

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

MARINA RAMOS DE ANDRADE
PÂMELA YUMI NAKA

DESIGN INCLUSIVO: INDEPENDÊNCIA A DEFICIENTES VISUAIS

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2014

MARINA RAMOS DE ANDRADE

PÂMELA YUMI NAKA

DESIGN INCLUSIVO: INDEPENDÊNCIA A DEFICIENTES VISUAIS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de Tecnólogo em
Design de Moda, da Universidade
Tecnológica Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Tamissa Juliana Barreto
Berton

APUCARANA

2014



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Apucarana
CODEM – Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em
Design de Moda



TERMO DE APROVAÇÃO
Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 107
Design inclusivo: independência a deficientes visuais
por

PAMELA YUMI NAKA
MARINA RAMOS DE ANDRADE

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos trinta e um dias do mês de julho do ano de dois mil e quatorze, às vinte e duas horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, Linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento do Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. As candidatas foram arguidas pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) ROSIMEIRI NAOMI NAGAMATSU – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) PATRÍCIA BEDIN ALVES PEREIRA – EXAMINADOR(A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

RESUMO

ANDRADE, Marina Ramos de; NAKA, Pâmela Yumi. **Design Inclusivo: independência a deficientes visuais**. 2014. 115 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design de Moda) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2014.

A deficiência visual atinge uma considerável parcela da população brasileira e acontece por diversas causas, algumas congênitas, outras adquiridas ao longo da vida, concebendo-se por deficiente visual tanto a pessoa cega quanto a portadora de visão subnormal. O design inclusivo considera, dentre outros, a criação de produtos de moda a fim de melhorar o cotidiano dos deficientes visuais. Para isso, existe a área do conhecimento denominada tecnologia assistiva e por meio dela torna-se possível que a pessoa com deficiência realize atividades que seriam muito difíceis ou até mesmo impossíveis sem o seu uso. Além disso, o domínio de mobilidade e orientação e das atividades de vida autônoma e social, das quais o ato de vestir-se faz parte, são essenciais para a conquista de independência. Baseando-se nisso, novas maneiras de oferecer produtos de moda aos deficientes visuais são urgentes no mercado atual. Ao final da revisão teórica deste trabalho, é esclarecida sucintamente a história da ergonomia, seu conceito e sua importância em diversas áreas, sendo que no design de moda ela é absolutamente necessária e sua aplicação considera inúmeros produtos que concebem o vestuário e seus acessórios. Na metodologia, foi adotada pesquisa de campo exploratória, que teve como enfoque fatores qualitativos e foi realizada em forma de um questionário simples e lúdico. Por fim, analisa-se que, como a indumentária precisa adaptar-se às incontáveis diferenças entre os tipos físicos dos indivíduos, percebeu-se que o design de moda apresenta inúmeras condições para a concepção de produtos os quais respeitem as características individuais de cada um, repensando novas formas de incluir os deficientes visuais à sociedade.

Palavras-chave: Deficiência visual. Design inclusivo. Moda.

ABSTRACT

ANDRADE, Marina Ramos de; NAKA, Pâmela Yumi. **Inclusive Design: independence to the visually impaired**. 2014. 115 pages. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design de Moda) - Federal Technology University - Paraná. Apucarana, 2014.

Visual impairment affects a considerable portion of the Brazilian population and happens by different reasons, some congenital, others acquired throughout life, conceiving as visually impaired both blind person as the carrier of low vision. Inclusive design considers, among others, the creation of fashion products to improve the daily lives of the visually impaired. For this, there is an area of knowledge called assistive technology, and through it, it's possible that the person with disabilities perform activities that would be very difficult or even impossible without its use. Besides, the domain of mobility and orientation and of the autonomous social life and activities, in which the act of dressing up is part, is essential for the achievement of independence. Based on this, new ways to provide fashionable products to the visually impaired are urgent in the current market. In the end of the theoretic review of this study, is briefly clarified the history of the ergonomics, its concept and its importance in several areas, whereas in the fashion design it is absolutely necessary and its application considers innumerable products that conceive clothing and accessories. In the methodology, it was adopted an exploratory field research, which had focus on qualitative factors and was conducted in the form of a simple and playful questionnaire. Finally, it is analyzed that as the clothing needs to adapt to the countless differences between physical types of individuals, it was realized that the fashion design presents numerous conditions to design products that respect the individual characteristics of each one, rethinking new ways to incorporate visual impaired to society.

Keywords: Visual impairment. Inclusive design. Fashion.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – CRONOGRAMA DE TRABALHO	25
TABELA 2 – MIX DE COLEÇÃO	42

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – RESULTADO DA 1ª PERGUNTA	27
GRÁFICO 2 – RESULTADO DA 2ª PERGUNTA	28
GRÁFICO 3 – RESULTADO DA 3ª PERGUNTA	28
GRÁFICO 4 – RESULTADO DA 4ª PERGUNTA	29
GRÁFICO 5 – RESULTADO DA 5ª PERGUNTA	29
GRÁFICO 6 – RESULTADO DA 6ª PERGUNTA	30
GRÁFICO 7 – RESULTADO DA 7ª PERGUNTA	30
GRÁFICO 8 – RESULTADO DA 8ª PERGUNTA	31
GRÁFICO 9 – RESULTADO DA 9ª PERGUNTA	31
GRÁFICO 10 – RESULTADO DA 10ª PERGUNTA	32
GRÁFICO 11 – RESULTADO DA 11ª PERGUNTA	32

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – AMOSTRAS DE TEXTURAS 1.....	23
FIGURA 2 – AMOSTRAS DE TEXTURAS 2.....	24
FIGURA 3 - LOGOMARCA	36
FIGURA 4 - EMBALAGEM	36
FIGURA 5 – TAG	37
FIGURA 6 – PÚBLICO - ALVO	38
FIGURA 7 – REFERÊNCIA DA COLEÇÃO	41
FIGURA 8 - FORMAS	42
FIGURA 9 – PAINEL SEMÂNTICO	43
FIGURA 10 – CARTELA DE CORES.....	44
FIGURA 11 – CARTELA DE ESTAMPAS	45
FIGURA 12 – CARTELA DE MATERIAIS	46
FIGURA 13 – LOOK 1.....	47
FIGURA 14 – LOOK 2.....	48
FIGURA 15 – LOOK 3.....	49
FIGURA 16 – LOOK 4.....	50
FIGURA 17 – LOOK 5.....	51
FIGURA 18 – LOOK 6.....	52
FIGURA 19 – LOOK 7	53
FIGURA 20 – LOOK 8.....	54
FIGURA 21 – LOOK 9.....	55
FIGURA 22 – LOOK 10.....	56
FIGURA 23 – LOOK 11.....	57
FIGURA 24 – LOOK 12.....	58
FIGURA 25 – LOOK 13.....	59
FIGURA 26 – LOOK 14.....	59
FIGURA 27 – LOOK 15.....	60
FIGURA 28 – LOOK 16.....	60
FIGURA 29 – LOOK 17	61
FIGURA 30 – LOOK 18.....	61
FIGURA 31 – LOOK 19.....	62
FIGURA 32 – LOOK 20.....	62
FIGURA 33 – LOOK 21.....	63
FIGURA 34 – LOOK 22.....	63
FIGURA 35 – LOOK 23.....	64
FIGURA 36 – LOOK 24.....	64
FIGURA 37 – LOOK 25.....	65

