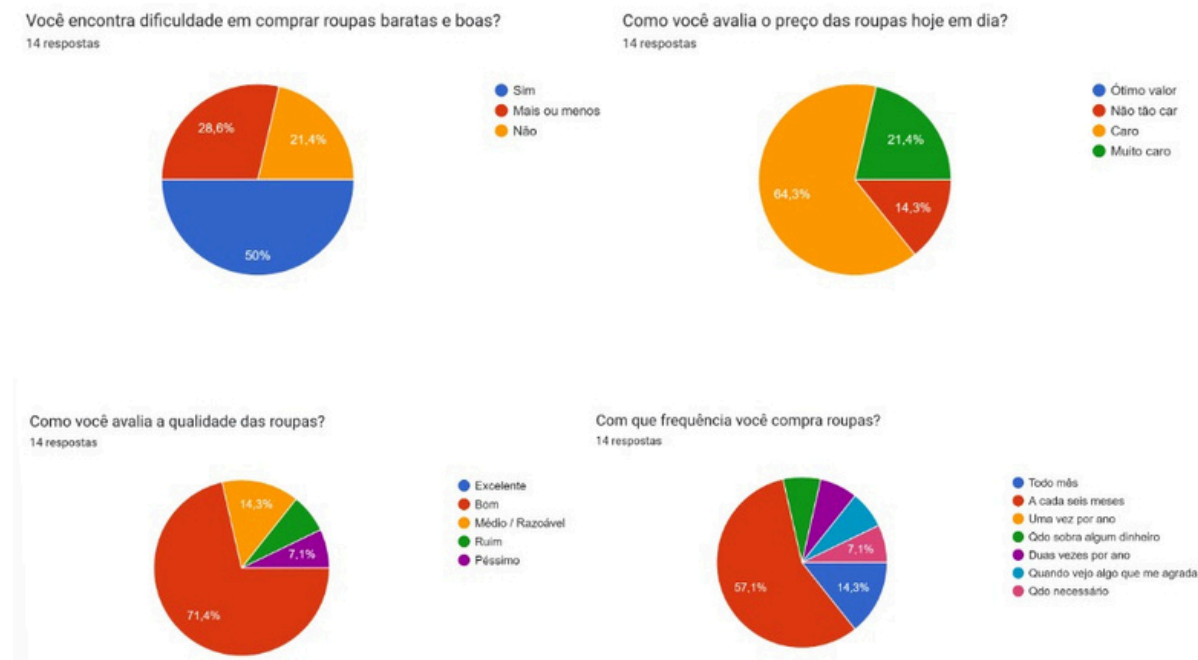


Figura 3: Acessibilidade de compra; Fonte: Autor

Analisando as respostas é possível entender que a procura por roupas baratas e boas é uma barreira encontrada por essas mulheres, as peças encontradas tem seu valor muito caro ou caro como constatado por elas, mesmo com as reclamações sobre a qualidade das roupas, elas as classificam como razoáveis a boas. A frequência de compra é variada, podendo ser uma demonstração da diferença de classe social entre elas, a maioria compra roupa a cada seis meses.

Possíveis dificuldades em se vestir

É preciso identificar as possíveis dificuldades em se vestir para que ao produzir roupas para esse público seja pensado quais são as dificuldades enfrentadas e como solucioná-las.

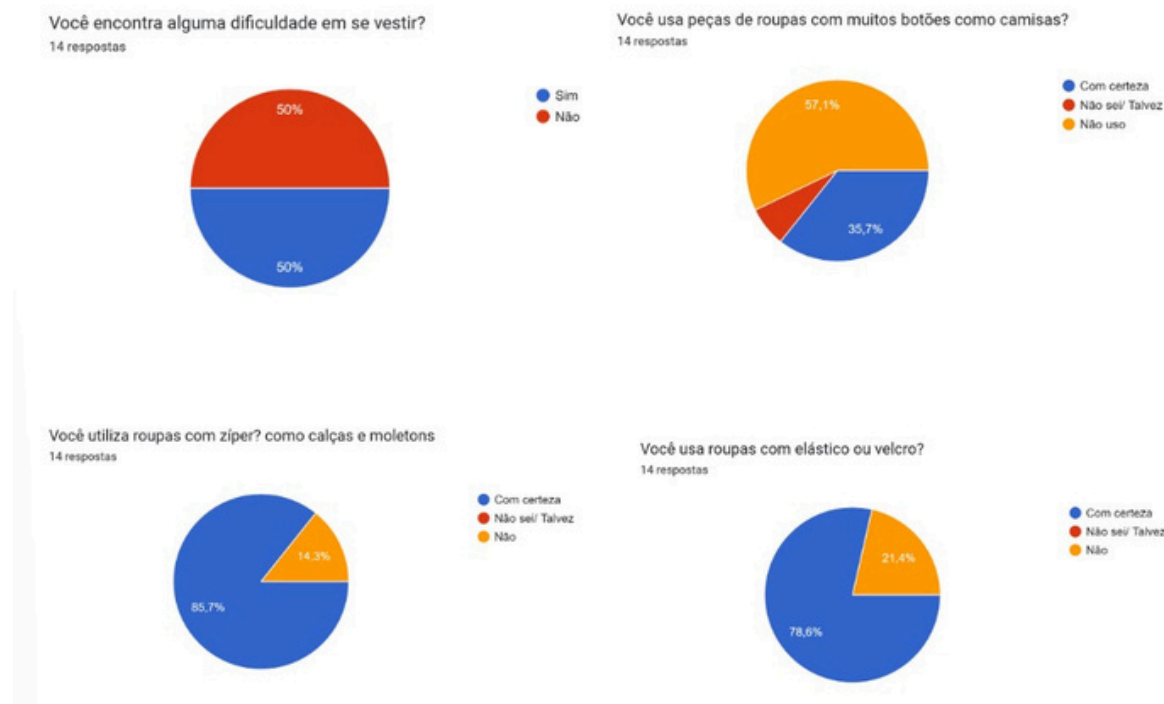


Figura 4: Possíveis dificuldades em se vestir; Fonte: Autor

Ao serem questionadas sobre possíveis dificuldades na hora de se vestir, houve a divisão daquelas que sentem dificuldades e das que não sentem, as dificuldades não estão relacionadas a baixa coordenação motora, o que pode ser lido como resultado de seus cuidados pessoais em relação a saúde, a maioria não utiliza roupas com muitos botões por questão de preferência e facilidade, que se reflete no maior uso de roupas com zíper, elásticos e velcro, assim, prezando pelo conforto e beleza.