FIGURA 38 – FICHA TÉCNICA CAMISETA FEMININA 1	66
FIGURA 39 – FICHA TÉCNICA CAMISETA FEMININA 2	67
FIGURA 40 – FICHA TÉCNICA CAMISETA FEMININA 3	67
FIGURA 41 – FICHA TÉCNICA CAMISETA FEMININA 4	68
FIGURA 42 – FICHA TÉCNICA COLETE 1	69
FIGURA 43 – FICHA TÉCNICA COLETE 2	70
FIGURA 44 – FICHA TÉCNICA COLETE 3	70
FIGURA 45 – FICHA TÉCNICA SHORT SAIA 1	71
FIGURA 46 – FICHA TÉCNICA SHORT SAIA 2	72
FIGURA 47 – FICHA TÉCNICA SHORT SAIA 3	72
FIGURA 48 – FICHA TÉCNICA SHORT SAIA 4	73
FIGURA 49 – FICHA TÉCNICA MACACÃO 1	74
FIGURA 50 – FICHA TÉCNICA MACACÃO 2	75
FIGURA 51 – FICHA TÉCNICA MACACÃO 3	76
FIGURA 52 – FICHA TÉCNICA MACACÃO 4	76
FIGURA 53 – FICHA TÉCNICA CALÇA FLARE 1	77
FIGURA 54 – FICHA TÉCNICA CALÇA FLARE 2	78
FIGURA 55 – FICHA TÉCNICA CALÇA FLARE 3	78
FIGURA 56 – FICHA TÉCNICA CAMISA FEMININA 1	79
FIGURA 57 – FICHA TÉCNICA CAMISA FEMININA 2	80
FIGURA 58 – FICHA TÉCNICA CAMISA FEMININA 3	81
FIGURA 59 – FICHA TÉCNICA CAMISA POLO 1	82
FIGURA 60 – FICHA TÉCNICA CAMISA POLO 2	83
FIGURA 61 – FICHA TÉCNICA CAMISA POLO 3	84
FIGURA 62 – FICHA TÉCNICA CAMISA POLO 4	84
FIGURA 63 – FICHA TÉCNICA BERMUDA 1	85
FIGURA 64 – FICHA TÉCNICA BERMUDA 2	86
FIGURA 65 – FICHA TÉCNICA BERMUDA 3	87
FIGURA 66 – FICHA TÉCNICA BERMUDA 4	87
FIGURA 67 – FICHA TÉCNICA CAMISETA MASCULINA 1	88
FIGURA 68 – FICHA TÉCNICA CAMISETA MASCULINA 2	89
FIGURA 69 – FICHA TÉCNICA CAMISETA MASCULINA 3	89
FIGURA 70 – FICHA TÉCNICA CALÇA MASCULINA 1	90
FIGURA 71 – FICHA TÉCNICA CALÇA MASCULINA 2	91
FIGURA 72 – FICHA TÉCNICA CALÇA MASCULINA 3	92
FIGURA 73 – FICHA TÉCNICA CALÇA JEANS 1	93
FIGURA 74 – FICHA TÉCNICA CALÇA JEANS 2	94
FIGURA 75 – FICHA TÉCNICA CALÇA JEANS 3	95
FIGURA 76 – FICHA TÉCNICA CAMISA MASCULINA 1	96
FIGURA 77 – FICHA TÉCNICA CAMISA MASCULINA 2	97
FIGURA 78 – FICHA TÉCNICA CAMISA MASCULINA 3	98

FIGURA 79 – FICHA TÉCNICA CAMISA MASCULINA 4.....	98
FIGURA 80 – PRANCHA 1	99
FIGURA 81 – PRANCHA 2	99
FIGURA 82 – PRANCHA 3	100
FIGURA 83 – PRANCHA 4	100
FIGURA 84 – PRANCHA 5	101
FIGURA 85 – PRANCHA 6	101
FIGURA 86 – LOOK CONFECCIONADO 1	102
FIGURA 87 – LOOK CONFECCIONADO 2	102
FIGURA 88 – LOOK CONFECCIONADO 3	103
FIGURA 89 – LOOK CONFECCIONADO 4	103
FIGURA 90 – LOOK CONFECCIONADO 5	104
FIGURA 91 – LOOK CONFECCIONADO 6	104
FIGURA 92 – SITE.....	105
FIGURA 93 – MAQUIAGEM DESFILE.....	107
FIGURA 94 – CABELO DESFILE	107
FIGURA 95 – SEQUÊNCIA DE DESFILE	108

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 OBJETIVOS.....	10
1.1.1 Objetivo Geral	10
1.1.2 Objetivo Específicos	10
1.1.3 Justificativa	10
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1 DEFICIÊNCIA VISUAL.....	11
2.2 DESIGN INCLUSIVO	12
2.3 TECNOLOGIA ASSISTIVA	14
2.4 PEDAGOGIA NA DEFICIÊNCIA VISUAL	15
2.4.1 Mobilidade e Orientação	15
2.4.2 Atividades de Vida Autônoma e Social	17
2.5 ERGONOMIA	18
3 METODOLOGIA.....	22
3.1 TIPO DE PESQUISA	22
3.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS	22
3.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	24
3.4 CRONOGRAMA DE TRABALHO	24
3.5 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA	26
3.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	26
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	33
4.1 EMPRESA	33
4.1.1 A Empresa	33
4.1.2 Porte	33
4.1.3 Conceito da Marca.....	33
4.1.4 Segmento e Distribuição	34
4.1.5 Concorrentes	34
4.1.6 Sistemas e Pontos de Venda.....	34
4.1.7 Preços Praticados e Promoção.....	35
4.1.8 Marketing	35
4.1.9 Planejamento Visual e Embalagem	35
4.2 PÚBLICO-ALVO	37
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS.....	38
4.3.1 Macrotendência	38
4.3.2 Microtendências.....	39
5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	40
5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	40

5.1.1 Especificações do Projeto.....	40
5.1.2 Nome e Conceito da Coleção	40
5.1.3 Referência da Coleção	40
5.1.4 Cores, Materiais e Formas.....	41
5.1.5 Tecnologias.....	42
5.1.6 Mix de Coleção	42
5.2 PAINEL SEMÂNTICO	43
5.3 CARTELA DE CORES.....	44
5.4 CARTELA DE ESTAMPAS	45
5.5 CARTELA DE MATERIAIS	46
5.6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	47
5.7 FICHAS TÉCNICAS.....	66
5.8 PRANCHAS	99
5.9 LOOKS CONFECCIONADOS	102
5.10 SITE E CATÁLOGO	105
5.11 DESFILE.....	106
CONSIDERAÇÕES FINAIS	109
REFERÊNCIAS.....	110
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO	113

1 INTRODUÇÃO

Apesar de o braille proporcionar ampla independência aos portadores de deficiência visual, aqueles que não o dominam também necessitam lutar incessantemente pela sua autonomia. Para isso, o design inclusivo engloba, entre outros, conceitos de tecnologia assistiva, área do conhecimento que se refere a qualquer produto, serviço ou sistema que aumente, mantenha ou melhore as habilidades funcionais de uma pessoa com deficiência. Nesse sentido, segundo a associação LaraMara, os demais sentidos - principalmente o tato e a audição - se tornam alvos dessa tecnologia assistiva, a fim de proporcionar aos deficientes visuais as impressões sobre a realidade em que vivem.

A fim de reiterar a independência dos deficientes, há o trabalho de orientação e mobilidade, que utiliza os seus sentidos remanescentes para estabelecer a própria posição e também o relacionamento com os objetos. Conjugadas com essas práticas, as atividades da vida social permitem ao deficiente visual que seu cotidiano seja facilitado. O ato de vestir-se é enquadrado nesse item, já que se torna extremamente trabalhoso para quem não enxerga. Portanto, são necessárias alternativas de indumentária para essas pessoas, ou seja, é necessário que o mercado considere essa parcela da população em sua produção, favorecendo-lhe a conquista da autossuficiência.

Entende-se que para produzir peças de roupa é indispensável uma análise ergonômica, a qual considera inúmeros produtos que concebem o vestuário e seus acessórios. (Martins, 2008)

Assim, observando-se a realidade atual e analisando-se o número de deficientes que a compõe, percebe-se que nenhuma sociedade pode se considerar bem sucedida se não proporcionar a todos os seus membros uma boa qualidade de vida, o que equivale a desenvolver um olhar especial para todos, respeitando a diversidade humana. Para isso, o Design de Moda deve utilizar-se de todos os seus recursos a fim de contribuir com uma comunidade mais justa e igualitária.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Proporcionar a deficientes visuais a máxima independência possível em seu cotidiano por meio de produtos de moda.

1.1.2 Objetivo Específicos

- Conhecer a deficiência visual e o braile;
- Esclarecer conceitos de design inclusivo;
- Buscar conceitos pedagógicos a fim de compreender a adaptação dos cegos;
- Pesquisar tecidos texturizados e acabamentos têxteis;
- Desenvolver peças de roupa e cartela de cores e de materiais adaptadas ao público-alvo.

1.1.3 Justificativa

Para o ano de 2004, segundo Ávila, Gonçalves e Louzada, as estimativas sobre o número de cegos no Brasil eram cerca de um milhão de indivíduos, sendo que a maioria não era alfabetizada no sistema braille. Já no censo de 2010, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2012), a deficiência visual acometia 18,8% da população brasileira. Baseando-se nesses dados, justifica-se desenvolver um trabalho que auxilie no cotidiano dos cegos a fim de proporcionar-lhes o máximo de independência, resgatando possíveis problemas de autoestima e oportunizando-lhes momentos de prazer ao se vestirem. Além disso, por meio de conversas informais, percebeu-se que os deficientes visuais sentem necessidade de uma vestimenta mais adequada à sua realidade, contendo detalhes que facilitem o seu cotidiano, além de lojas com funcionários melhor preparados para oferecer esses produtos, respeitando as suas limitações.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 DEFICIÊNCIA VISUAL

A deficiência visual “se refere ao espectro que vai da cegueira até a visão subnormal” (BRUNO E MOTA, 2001). A visão subnormal também é conhecida como baixa visão e refere-se à “alteração da capacidade funcional decorrente de fatores como rebaixamento significativo da acuidade visual, redução importante do campo visual e da sensibilidade aos contrastes e limitação de outras capacidades”. Para esse grau de dificuldade, existem óculos e lupas que auxiliam a distinguir claridade, vultos e objetos próximos a ela. Já a cegueira (perda total da visão) pode ser adquirida ou congênita, sendo que o indivíduo que nasce enxergando e perde a visão, “guarda memórias visuais, consegue lembrar das imagens, luzes e cores que conheceu e isso é muito útil para sua readaptação.”

As causas mais frequentes de cegueira e de baixa visão, segundo Bruno e Mota (2001) são:

- Retinopatia da prematuridade causada pela imaturidade da retina, em decorrência de parto prematuro ou de excesso de oxigênio na incubadora;
- Catarata congênita em consequência de rubéola ou de outras infecções na gestação;
- Glaucoma congênito (hereditário ou causado por infecções);
- Atrofia óptica;
- Degenerações retinianas e alterações visuais corticais;
- Diabetes;
- Descolamento de retina;
- Traumatismos oculares.

Percebe-se que os sentidos de audição, olfato, paladar e tato são mais desenvolvidos pelas pessoas cegas, já que elas recorrem a essas sensações com mais frequência do que quem enxerga. A percepção de ruídos mais baixos é essencial para orientação e mobilidade, o olfato e o paladar podem funcionar como

sinais de alerta e o tato não se limita só à utilização das mãos, visto que o corpo como um todo expressa sentimentos e desejos.

Usufruindo do tato aguçado, os deficientes visuais são alfabetizados pelo sistema braille, que “é um processo de escrita e leitura baseado em 64 símbolos em relevo, resultantes da combinação de até seis pontos dispostos em duas colunas de três pontos cada” (COSTA). Esse código foi criado pelo francês Louis Braille em 1925, porém o Brasil só foi conhecê-lo em 1954, por meio do Instituto Benjamin Constant, no Rio de Janeiro.

Atualmente, segundo Souza, existem máquinas de escrever adaptadas ao braille e computadores que transformam o comando de voz em um texto em braille. Percebe-se, então, que os deficientes visuais só alcançarão o máximo de independência possível no momento em que dominarem essa forma de escrita, podendo “produzir conhecimento, realizar projetos e, principalmente, sentir o mundo à sua maneira”.

Apesar disso, cegos e portadores de baixa visão que não dominam o braille também necessitam lutar incessantemente pela sua autonomia, já que é somente desse modo que conquistarão o lugar que lhes é de direito na sociedade, atingindo objetivos pessoais cotidianos e também metas de longo prazo. Para isso, o design inclusivo oferece diversos recursos que precisam ser conhecidos e utilizados pelos deficientes e pela sociedade em geral a fim de que a igualdade de direitos entre os cidadãos seja situação rotineira.

2.2 DESIGN INCLUSIVO

Primeiramente, deve-se esclarecer conceitos de design universal e de design inclusivo, pois são facilmente confundidos.

O design universal aplica-se em um produto para potencializar o seu uso, fazendo-o útil ao maior número de pessoas possível, sejam quais forem as suas capacidades físicas e intelectuais. “Do ponto de vista do design universal, o objetivo não é apenas projetar para pessoas com limitações, mas sobretudo não as excluir da utilização de um produto ou ambiente, porque tornar a universalidade de utilização deve ser um desígnio espontâneo de quem projeta.” (CRUZ, 2010, p. 6)

Ou seja, designers, arquitetos e outros projetistas precisam aplicar a universalidade em suas criações, agregando qualidade significativa ao seu produto.

Cruz (2010) ratifica que o design universal surgiu com o processo de produção em massa, implementado por Henry Ford no início do século XX, originando produtos estética e ergonomicamente concebidos para o público em geral. Essas mudanças ocorreram por questões de redução de custos e otimização da produção. No entanto, somente no final da década de 40, após a Segunda Guerra Mundial, as pessoas fisicamente lesadas devido aos ferimentos causados pelo conflito contaram com a atenção dos projetistas.

Cruz (2010) também reitera que a evolução do design inclusivo tornou-se relevante em diversos países a partir de 1950 com o movimento “barreiras livres”, o qual pretendia minimizar barreiras físicas no meio, proporcionando assim oportunidades de educação e emprego para pessoas com limitações motoras. Posteriormente, o Movimento dos Direitos Civis de 1960, que também aconteceu em diversos países, influenciou a legislação nas décadas de 1970, 1980 e 1990, que proibia a discriminação de pessoas com deficiência no que diz respeito a acesso à educação, locais de acomodação pública, telecomunicações e transporte.