Mudanças nas peças de roupa mais usadas

Para que as peças de roupa atendam as necessidades do usuário é necessário compreender o que os incomoda e impede de utilizar o que querem. As mudanças requisitadas por esse grupo de mulheres engloba alterações no comprimento das peças, jeans mais confortáveis, tamanhos maiores de roupas, decotes menos reveladores, roupas mais práticas de serem combinadas e usadas, material das peças que se mantenham em boas condições por mais tempo e tecidos mais resistentes e encorpados.



RESULTADOS DA RODA DE CONVERSA

Particularidades e conforto

Cada uma das mulheres entrevistadas tem suas particularidades na forma de se vestir mais o que as unem é a necessidade de se sentirem confortáveis. Algumas relatam que se vestir de forma simples, apenas uma camiseta junto de uma bermuda, short ou calça, sem utilizar acessórios já a fazem se sentir confortáveis a ir a qualquer lugar se sentindo bem consigo mesma. Aquelas que sentem a necessidade de se vestir de forma mais detalhada, utilizando mais peças de roupa e acessórios variados, expressão seus gostos por roupas coloridas e estampadas contando histórias que foram marcantes em suas vidas por estarem vestindo roupas ou acessórios como, laces, que chamam atenção das pessoas ao redor e que na época de suas vidas não era tão comum o uso.

“...eu gostava de me aparecer. Não, porque, assim, eu gostava, ainda eu gosto mas agora sou mais light, eu gosto de cores alegres, vermelho, roxo, não gosto de corzinha, se a roupa é preta tem que colocar um colar amarelo, tem que colocar uma coisa, assim, que destaca ”

(Mulher entrevistada 1, 2024)

Como a entrevista foi realizada com membros da mesma família e vizinhas, foi possível identificar a percepção de uma mulher sobre a outra, a admiração que cada uma demonstra pela outra é visível, mesmo que elas tenham maneiras diferentes de se vestir todas apreciam essas diferenças e até incentivam a seguir suas preferências e utilizar aquilo que gostam sem medo do que os outros vão pensar, quando aquelas que se vestem de forma mais colorida e alegre não estão usando roupas que normalmente vestem são questionadas se estão bem, mostrando que a maneira como o indivíduo se veste comunica muito sobre ele e que a escolha de peça nos traduz mesmo que de maneira não intencional. O conforto sempre está presente, pois ao se vestirem como querem, traz o sentimento de satisfação e conforto de ser quem se é.



Lidar com as críticas

Ao sermos quem somos podemos ser alvos de inúmeras críticas, e não seria diferente para essas mulheres. Foi relatado que em momentos de suas vidas foram criticadas até mesmo por familiares, como maridos que querem ditar como elas devem se vestir, noras que se sentem no direito de ditar como uma mulher madura deve se portar, mães que julgam a forma como elas se vestem e até mesmo primas. Lidar com as críticas nem sempre é fácil, mas essas mulheres as levam com tanta leveza e desprendimento, realmente não ligam para o que falam delas e simplesmente vivem suas vidas da maneira que gostam.

“Depois que você olha pro espelho e aprende a se amar, se gostar, você começa a se valorizar.”

(Mulher entrevistada 2, 2024)





Relação com o próprio corpo

As tendências de moda nem sempre são inclusivas para todos os públicos com variados tipos de corpos. Se sentir bem consigo mesmo e com o corpo que se tem pode ser um desafio quando você não se enquadra em padrões do que é bonito aos olhos da sociedade, o que se torna um grande fator para estimular mudanças mesmo que impossíveis. O que a sociedade vê como o auge da beleza feminina está relacionado ao corpo magro e branco, assim excluindo muitas mulheres negras, indígenas e até mesmo brancas que não se enquadram nesse padrão. A maioria das mulheres presentes na roda de conversa são negras e não possuem um corpo magro que corresponda aos padrões de beleza. A relação dessas mulheres com seu próprio corpo, mesmo não se encaixando nos padrões, é saudável e inspiradora.

“Minha mãe não gosta que eu uso cropped, só porque eu sou GG gostosa, agora eu não vou usar cropped porque eu tenho uma saliência aqui. minha mãe fica brava ela fala fica ai com essa barriga de fora, eu digo mãe eu me sinto bem assim, se os outros estão achando feio problema é dos outros, eu gosto.”
(Mulher entrevistada 3, 2024)

A importância de se estar bonita para si mesma foi uma pauta levantada por elas, ao se vestirem prezam por peças que as agrade e não somente aquilo que está em alta no mundo da moda, não excluindo tendências mas sim adaptando aos seus gostos e particularidades, e se não for possível a adaptação, simplesmente a deixam de lado, sem que isso as abale de forma psicológica e emocional, elas têm estabelecido em suas cabeças que o problema das tendências não incluir aos seus corpos, não está nelas e sim em quem faz e oferece peças que não compreende a todos.

Necessidade feminina de mudança

“Eu acho assim, a mulher tem que se renovar porque ela não pode ser ela mesma sempre, ela tem que ser um pouco audaciosa, ousada, sabe? Porque, aquela mulher ousada, os homens olham, desculpa dizer, sabe? Porque quando eu era loira, cabelo loiro, comprido, então, mesmo que as pessoas me xingavam, todos me olhavam. Nem se fosse para me xingar. É, nem se fosse para me xingar. Estavam sempre me olhando. se você fica na mesmice as coisas ficam monótonas.” (Mulher entrevistada 1, 2024)

Com as fases da vida em que o indivíduo vive as mudanças, tanto físicas quanto psicológicas acontecem, nem sempre de forma intencional mas conforme as coisas ao redor e situações vão mudando, naturalmente a pessoa vai se transformando e sendo moldada para viver uma nova fase de sua vida. Essas mudanças também são transmitidas na forma em que se vestem e escolhem as peças de roupa, quando jovens a vida é mais simples e com menos obrigações, que podem ser refletidas por peças de roupas mais simples, não utilizar acessórios como bolsas, e com o decorrer do tempo as responsabilidades vão chegando e a forma como o indivíduo se apresenta ao mundo muda para demonstrar o crescimento e a capacidade de enfrentar possíveis problemas e solucioná-los, refletindo no uso de peças mais sóbrias e a utilização de bolsa para levar seus pertences pessoais. Ao enfrentar situações diferentes no convívio social é necessário se adequar ao acontecimento, como relatado pela entrevistada, como mulher ela vê a necessidade de ser ousada e audaciosa em algumas situações para que se sinta confiante e se expresse sem medo de não ser ouvida, essa ousadia pode ser transmitida não somente com o uso de peças curtas e expostas mas também através de cores e peças que transmitam poder, a ousadia e audácia não está relacionada a conquista romântica e sexualidade mas sim em se sentir poderosa e capaz de realizar tudo o que se propõe a fazer.



Visão sobre a vida



“Não, quando eu era criança eu era tímida, né mãe? Eu fiquei assim depois que comecei a trabalhar no pronto socorro, comecei a ver que a vida... que a qualquer momento a gente pode perder a vida, então a gente tem que viver a vida. Antigamente eu usava roupa comprida, parecia crente, usava só saia comprida e roupa larga, não mostrava meu corpo.”
(Mulher entrevistada 1, 2024)

Como o indivíduo enxerga a vida é um fator determinante na maneira em que ele vive. Uma das entrevistadas relatou seu processo de autodescobrimento através de uma história em que a fez perceber como a vida é breve e pode ter seu fim a qualquer momento, e ao ter essa realização houve o estímulo de viver a vida de sua maneira sem se importar com a opinião alheia, de forma alegre e esperançosa, agradecendo ao que se tem. Ela conta que já era uma mulher adulta ao ter essa nova visão da vida e que a partir disso ela se libertou e passou a usar cores chamativas e todas aquelas roupas espalhafatosas que sempre teve vontade de usar mas não se permitia. Prezar pela vida, ver alegria nas pequenas coisas faz o indivíduo feliz por estar vivo.

Consumo de roupas e sua influência

Ao serem questionadas se sentem dificuldade de comprar roupas de seu gosto pessoal, a pauta sobre o tamanho das peças disponíveis no mercado foi levantada, a procura por roupas plus size é exposta como difícil e complicada principalmente para as mulheres que buscam utilizar aquilo que está em alta. A problemática da disponibilidade de peças com numerações maiores é um problema enfrentado e que deve ser combatido. Mesmo com dificuldade de encontrar peças, isso não impede essas mulheres de consumir a moda, muitas relatam que passam horas procurando a peça ideal, vão em lojas diferentes procurando e analisando se compensa a compra, em contrapartida algumas delas dizem não perder muito tempo ao comprar, logo que avistaram a peça que lhes agrada já está decidida a compra, isso se seu valor for acessível.

“Adoro brechó. Eu não gosto de ir na loja e escolher...” (Mulher entrevistada 2, 2024)

Uma dessas mulheres expressa sua paixão por comprar em brechós, ela relata que não gosta de ir em lojas de departamento, revela seu amor por bazar e pela experiência de encontrar a peça ideal, que mesmo já sendo usada a agrada, carregando consigo maior significado. Podemos analisar essa escolha como uma relação mais aprofundada com o ato de se vestir, que demonstra que o real interesse ao adquirir roupas não está no ato de compra mas sim em se ver na peça e se sentir bem. Com a constatação de que a satisfação está em encontrar peças que atenda aos seus gostos, o questionamento sobre se o preço de mercado das peças importa, foi feito, o consenso é de que se o preço estiver ao alcance de sua renda e se aquele gasto não vai interferir no pagamento de outros compromissos, a compra da peça será efetuada. O interesse por uma peça que não está em seu alcance financeiro é simplesmente ignorado ou até mesmo visto como uma inspiração para produzir suas próprias peças.

*“...quando eu era mais jovem eu até comprei uma máquina de costura eu mesma fazia minhas roupas.”
(Mulher entrevistada 1, 2024)*

É possível compreender a satisfação de poder burlar aquilo que está impedindo o indivíduo de obter o que deseja, ao produzir suas próprias peças um novo mundo de acessibilidade se abre para aquelas pessoas. Mesmo com a nova oportunidade de se ter aquela peça de desejo, o consumo desenfreado de roupas é discutido por elas que revelam histórias que as fazem refletir se realmente necessitam realizar aquela compra ou produção.





“A minha mãe quando morreu, ela ganhava muito presente, porque tinha as noras, tinha as netas. Eu todo ano, dia das mães, eu dava, né? Ela ganhou uns quatro conjuntos que ela não teve como nem usar, tadinha, porque ela morreu de repente. Eu doei tudo, minha mãe era chique, minha mãe era assim.”

(Mulher entrevistada 4, 2024)

A preocupação de consumir mais do que se usa é compartilhada por todas as mulheres presentes na roda de conversa, algumas relatam que já compraram peças que somente utilizaram uma vez, e que isso tornou o pensamento sobre se vão usar mais de uma vez aquilo que querem comprar uma reflexão frequente ao comprar outras roupas.

“Minha afilhada Amanda, quando ela era criança, não tinha, não tinha como comprar. Eu ia nos brechó, achava coisas bonitinhas para dar pra ela. Ela até brinca até hoje falando que a tia XXX nunca me deu presente novo.” (Mulher entrevistada 2, 2024)

Mesmo entrevistando mulheres otimistas que veem sempre uma solução para os problemas enfrentados, é importante ressaltar que nem sempre o acesso à vestimenta é algo fácil, a desigualdade social é um fator de grande influência no modo em que o indivíduo se apresenta ao mundo.

Padrão de beleza e identidade

Ao falarmos sobre a moda é de extrema importância trazer à tona o padrão de beleza disseminado na atualidade, e como isso afeta aqueles que não se enquadram. Com a realização da pesquisa de campo, e ao conversar com as mulheres negras presentes, foi constatado que discorrer sobre a relação da mulher negra com o padrão de beleza é uma pauta de necessária discussão.





“Porque a gente que é negro, as pessoas têm uma visão totalmente diferente ,preconceituosa, as vezes, o próprio negro ele tem preconceito dele mesmo, então eu comecei a ver aquilo mal, a gente não pode ter preconceito, se eu quero colocar cabelo loiro, eu vou colocar, se eu quero colocar cabelo preto, eu vou colocar , se eu quiser ficar assim, eu vou ficar assim. Então, eu estou vivendo no momento, eu sou feliz. Deus me fez negra então, eu tenho que me amar, eu tenho que me respeitar. Não estou fazendo mal para ninguém, eu me sinto bem, estou me realizando, nós mulheres temos que nos valorizar.” (Mulher entrevistada 1, 2024)

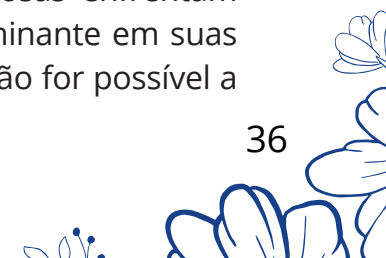
O racismo incorporado na sociedade é um fator que influencia aos negros que ao sempre estarem sofrendo com ele passam a replica-lo mesmo que não intencionalmente, o que reflete na maneira como o individuo se ve e ve aos outros, como relatado pela entrevistada. O racismo escancarado no padrão de beleza deve ser combatido para que a cultura e beleza negra seja vista e que esses estereótipos negativos que marginaliza essa população seja extinto da sociedade, o ato da pessoa negra valorizar seus traços e assumi-los orgulhosamente apresenta resistência ao mundo que não os enxerga verdadeiramente.