Assim, o conceito de design inclusivo foi evoluindo ao longo das décadas e atualmente entende-se que ele “passa pela criação de produtos para um público com características limitadoras, que necessita de equipamentos que atenuem limitações e permita maximizar a sua integração nas atividades diárias.” (CRUZ, 2010, p. 5)

Percebe-se, então, que, de acordo com Cruz (2010), os produtos inclusivos possuem ampla aplicabilidade em situações de limitações físicas ou psicológicas e, considerando-se que a fronteira entre o estado de saúde diagnosticado normal e um problema de saúde é mínima, o design inclusivo precisa contribuir com equipamentos que auxiliem a sanar necessidades mais específicas e que sejam utilizados durante as diferentes fases da vida.

Quanto ao design de moda em colaboração à deficiência visual, observa-se a necessidade de produtos mais lúdicos, com os quais os usuários possam interagir, sentindo, por exemplo, texturas, recortes, aplicações, estampas e combinações inusitadas de tecidos. Essas peças certamente estimulariam o sentido do tato e a curiosidade em descobrir novas possibilidades no momento de se vestir, resultando em ocasiões prazerosas e em aprendizados diários.

“O design inclusivo intervém em ambientes, produtos ou serviços com a intenção ou objectivo de que toda a gente, incluindo as futuras gerações independentemente da idade, sexo, capacidades ou nível cultural, possam participar na construção da sociedade, com oportunidades iguais e portanto serem capazes de participar em actividades económicas, culturais e de lazer.”(PINHEIRO e SILVA, 2010, p. 69) Ou seja, esses projetos para um determinado grupo com características específicas resultam em independência aos usuários e inclusão social.

As definições de design inclusivo englobam, entre outros, conceitos de tecnologia assistiva, de pedagogia e de ergonomia, já que essas áreas pretendem auxiliar no desenvolvimento da independência dos deficientes visuais e, aliadas ao design de moda, permitem a criação de produtos que estimulem a conquista de um cotidiano autossuficiente.

2.3 TECNOLOGIA ASSISTIVA

“A tecnologia assistiva é uma área de conhecimento de característica interdisciplinar, que engloba produtos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivam promover a funcionalidade, relacionada à atividade e participação de pessoas com deficiência, incapacidades ou mobilidade reduzida, visando à autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social.” (GALVÃO FILHO, 2009)

É um termo usado para se referir a qualquer produto, serviço ou sistema que aumente, mantenha ou melhore as habilidades funcionais de uma pessoa com deficiência. Desse modo, o design de moda apresenta meios para enriquecer esse campo do conhecimento, já que dispõe de recursos táteis adequados para estimular o desenvolvimento das capacidades dos deficientes visuais.

Por meio dessa tecnologia torna-se possível que a pessoa com deficiência realize atividades que seriam muito difíceis ou até mesmo impossíveis sem o seu uso.

“São considerados recursos de Tecnologia Assistiva desde artefatos simples, como uma colher adaptada, uma bengala ou um lápis com uma empunhadura mais grossa para facilitar a preensão, até sofisticados sistemas computadorizados utilizados com a finalidade de proporcionar uma maior independência e autonomia à pessoa com deficiência.” (GALVÃO FILHO, 2009)

Portanto, a indumentária também pode ser considerada um recurso de tecnologia assistiva, já que, se planejada de maneira inclusiva, auxilia na conquista da independência.

No caso da deficiência visual, a função principal da tecnologia assistiva é transmitir informações sobre o mundo que a deficiência tornou inacessível, como os audiolivros, os quais possibilitam o contato com a leitura aos deficientes visuais que não dominam o braille.

Segundo a associação LaraMara, os demais sentidos- principalmente o tato e a audição- se tornam alvos da tecnologia assistiva, a fim de proporcionar aos deficientes visuais, da maneira mais eficaz possível, as impressões sobre a realidade em que vivem. A visão residual, no caso das pessoas com baixa visão, é aproveitada a partir de recursos que ampliam, aproximam imagens ou as adaptam de outras formas para melhorar contrastes ou alterar a intensidade da luz.

É importante ressaltar que o uso dos recursos de acessibilidade deve partir de um estudo pormenorizado e individual a respeito das limitações de cada pessoa. Para isso, faz-se necessário a opinião de diferentes profissionais, como terapeutas ocupacionais, fisioterapeutas, fonoaudiólogos, entre outros, antes da decisão sobre a melhor adaptação.

Em vista disso, considera-se que os conceitos de tecnologia assistiva descritos neste tópico relacionar-se-ão com os conceitos de pedagogia e de ergonomia citados a seguir.

2.4 PEDAGOGIA NA DEFICIÊNCIA VISUAL

2.4.1 Mobilidade e Orientação

Reiterando que, no censo de 2010, de acordo com o IBGE (2012), a deficiência visual apresentou maior incidência entre as deficiências pesquisadas,

sendo que 18,8% da população brasileira declarou portá-la, percebe-se a importância do engajamento social no que diz respeito aos deficientes visuais, então pode-se afirmar que urge modificações na área do design de moda a fim de incluí-los ao dia a dia independente do qual os não deficientes fazem parte. Para isso, é essencial o domínio da orientação e mobilidade e das atividades da vida autônoma e social.

Nesse âmbito, Weishaln (apud MAZZARO, 2003, p.17) definiu que orientação é o processo “de utilizar os sentidos remanescentes para estabelecer a própria posição e relacionamento com outros objetos significativos no meio ambiente.” Mazzaro (2003) destaca as cinco fases por que passam os deficientes visuais até orientarem-se e moverem-se sozinhos: percepção (captar informações do meio ambiente pelos canais sensoriais), análise (organização das percepções), seleção (escolha dos principais elementos para satisfazer as necessidades imediatas de orientação), planejamento (plano para chegar ao objetivo) e execução (mobilidade propriamente dita).

É importante ressaltar que o desenvolvimento de orientação e mobilidade para os deficientes visuais ocorre como o de qualquer outro indivíduo, porém os estímulos utilizados precisam ser diferentes, sendo que Garcia (2003) afirma que para o deficiente visual se movimentar de um ponto a outro não basta apenas seguir rotas, é necessário também estar sempre alerta em relação ao seu destino.

Para facilitar o processo, existem apoios como a bengala e os cães-guia e são utilizados pontos de referência como os pontos cardeais, lojas, mapas táteis, informações de outras pessoas, placas, etc.

Analisando-se a realidade atual, percebe-se que nenhuma sociedade pode ser considerada bem sucedida se não proporcionar a todos os seus membros uma boa qualidade de vida, o que equivale a almejar que os profissionais, cada um dentro da sua área de atuação, desenvolvam um olhar especial para todos, respeitando a diversidade humana. Nenhuma nação pode se avaliar desenvolvida se não garantir a todo o seu povo condições mínimas para uma vida digna e de qualidade. Segundo Neiva Gutjahr (apud MAZZARO, 2003) “uma sociedade aberta a todos, que estimula a participação do sujeito e se desenvolve a partir da individualidade de cada um, reconhecendo o potencial de todos, é uma sociedade inclusiva.”

“Nessa perspectiva, faz-se necessário o desenvolvimento de programas de ensino que possam atender às demandas específicas dos alunos, dentre esses, os de orientação, mobilidade e de atividades de vida autônoma e social.” Esses programas são de fundamental importância, uma vez que proporcionam a conquista da autonomia do deficiente visual e sua consequente independência, tanto na escola como na sociedade. É preciso entender o deficiente visual como um ser humano integral, que está inserido no mesmo contexto histórico que os demais, partilhando dos avanços tecnológicos e científicos, das conquistas esportivas (no que se deve atenção especial às Parolimpíadas) e da época em que se vive. Dessa forma, há que se pensar também na inclusão dessas pessoas no mercado da moda, desenvolvendo programas que facilitem a sua autonomia, bem como estimulem o desenvolvimento de um estilo próprio.