RESULTADOS DE PESQUISA





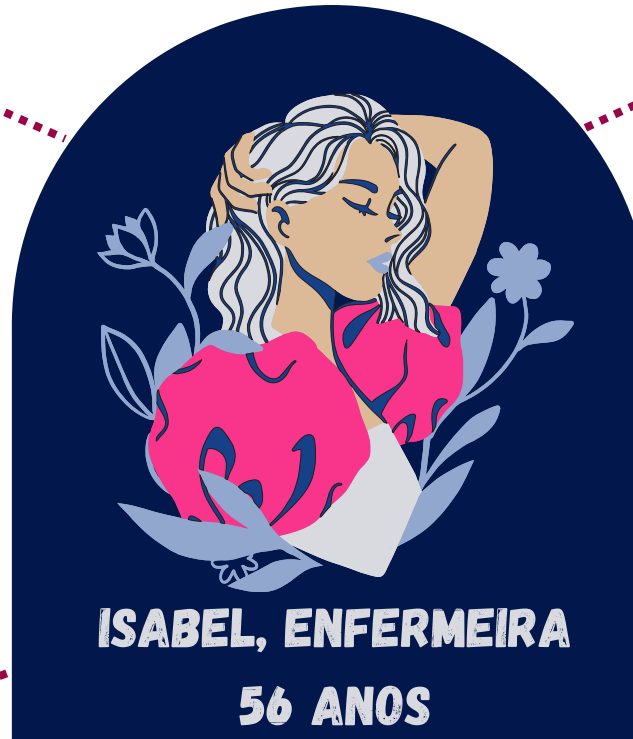
Conclui-se que a moda é um vetor de influência estética conforme a história, envolve aspectos comportamentais por não se tratar apenas sobre o que a pessoa veste. A moda comunica ao mundo aquilo o que quem a veste quer passar, estabelecendo presença e posição diante a sociedade. Com a inserção do indivíduo na sociedade em foco, a moda inclusiva se faz presente, não somente produzindo materiais confortáveis mas também acessíveis ao público. Ao discutir sobre o aumento da população idosa algumas problemáticas envolvendo-os são perceptíveis, como a falta de vestuário dedicado à eles, vestuário esse que deve levar em consideração as mudanças corporais em decorrência do envelhecimento mas não somente isso, a pessoa ao envelhecer não perde seus interesses nem desejos, querer vestir uma roupa confortável vai além de atender as demandas fisiológicas, o indivíduo deve se sentir bem ao usar aquela peça, deve se sentir bonito. É encontrado no mercado peças dedicadas a esse público, sejam elas adaptadas ou não, que não prezam pela estética isso pode se dar pelos estigmas relacionados ao envelhecimento, principalmente o de mulheres, falas como “Você está velha para usar essa roupa” “Uma mulher da sua idade não deveria se vestir assim” são reforçadas ao passar dos anos, invisibilizando toda uma trajetória de vida, desejos e conquistas, se expressar através de como escolheu se vestir é direito de todos, é importante a como nos comunicamos socialmente. Para que essa comunicação seja efetiva todos devem ter acesso a compra dessas vestimentas, realidade que se encontra distante pois segundo o Serasa em 2023, sete em cada dez idosos não consideram que o dinheiro de uma aposentadoria é o suficiente para viver, sendo assim, solucionar as barreiras encontradas no guarda roupas das idosas deve ser desenvolvida de forma acessível financeiramente para que o idoso não deva escolher entre necessidades e deveres encontrados para uma sobrevivência digna. A inclusão social é um compromisso com o próximo que tem como objetivo dar dignidade ao ser humano. Ao considerar a inclusão social, abre portas para que a sociedade integre aqueles marginalizados e excluídos. Reconhecendo e valorizando as diferenças e garantindo que todos tenham as mesmas oportunidades, independente de suas condições financeiras e sociais. A moda tem um papel importante nesse processo, como um meio de expressão da identidade de grupos sociais, ao tomar um direcionamento inclusivo promove a auto aceitação e o orgulho de ser quem se é e se expressar livremente. Por meio desta podendo prospectar uma sociedade mais justa e igualitária onde todos são vistos, respeitados e valorizados independente de sua faixa etária. Ao compreendermos a importância da moda na vida das pessoas e como isso pode ser um vetor de inclusão social, excludente ou não, as entrevistas com o público alvo, mulheres idosas, é de extrema importância para comprovar a teoria e evidenciar que essas mulheres necessitam de mais atenção ao se tratar da produção de roupas que as atendam, a população idosa é merecedora de conforto em sua velhice respeitando suas individualidades e gostos. Com as entrevistas foi possível compreender que as mulheres idosas enfrentam barreiras ao procurarem vestimentas que atenda a suas necessidades e gostos, mas esse não é um fator determinante em suas vidas, se querem vestir algo que não as compreende como público alvo elas adaptam as peças e as utilizam e se não for possível a adaptação elas apenas não usam sem maiores danos.



Pensa e sente

O tamanho das roupas é uma preocupação
Esta preocupada com o preço das roupas Se preocupa com a qualidade e a durabilidade

Pensa em roupas boas e confortáveis



Dicas de colegas de trabalho sobre lojas e marcas de roupas boas e baratas

Se sente influenciada por propagandas ou recomendações em redes sociais

Recebe comentários sobre as roupas que gosta e comprou

Escuta reclamações sobre o tamanho das roupas

Observa pessoas que usam roupas confortáveis e estilosas

A variedade de opções de roupas, mas que não são acessíveis

Nota a presença de marcas baratas, mas que não entregam qualidade

Observa o que mulheres maiores estão vestindo

Fala sobre a importância de encontrar roupas que combinem conforto e estilo independente da idade
Costuma comparar preços, disponibilidade de tamanhos e qualidade,

Fala e faz

Dores

Dificuldade em encontrar roupas baratas e que durem
Falta de tempo
Dificuldade em encontrar roupas de tamanhos maiores

Necessidades

Quer ter a certeza de que fez uma boa compra
Roupas que são confortáveis, bonitas e que atendam aos seus gostos pessoais e tamanho desejado

LIVRETO COMO PRODUTO FINAL DA PESQUISA

Com a conclusão da pesquisa foi constatado a importância da divulgação da temática trabalhada, para que a inclusão seja sempre pensada ao produzir, com isso em foco foi decidido a criação de um livreto como vetor desta divulgação para que não apenas aqueles que produzem em grande escala vejam, mais também pequenos empreendedores e pessoas físicas que adaptam suas peças de roupas.



O QUE É UM LIVRETO?

Um livreto é um pequeno livro que pode ser fabricado em várias formas e dimensões. Normalmente, o livreto tem o tamanho A5 ou A6, revestido com papel e finalizado com grampos. Devido às suas dimensões, os livretos são muito úteis para a promoção de vários conteúdos que não se adequam a um flyer.

O que tem no livreto desenvolvido?

Nome: "Roupas que Contam Histórias"

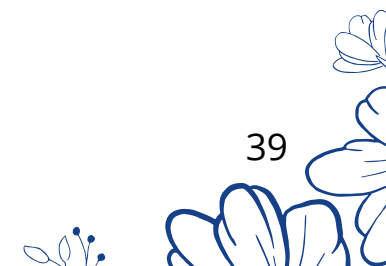
Apresentação: É preciso pensar cada vez mais na população que está envelhecendo e identificar barreiras que os impeça de viver uma vida saudável e sem maiores dificuldades além das acarretadas pelo envelhecimento, diante disso, a moda inclusiva pode ter um papel importante para resolver problemas relacionados ao vestuário desses indivíduos. Esse livreto traz a discussão sobre a importância da moda e vestuário para idosos e suas necessidades e gostos.

Sumário

1. Idosas e sua relação com a moda
2. Moda inclusiva e seu impacto social
3. Importância da inclusão social na moda
4. Moda e o corpo como figura de linguagem

Planejamento

Para o início do desenvolvimento do livreto foram agrupadas referências visuais para a possível composição das peças, essas referências abrangem exemplos de diagramação e paleta de cores



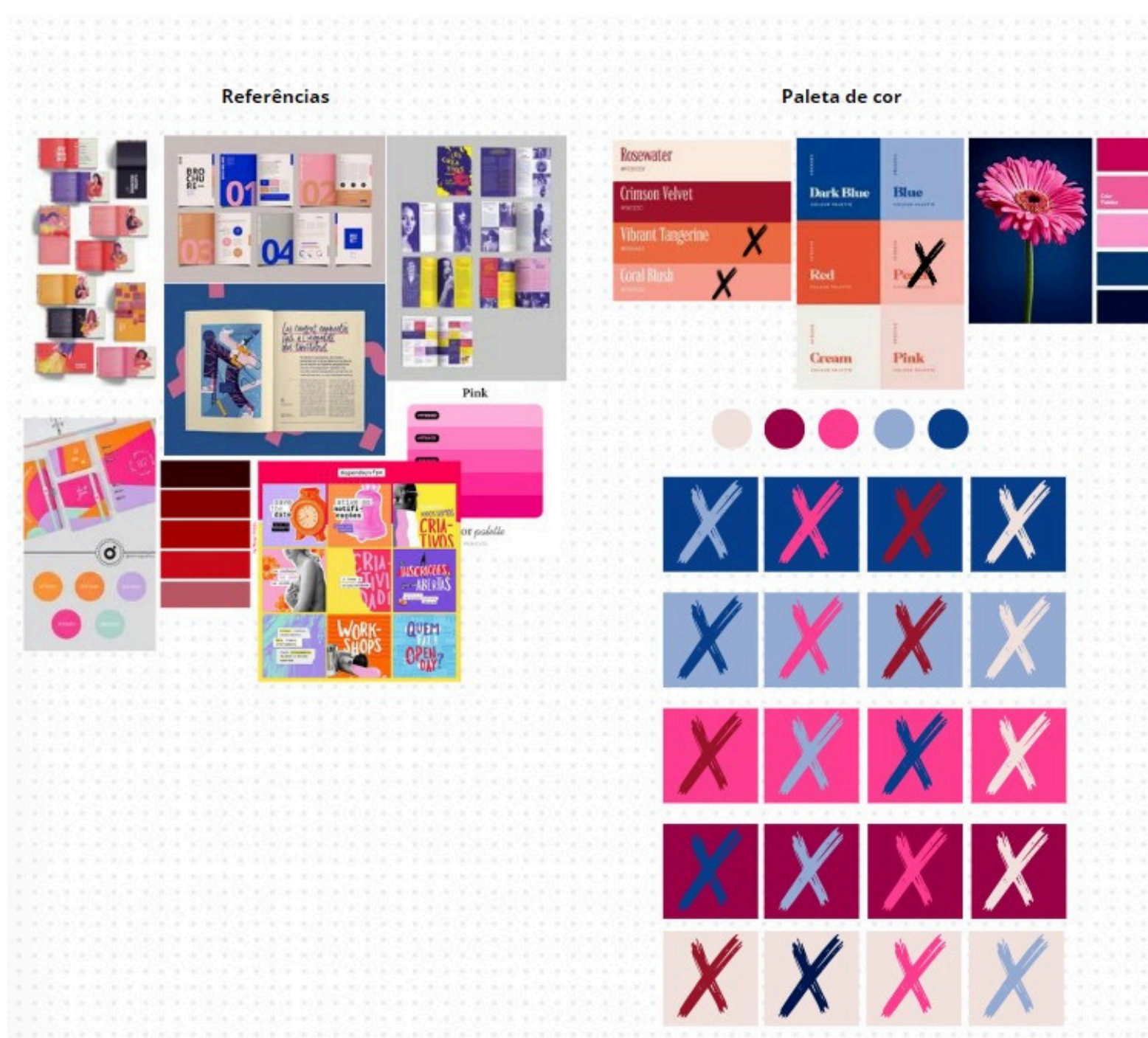


Figura 5: Referências e paleta de cores; Fonte: Autor

A partir das referências levantadas foi possível estabelecer a estética a ser seguida no livreto, levando em consideração a feminilidade e o intuito de chamar a atenção do público. Com a estética definida foi pensado em títulos que o livreto poderia levar, e como seria apresentado os textos através da tipografia e diagramação, sendo estabelecido os seguintes elementos:

Os nomes que poderiam representar o livreto foram analisados sendo eles:

"Estilo Sem Idade"

"Moda com Sabedoria"

"Elegância em Cada Etapa"

"A Beleza da Experiência"

"Viva a Moda: Idosas em Destaque"

"Renovando Estilos: Moda para Todas as Idades"

"Fashionistas da Maturidade"

"Roupas que Contam Histórias"

"Conforto e Estilo: O Guia da Mulher Idosa"

"Moda Inclusiva: Celebrando a Diversidade"

Ao refletir sobre qual representaria melhor o conteúdo do livreto, foi decidido pelo nome "Roupas que contam histórias" em referência a vida das mulheres, suas vivências que mantém relação com a moda e a maneira de se vestir independente de sua faixa etária.