O desejo de causar uma boa impressão aos olhos dos outros é intrínseco a todo ser humano, que desde a infância busca a aprovação dos adultos e de seus pares. Dessa forma, poder sentir-se igual aos demais na sua diferença é essencial à autoestima de cada um, deficiente visual ou não.

2.4.2 Atividades de Vida Autônoma e Social

No que diz respeito às atividades de vida autônoma e social, nota-se que, se o deficiente visual não dominar as atividades comuns exigidas socialmente, de nada adiantará conhecimentos teóricos ou habilidades de orientação e mobilidade, podendo comprometer sua integração e inclusão. Bruno e Mota (2001) definem que as atividades da vida autônoma e social visam ao desenvolvimento pessoal e social nos afazeres cotidianos, almejando a independência, a autonomia e a convivência social da pessoa portadora de deficiência visual.

O ato de vestir-se se enquadra como atividade autônoma social, já que é uma prática corriqueira, mas extremamente trabalhosa para os que não enxergam, porque, da escolha da indumentária até a sua vestimenta, é dada prioridade para o sentido da visão. Portanto, novas maneiras de oferecer esses produtos aos cegos ou portadores de baixa visão são extremamente necessárias no mercado atual. Com isso, destaca-se a importância do estudo da ergonomia para a concepção de qualquer produto de moda, visto que essa área leva em consideração conforto e

usabilidade, além de detalhes interessantes aos deficientes visuais como acabamentos têxteis e tecidos texturizados.

2.5 ERGONOMIA

De acordo com Gomes (2010), ao analisar-se a história da humanidade, pode-se depreender que a ergonomia surgiu informalmente a partir do momento em que o homem primitivo sentiu a necessidade de construir os seus primeiros objetos a fim de melhorar o meio em que vivia e garantir a sua sobrevivência (design de ferramentas, armas, utensílios, moradias, vestimentas, veículos, etc.). Dessa forma, foram criados e desenvolvidos incontáveis objetos a partir da criatividade, intuição e bom senso, os quais foram sendo aprimorados a partir das novas necessidades que surgiam.

Continuando essa análise histórica, Gomes (2010) situa a Idade Média como um marco de evolução de vários avanços tecnológicos importantes, citando o desenvolvimento da engenharia e de novas tecnologias e materiais, as grandes invenções e o desenvolvimento científico de um modo geral. Essa época foi marcada também pela pré-industrialização, pelo desenvolvimento dos primeiros estudos do homem no trabalho e pelo aparecimento de grandes pesquisadores e cientistas, como Leonardo Da Vinci, Lavoisier, Coulomb, Villermé, Taylor, entre outros.

Segundo Laville, “oficialmente, porém, a ergonomia nasceu de maneira sistematizada durante a Segunda Guerra Mundial. Data dessa época a organização de um grupo de pessoas altamente preparado para ajudar na solução dos problemas homem-máquina em relação ao projeto e à operação e manutenção de equipamentos militares.” (apud GOMES, 2010, p.17).

Durante a guerra, houve uma frequência elevada de acidentes causados pela falta de compatibilidade entre o progresso humano e o progresso técnico e, além disso, os equipamentos existentes eram muito precários, prejudicando ações que deveriam ser tomadas e colocando em risco a vida dos militares em combate. A partir desse problema foram organizadas equipes de médicos, psicólogos e

engenheiros, com a finalidade de rever o design desses aparelhos a fim de que se adaptassem de forma mais eficaz ao ser humano.

Finda a guerra, alguns desses especialistas se reuniram e perceberam que havia a possibilidade de aplicação dos conhecimentos adquiridos na área industrial. Laville sustenta que “em 1949, reuniram-se em Oxford, Inglaterra, para a discussão de vários aspectos com os quais estiveram envolvidos em suas pesquisas, quando ficou patente que estavam diante do nascimento de uma nova tecnologia de aplicação, a qual deram o nome de ergonomia- fundando em seguida a Ergonomics Research Society.” (apud GOMES, 2010, p. 18)

Desde aquela época foram criados múltiplos centros de pesquisa, laboratórios, instituições e associações em diversos países, a partir daí a ergonomia foi disseminada pelo mundo todo.

A ergonomia tem um caráter multidisciplinar, fazendo uso de diversas áreas do conhecimento, como Medicina, Psicologia do Trabalho, Psicologia da Percepção Visual, Sociologia, Arquitetura e Urbanismo, Design (do Produto, Gráfico, Moda, Ambiente), Comunicação Social, Informática, entre outras.

Segundo Moraes e Soares (apud GOMES, 2010, p. 17), “a ergonomia foi introduzida no Brasil, no início dos anos 60, pelo professor Sérgio Augusto Penna Kehl, no curso de Engenharia de Produção da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Em seguida, a ergonomia se desenvolveu cada vez mais, em função do aparecimento de diversas instituições de ensino e órgãos de pesquisa.”

As bases conceituais da ergonomia são intimamente relacionadas às bases conceituais de uso, de operacionalidade, no contexto de inter-relações das funções prática e estética. Dessa forma, a reflexão ergonômica é indispensável para alcançar a melhor solução projetual para o produto a ser concebido.

A função estética de um produto está diretamente ligada à ergonomia. Dessa maneira, o designer deve articular os conceitos e fatores ergonômicos básicos para conceber um objeto de forma criativa e harmoniosa levando em conta os mais diversificados estilos possíveis.

Segundo Gomes (2006), no campo do vestuário, os estilos datam dos primórdios da humanidade e ao longo do tempo foram sendo modificados em razão de fatores sociais, econômicos, culturais, políticos e comportamentais. Estes foram incrementados pelo advento de novos materiais, pelo progresso técnico dos processos de confecção, bem como em função de um incessante desenvolvimento

tecnológico, aliado ao gênio criativo e empreendedor de incontáveis profissionais da indústria da moda.

Gomes (2010) afirma que “a ergonomia objetiva sempre a melhor adequação ou adaptação possível do objeto aos seres vivos em geral. Sobretudo no que diz respeito à segurança, ao conforto e à eficácia de uso ou de operacionalidade dos objetos, mais particularmente, nas atividades e tarefas humanas.” Ou seja, os ergonomistas avaliam produtos, ambientes e sistemas a fim de adequá-los às necessidades e às limitações das pessoas.

A fim de empregar a ergonomia de maneira inteligente, Gomes (2006) destaca três parâmetros ergonômicos essenciais: o primeiro é a Análise da Tarefa, no qual “são detectados os problemas que poderão surgir no uso do objeto.” O segundo são os Requisitos Projetuais, que buscam soluções ergonômicas adequadas para o dimensionamento dos elementos configuracionais. O terceiro é a Ergonomia do Manejo, definido por Gomes (2006) como “o conjunto de atos físicos que se relaciona com o uso ou a operacionalidade de qualquer produto.” Esse parâmetro contempla desde as operações muito simples às mais complexas por parte dos usuários e está associado a algum tipo de ação de controle.

No que se refere ao design de moda, a ergonomia é absolutamente necessária e sua aplicação considera inúmeros produtos que concebem o vestuário e seus acessórios. Martins (2008) afirma que somos formados por cinco peles, sendo a primeira a epiderme, a segunda a vestimenta, a terceira a casa do homem, a quarta o meio social e a identidade e a quinta a humanidade, a natureza e o meio ambiente. Então, a vestimenta atua como uma segunda pele que insere o ser humano em um contexto social.

Além disso, atualmente, a ergonomia aplicada ao design de moda já concebe a utilização de tecidos texturizados e acabamentos têxteis visando a atender necessidades de determinados grupos de pessoas. Segundo Lida (2005, p.83), “a visão é o órgão do sentido mais importante que possuímos, tanto para o trabalho como para a vida diária”, então, no que diz respeito à deficiência visual, são urgentes inovações como estampas em relevo, recortes, bordados, aplicações, misturas inusitadas de diferentes tecidos, enfim, detalhes que tornem as peças interessantes ao sentido do tato.

Deve-se observar também a questão do projeto universal, que, de acordo com Lida (2005), preocupa-se em criar produtos que facilitem o seu uso pela maioria

das pessoas, barateando a produção comparando-se a produzir aparatos especiais para minorias. Desse modo, criar peças com o uso facilitado para todos consiste em um progresso ergonômico e resulta em lucros para quem as produz.

Assim, a ergonomia evolui e paralelamente continua fiel ao seu sentido inicial: atender às necessidades e desejos do homem de maneira criativa e harmoniosa.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Conforme Rodrigues (2007), metodologia científica “é um conjunto de abordagens, técnicas e processos utilizados pela ciência para formular e resolver problemas de aquisição objetiva do conhecimento, de uma maneira sistemática”, ou seja, buscam-se os melhores métodos em cada área a fim de se construir conhecimento.

Com isso, realizou-se pesquisa bibliográfica na qual se informou sobre a deficiência do público alvo e sobre as suas maneiras de interação com o mundo, esclarecendo conceitos de design inclusivo, de tecnologia assistiva e de pedagogia na deficiência visual. Além disso, dissertou-se sobre noções básicas de ergonomia, já que essa área é fundamental para o desenvolvimento de produtos de moda.

No que diz respeito à pesquisa de campo, foi adotada a pesquisa do tipo exploratória, que tem “como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições” (GIL, 2009, p.41).

Neste trabalho, o enfoque da pesquisa de campo será qualitativo, que Duarte descreve como algo que não se pode mensurar, visto que leva em consideração a realidade e o sujeito, e se tratando do sujeito, consideram-se subjetividades e particularidades não traduzidas em números.

Baseando-se nesse conceito, será realizado um estudo de campo procurando-se esclarecer as dúvidas mais recorrentes no desenvolvimento de produto de moda para deficientes visuais.

3.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS

O instrumento para coleta de dados foi realizado por meio de questionário simples e lúdico, elaborado de acordo com informações apresentadas na revisão teórica.

As perguntas foram criadas objetivando esclarecer quais seriam as melhores características de produtos de moda para auxiliar e estimular a independência dos deficientes visuais, sendo que todas as questões visam a conhecer o estilo de vida e as preferências de cada entrevistado de maneira simples e lúdica.

Assim, questionam-se as características que facilitariam a identificação e diferenciação das peças bem como detalhes que dificultam a escolha e a vestimenta dos produtos.

Além disso, são oferecidas amostras de texturas para que os entrevistados sintam-nas e escolham a(s) que mais lhe agrade(m) e também pede-se que opinem sobre a dimensão desses detalhes. Na figura 1, texturas de bordado, estampa em relevo, aplicações, franjas e renda.

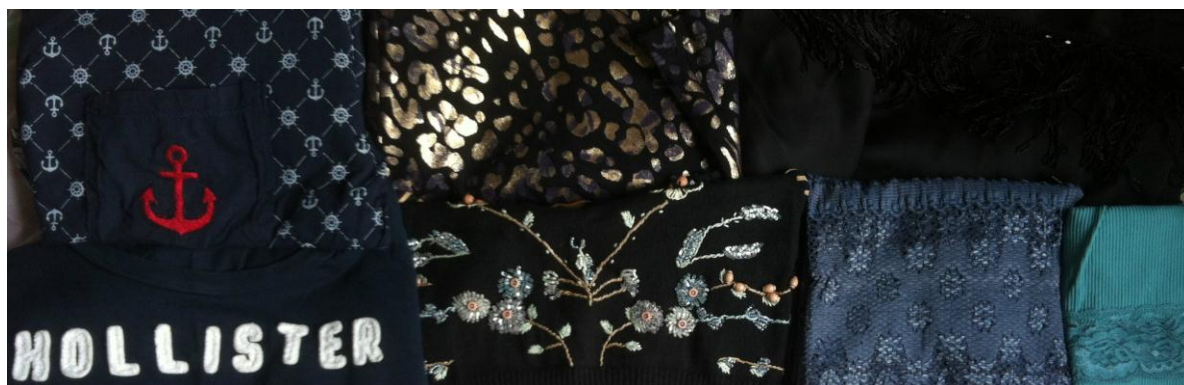


Figura 1 - Amostras de Texturas 1
Fonte: Das Autoras (2014)

Amostras de alguns tecidos também são ofertadas ao tato dos deficientes visuais, a fim de que escolham o(s) mais agradável(is). A figura 2 mostra os tecidos algodão, couro, jeans e poliéster.



Figura 2 - Amostras de Texturas 2
Fonte: Das Autoras (2014)

Após, pergunta-se sobre a preferência de estampas e também sobre a influência das cores na indumentária e qual grupo de cores preferem.

Finalmente, indaga-se sobre o uso de internet, questionando-os sobre a utilização de uma cartela de cores física e virtual.

3.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O questionário foi aplicado individualmente a 20 pessoas de 25 a 30 anos, portadores de cegueira ou de baixa visão, sendo que as discentes foram totalmente imparciais, somente registrando as respostas dos entrevistados sem induzi-las.

3.4 CRONOGRAMA DE TRABALHO

A organização do processo foi indispensável para o alcance das metas e para o cumprimento dos prazos. Desse modo, o cronograma a seguir apresenta os meses programados para execução das principais etapas deste trabalho.

Etapas	Fev/2014	Mar/2014	Abr/2014	Mai/ 2014	Jun/2014	Jul/2014	Ago/2014
Fundamentação teórica	XX	XX					
Metodologia			XX	XX			
Direcionamento mercadológico				XX	X		
Delimitação projetual				XX	X		
Desenvolvimento e execução do protótipo				X	X X		
Apresentação para pré-banca					XX		
Correções na monografia e no protótipo					XX		
Confeção dos 6 looks					XX	XX	
Confeção do catálogo impresso						XX	
Apresentação para banca final						XX	
Correção das considerações finais							XX
Entrega da versão final							XX

Tabela 1 – Cronograma de Trabalho
Fonte: Das Autoras (2014)

3.5 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA

Embasando-se na pesquisa teórica e pensando na maneira mais conveniente para estruturação, este trabalho foi segmentado conforme as seguintes etapas:

- pesquisa bibliográfica: busca de conteúdo em livros, artigos e sites.
- pesquisa de campo: aplicação de questionário lúdico a fim de levantar dados para o direcionamento mercadológico e para o desenvolvimento dos produtos.
- descrição do processo de desenvolvimento: direcionamento mercadológico, desenvolvimento do projeto e detalhamento dos looks da coleção com descrição dos looks escolhidos para confecção.

3.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Conforme o primeiro gráfico, percebe-se que a maioria dos entrevistados considera que etiqueta nas costas e detalhes na frente são os itens que mais auxiliam a identificar as peças. Sendo assim, é importante que as peças criadas tenham etiqueta nas costas e algum detalhe que indique a frente.