Paleta de cores

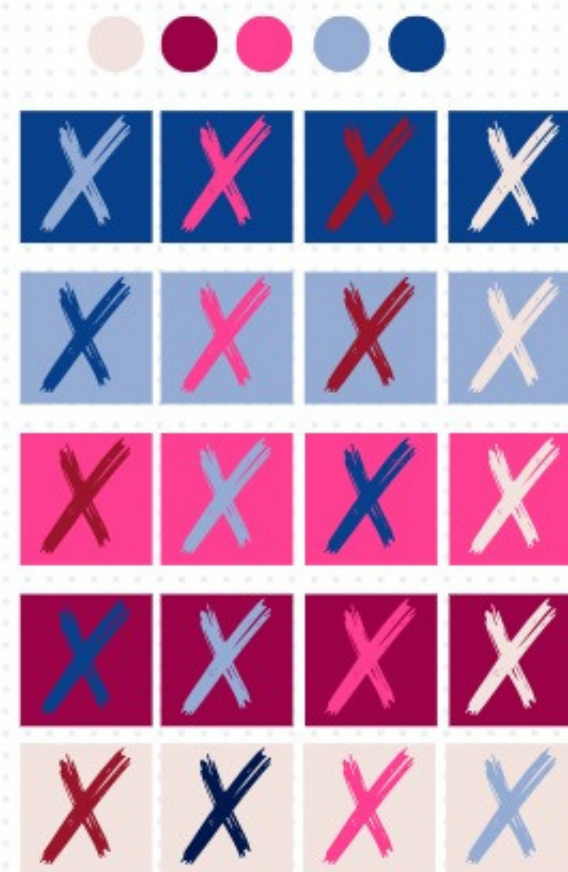


Figura 5: Paleta de cores; Fonte: Autor

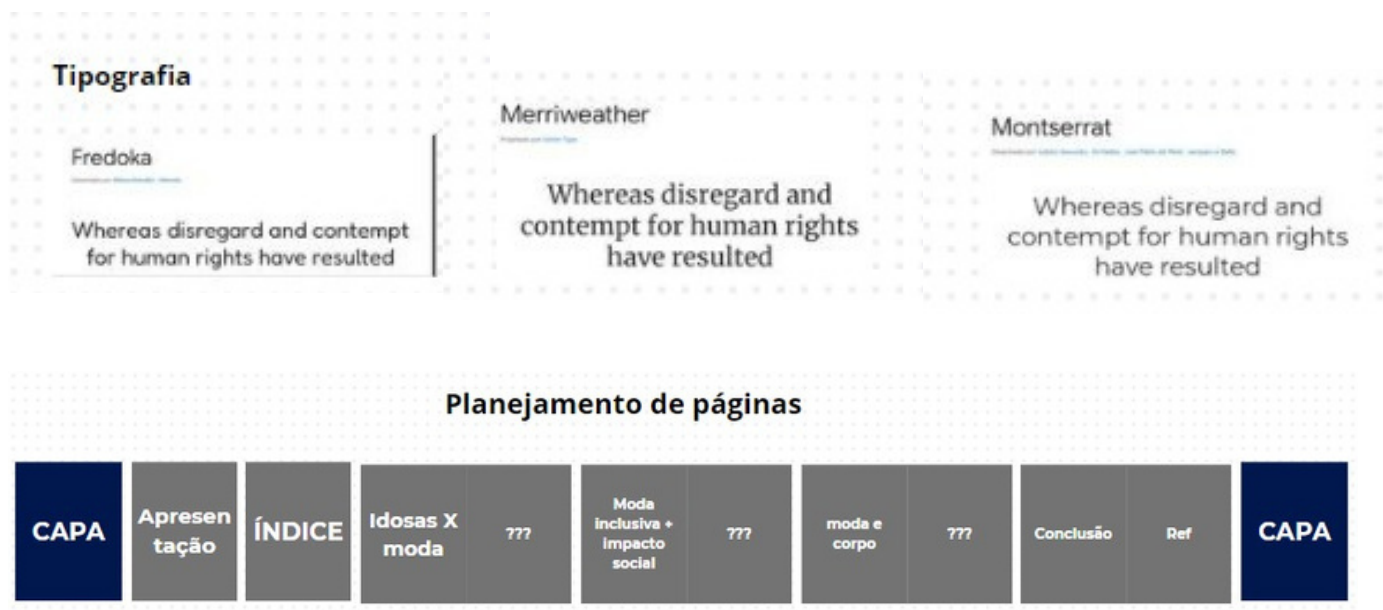
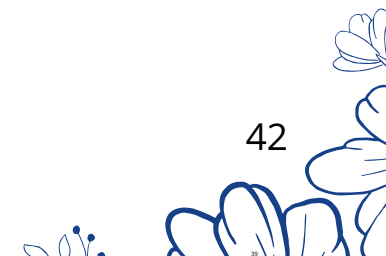


Figura 6 e 7: Escolha tipográfica e planejamento de páginas; Fonte: Autor

Levando em consideração esses aspectos, o livro foi diagramado e transformado em PDF, contendo os textos mencionados no sumário que também estão presentes na pesquisa, de maneira que a população tenha acesso a problemática de modo mais leve e sem repreensão. Para leitura integral do livreto, um PDF foi anexado



Sumário

01. Idosas e sua relação com a moda

02. Moda inclusiva e seu impacto social

03. Moda e o corpo como figura de linguagem

04. Conclusão

Roupas que contam histórias

Figura 8: Páginas do livreto desenvolvido; Fonte: Autor

COLEÇÃO CÁPSULA

Com a conclusão da pesquisa foi constatado, além da importância da divulgação da temática trabalhada, a necessidade da realização de uma coleção cápsula que atendesse as demandas dessas mulheres de forma lúdica e criativa, de maneira que atenda as exigências de adaptação sem perder a beleza e a diversão de compor looks a partir de seu gosto individual.



PROPOSTA DA COLEÇÃO

Conceito: A ideia da coleção seria usar diferentes flores como metáforas para as experiências e transformações da mulher idosa em relação à moda ao longo dos anos.

Cada flor representa uma fase da vida ou um aspecto da identidade feminina, como:

- **Rosa:** Simboliza a beleza e a elegância, refletindo a confiança que vem com a idade
- **Margarida:** Representa a simplicidade e a autenticidade, destacando a moda confortável e prática.
- **Orquídea:** Simboliza a sofisticação e a individualidade, mostrando como as mulheres idosas expressam sua identidade através da moda.
- **Girassol:** Simboliza a alegria e a vitalidade.
- **Lavanda:** Simboliza a calma e a serenidade. Pode representar a sabedoria adquirida ao longo dos anos.
- **Jasmim:** Simboliza a sensualidade e ao charme, o jasmim representa a auto aceitação e a valorização da beleza em todas as idades.

ESBOÇOS



Figura 9: Esboço camisetas; Fonte: Autor



Figura 10: Esboço camisetas; Fonte: Autor

Cada esboço levou em consideração as flores mencionadas anteriormente para ser desenvolvido.



Figura 11: Esboço peças de baixo e macacão; Fonte: Autor



Figura 12: Esboço vestido; Fonte: Autor

Cada esboço levou em consideração as flores mencionadas anteriormente para ser desenvolvido.



MODELOS FINAIS



GIRASSOL



LAVANDA



ORQUÍDEA



JASMIM



ROSA

Figura 13: Modelos finais escolhidos através dos esboços; Fonte: Autor

A CONFEÇÃO DE UMA PEÇA • PEÇA “JARDIM”

A confecção da peça levou em consideração as preferências da modelo, minha mãe, que se voluntariou para posar nas fotos presentes no projeto. A partir de conversas foi decidido iniciar a confecção de um vestido, uma peça que é constantemente usada pela modelo.

O conceito definido para a peça que se chamará “Jardim” seria reunir todas as fases representadas anteriormente pelas outras peças, de forma a celebrar a vida e a passagem por essas fases.



Figura 14: Costura do vestido; Fonte: Autor



Figura 15: Corte dos moldes; Fonte: Autor

Para desenvolver a peça eu tive o auxílio da minha avó que é uma ótima costureira, que me ajudou a cortar os moldes para confeccionar a peça de maneira correta. Com os moldes recortados a etapa de costura da peça se iniciou, essa etapa foi feita em um dia com uma máquinas de costura caseira. Costurar foi um desafio pessoal pois ainda não tenho a prática. Foi uma experiência incrível em que pude criar algo em conjunto com a minha avó.

A ESCOLHA DOS TECIDOS

PEÇA “JARDIM”



Figura 16: Tecido escolhido; Fonte: Autor

FICHA TÉCNICA	PREÇO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR
TECIDO	\$30 O METRO	VISCOSE 100%	EMPÓRIO DOS TECIDOS
AVIAMENTOS (....)	\$XXX	BOTÕES E LINHA	JÁ TINHA EM CASA

Com intuito de representar um jardim a escolha do tecido foi grandemente influenciada pela disposição das estampas e pelas flores representadas

RESULTADOS



Figura 17: Resultado final do vestido produzido; Fonte: Autor

RESULTADOS



Figura 18: Resultado final do vestido produzido; Fonte: Autor

Agradeço imensamente a minha mãe por tornar meu sonho mais possível a cada dia, muito obrigada por sempre acreditar em mim e me incentivar. Que sempre você esteja assim, radiante com um sorriso no rosto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



Quando o fim da faculdade foi se aproximando, cada vez mais o trabalho de conclusão de curso martelava em meus pensamentos, e com isso em mente tomei a decisão de desenvolver uma iniciação científica, com um tema que fizesse sentido para minha vida, para torná-lo futuramente em meu TCC, e assim foi feito. O tema da moda sempre foi do meu interesse e ao cursar design a vontade de sanar dificuldades com meu trabalho se fez necessária, juntando os dois fatores, produzir com foco na moda inclusiva se estabeleceu.

A decisão de desenvolver moda inclusiva para mulheres idosas veio a partir de conversar com a minha orientadora que sugeriu trabalhar com idosos e a partir disso fui afunilando a área de pesquisa até chegar a temática “Moda inclusiva: A importância do vestuário para mulheres idosas, suas possíveis adaptações e acessibilidade de compra”, pesquisar nessa área foi algo gratificante mas também um desafio, o processo de desenvolvimento foi interessante e divertido.

Este projeto possibilitou a aplicação de conhecimentos adquiridos na graduação ao longo dos quatro anos, como diferentes metodologias de pesquisa, estudo de público alvo e desenvolvimento de projetos. O desafio de desenvolver uma coleção cápsula serviu para aprimorar a minha capacidade de criar grandes projetos, e ver que a formação em design abre um novo mundo completo de oportunidades, o quão plural é ser de fato um designer.

Em relação à coleção cápsula desenvolvida, o representado neste relatório seria apenas o início de um projeto que pode se tornar muito maior em uma continuação do projeto no futuro, ao criar uma coleção completa, uma sessão fotográfica e até mesmo um desfile, assim alcançando mais pessoas e disseminando a importância de produzir para a população idosa que está em crescimento, e deve ser sempre valorizada, respeitando suas individualidades para assim proporcionar uma velhice digna, confortável e uma etapa gloriosa de ser vivida.

Espero que este trabalho possa servir de inspiração no desenvolvimento de projetos de outros alunos, mostrando que é possível associar seus gostos e interesses pessoais como motivação para desenvolver projetos incríveis que se identifiquem.



REFERÊNCIAS

- 57% dos consumidores da terceira idade não têm qualquer reserva de dinheiro, aponta SPC Brasil. Disponível em: <http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgltclfindmkaj/https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/spc_brasil_release_id_osos_vida_financeira_vf.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2024.
- AMANDA QUEIROZ CAMPOS, B. W. O Conceito de Tendência na Moda: significado, histórico, conotação. Disponível em: <<http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgltclfindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/5140/514056552004/514056552004.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2024.
- BRANDÃO, D. V. PADRÃO DE BELEZA E RACISMO NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DE MULHERES NEGRAS. Disponível em: <<https://repositorio.facitec.net/wp-content/uploads/tainacan-items/91/2104/TCC-PADRAO-DE-BELEZA-E-RACISMO-NA-CONSTRUC-AO-DA-IDENTIDADE-DE-.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2024.
- Comunicação, consumo e moda: entre os roteiros das aparências. Disponível em: <<https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/39/39>>. Acesso em: 3 jun. 2024.
- COSTA, K. M. S. et al. PERFIL ANTROPOMÉTRICO, FUNCIONAL E COGNITIVO DE IDOSOS NÃO INSTITUCIONALIZADOS. Revista Brasileira de Pesquisa em Ciências da Saúde, v. 3, n. 2, p. 28–35, 2017.
- CUPERTINO, A. P. F. B.; ROSA, F. H. M.; RIBEIRO, P. C. C. Definição de envelhecimento saudável na perspectiva de indivíduos idosos. Psicologia, v. 20, n. 1, p. 81–86, 2007.
- DA ROCHA, J. A. O envelhecimento humano e seus aspectos psicossociais. Revista FAROL, v. 6, n. 6, p. 78–89, 2018.
- DA SILVA STEFANI, P. MODA E COMUNICAÇÃO: A INDUMENTÁRIA COMO FORMA DE EXPRESSÃO. Disponível em: <<https://www2.ufjf.br/facom/files/2013/04/PSilva.pdf>>. Acesso em: 2 jun. 2024.
- DE OLIVEIRA, C. M. A QUEBRA DO PADRÃO DE BELEZA: A ACEITAÇÃO DA MULHER NEGRA NA SOCIEDADE. Disponível em: <https://www.editorarealize.com.br/editora/ebooks/sinafro/2018/TRABALHO_EV118_MD2_SA5_ID283_11042018215205.pdf>. Acesso em: 28 set. 2024. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6277565.pdf>>. Acesso em: 8 nov. 2023.
- Envelhecimento ativo: mulheres maduras e suas percepções sobre a moda. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5140/514054174017/html/>>. Acesso em: 27 mar. 2024.
- FEGHALI, M. K. O mercado de consumo de moda. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/189/188>>. Acesso em: 3 jun. 2024.