Gráfico 1 - Resultado da 1ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

O gráfico 2 mostra que a maioria não encontra dificuldades no ato de se vestir, porém todos consideram que há detalhes que atrapalham, como estampa em vez de etiqueta atrás, excesso de botões e cores não informadas. Com isso, percebe-se a importância de uma coleção que apresente peças fáceis de serem abertas e fechadas, procurando os aviamentos mais adequados e cartela de cores e de materiais diferenciada.

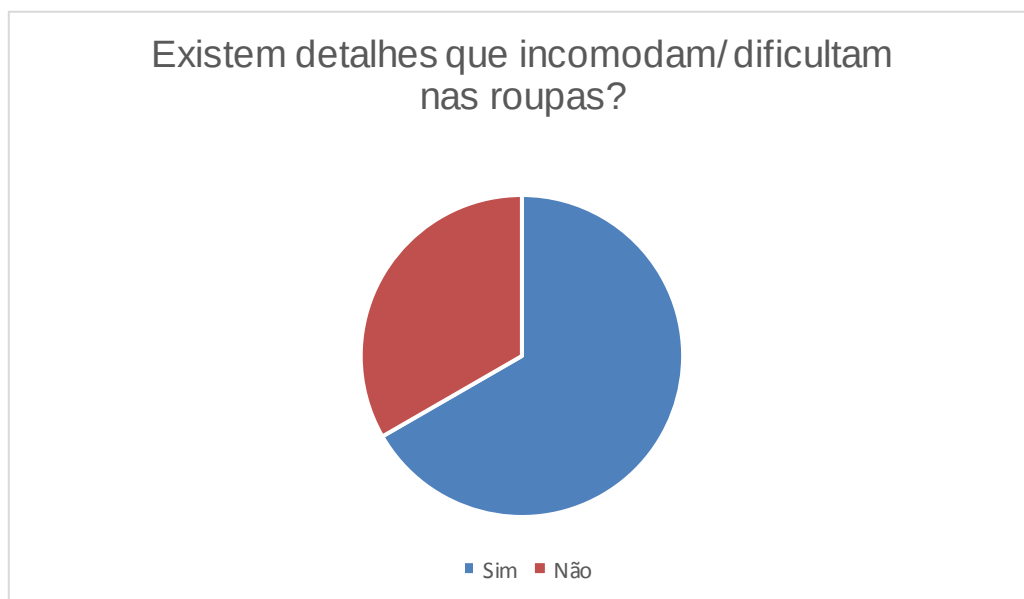


Gráfico 2 - Resultado da 2ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

Os dados do gráfico 3 apresentam a preferência por bordados e aplicações, direcionando a criação a produtos com essas características, tornando o ato de se vestir mais simples e lúdico para os deficientes visuais.

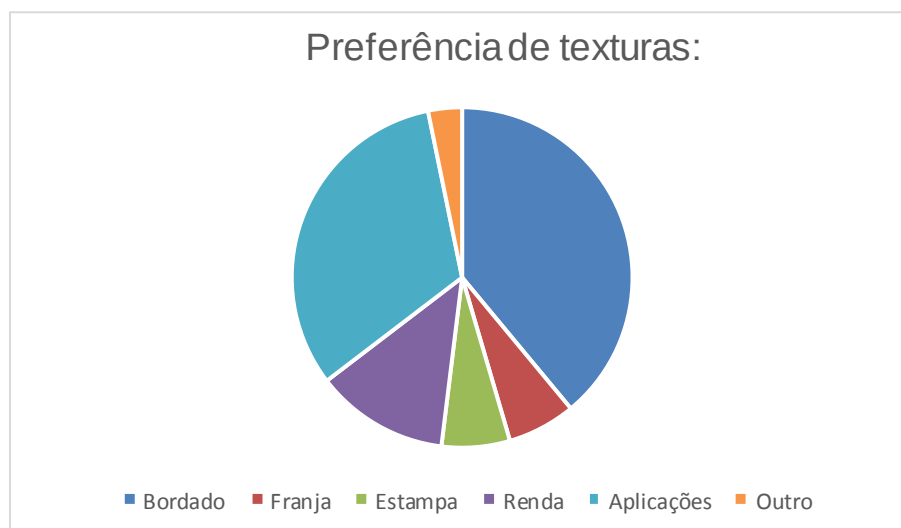


Gráfico 3 - Resultado da 3ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

Os próximos gráficos (4 e 5) apresentam a opinião dos entrevistados sobre a discrição dos detalhes apresentados anteriormente, direcionando a coleção a bordados e aplicações mais discretos em sua maioria.

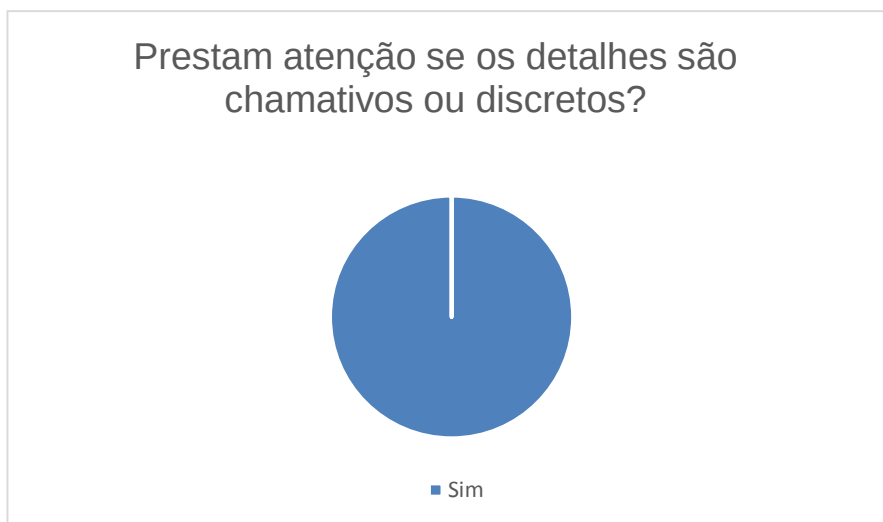


Gráfico 4 - Resultado da 4ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

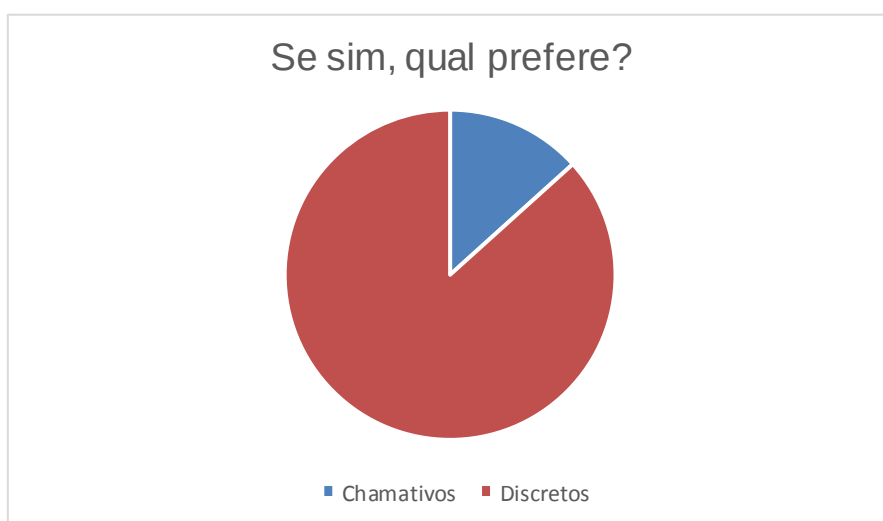


Gráfico 5 - Resultado da 5ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

As informações do sexto gráfico apresentam o poliéster e o jeans como tecidos mais votados, sendo que a diferença entre as quatro amostras oferecidas é

reduzida, portanto todos são possíveis de serem utilizados na coleção, adaptando cada um ao tipo de peça adequado.