FERNANDES, V. B.; SOUZA, M. C. C. C. DE. Identidade Negra entre exclusão e liberdade. Revista do Instituto de Estudos Brasileiros, n. 63, p. 103–120, 2016.

FYSKATORIS, A. A democratização da moda em São Paulo (1950-2011). Disponível em:
<<https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/12752>>. Acesso em: 3 jun. 2024.

HERÉDIA, T. 70% dos idosos acha que dinheiro de uma aposentadoria não é suficiente para viver, diz pesquisa. Disponível em:
<<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/70-dos-idosos-acha-que-dinheiro-de-uma-aposentadoria-nao-e-suficiente-para-viver-diz-pesquisa/>>. Acesso em: 27 mar. 2024.

INFOMONEY, E. Classes D e E continuarão a ser mais da metade da população até 2024, projeta consultoria. Disponível em:
<<https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/classes-d-e-e-continuarao-a-ser-mais-da-metade-da-populacao-ate-2024-projeta-consultoria/>>. Acesso em: 3 jun. 2024.

MADEIRA, M. 100 anos de evolução da moda feminina. Disponível em: <<https://escsmagazine.escs.ipl.pt/moda/>>. Acesso em: 27 mar. 2024.

MAFRA, P. História da Moda, de 1920 aos dias atuais. Disponível em: <<https://projetoestilounico.com/historia-da-moda/>>. Acesso em: 28 mar. 2024.

MASSOUD, I. Incluindo moda: moda como fator de inclusão social. Disponível em:
<<https://dspace.mackenzie.br/items/f1a01d00-462e-474d-8892-473a57d5a076>>. Acesso em: 3 jun. 2024.

MASSOUD, I. UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS CURSO DE JORNALISMO. Disponível em:
<<https://adelpha-api.mackenzie.br/server/api/core/bitstreams/e3cc7e10-16fb-4a19-9082-3b23754aae5f/content>>. Acesso em: 2 jun. 2024.

Moda Inclusiva: A necessidade da moda inclusiva no mundo de hoje, Disponível em:
<http://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/958/1/20152S_PEREIRAAndrea_CD2513.pdf>. Acesso em: 6 oct. 2023.

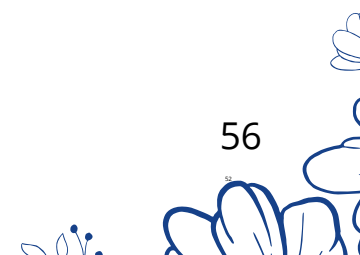
NETTO, M.; DE, F. L. Aspectos biológicos e fisiológicos do envelhecimento humano e suas implicações na saúde do idoso. Pensar a Prática, 2004.

NORONHA, I. A. A relação da moda com a terceira idade: as vovós fashionistas. 2021.

O vestir na vida dos idosos: contribuições da ergonomia e das tecnologias assistivas. Disponível em:
<<http://file:///C:/Users/04mar/Downloads/sromn,+5-+O+vestir+na+vida+dos+idosos.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2024.

ROMMEL ALMEIDA FECHINE, B. O PROCESSO DE ENVELHECIMENTO: AS PRINCIPAIS ALTERAÇÕES QUE ACONTECEM COM O IDOSO COM O PASSAR DOS ANOS. InterScience Place, v. 1, n. 20, p. 106–132, 2012.

Roupas para idosos: você sabe como escolher a ideal? Disponível em:



<<https://guardioesdevidas.com/15/02/2018/roupas-para-idosos-voce-sabe-como-escolher-a-ideal/>>. Acesso em: 27 mar. 2024.

SALVADOR, S. I. L. A Importância da Moda Moda, Linguagem, Individualidade e Estética. Disponível em:

<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/10630/1/7653_16416.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2024.

SENADO FEDERAL DO BRASIL. O que é Inclusão social. Disponível em:

<<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?t=11740>>. Acesso em: 3 jun. 2024.

SILVA RUIZ MATRÍCULA, J. CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS -FASA CURSO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA DISCIPLINA : MONOGRAFIA CURRICULAR PROFESSORA ORIENTADORA: FLOR MARLENE E LOPES A MODA COMO PROCESSO DE LINGUAGEM. Disponível em:

<<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1281/2/20079050.pdf>>. Acesso em: 10 oct. 2023.

Torres GDV, Reis LAD, Reis LAD, Fernandes MH, Xavier TT. Relação entre funcionalidade familiar e capacidade funcional de idosos dependentes no município de Jequié (BA). Revista Baiana de Saúde Pública. 2011.

Vestimos Mulheres Reais: A Importância da Moda Inclusiva. Disponível em:

<<https://cheiadeamorstore.com.br/vestimos-mulheres-reais-a-importancia-da-moda-inclusiva/>>. Acesso em: 3 jun. 2024

VIANNA, C.; QUARESMA, M. ERGONOMIA DO VESTUÁRIO PARA IDOSAS DE 60 A 75 ANOS. Ergodesign & HCI, v. 7, n. Especial, p. 1, 2019.

Vista do A consumidora da terceira idade: moda e identidade. Disponível em:

<<https://ijbmkt.emnuvens.com.br/ijbmkt/article/view/10/a%20consumidora%20da%20terceira%20idade%3A%20moda%20e%20identidade>>. Acesso em: 24 jan. 2024.

Vista do Envelhecimento Humano e as Alterações na Postura Corporal do Idoso. Disponível em:

<https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_ciencias_saude/article/view/1081/876>. Acesso em: 22 jan. 2024.