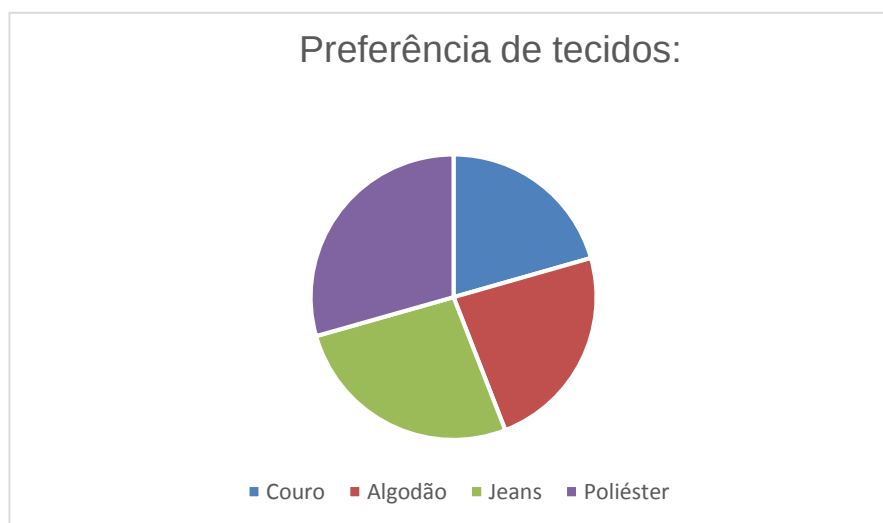


Gráfico 6 - Resultado da 6ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

O gráfico de número 7 mostra a preferência por estampas, sendo que as mais citadas foram listras e desenhos. Dessa maneira, considera-se interessante uma coleção que contenha peças com estampas diferenciadas e exclusivas, utilizando-se de procedimentos de estamparia e de lavanderia.

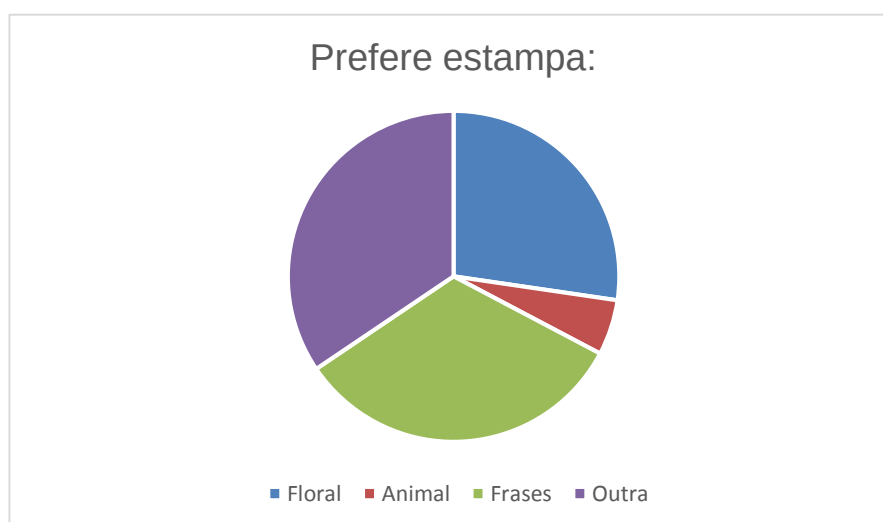


Gráfico 7 - Resultado da 7ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

Os próximos dados (gráficos 8 e 9) expõem a preferência por cores básicas, direcionando a coleção a uma cartela de cores discreta.

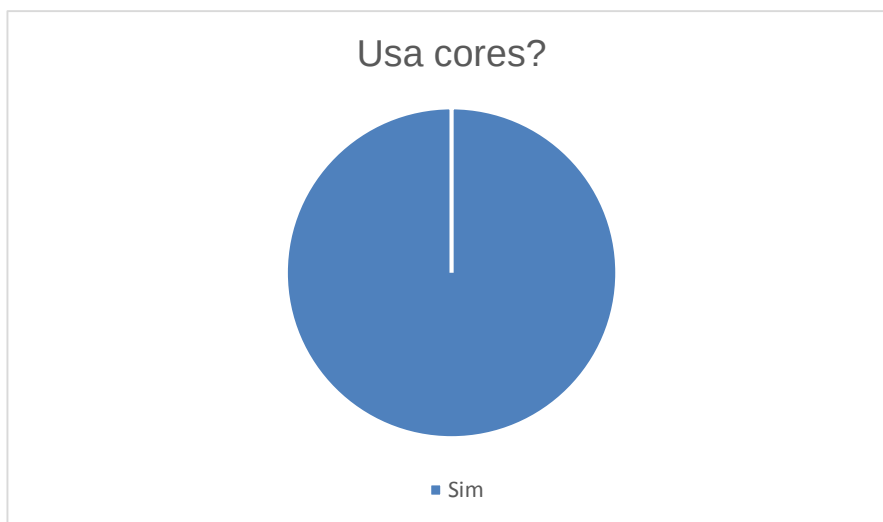


Gráfico 8 - Resultado da 8ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

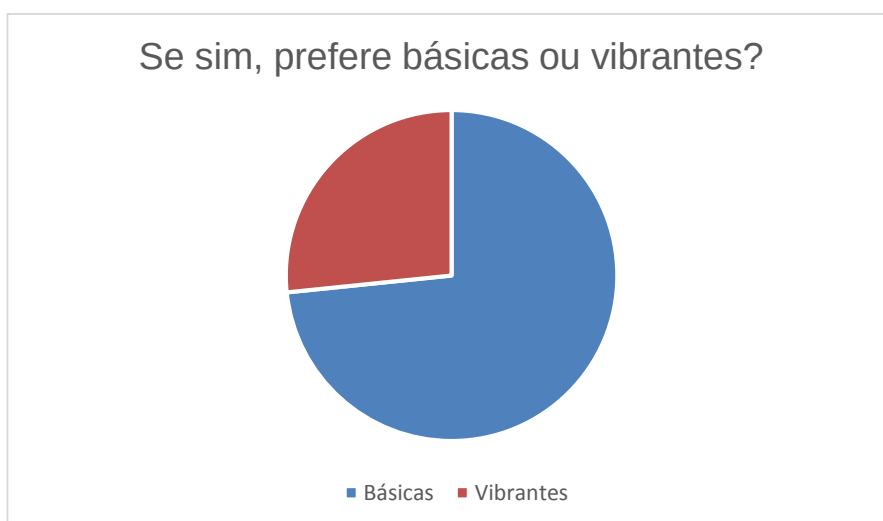


Gráfico 9 - Resultado da 9ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

Os gráficos 10 e 11 indicam que a maioria utiliza internet em casa e todos consideraram interessante a ideia de uma cartela de cores adaptada à sua deficiência. Desse modo, considera-se viável a alternativa de uma cartela de cores

tradicional complementada pelo site da marca, o qual explicaria essa cartela por meio de um programa de comando de voz.

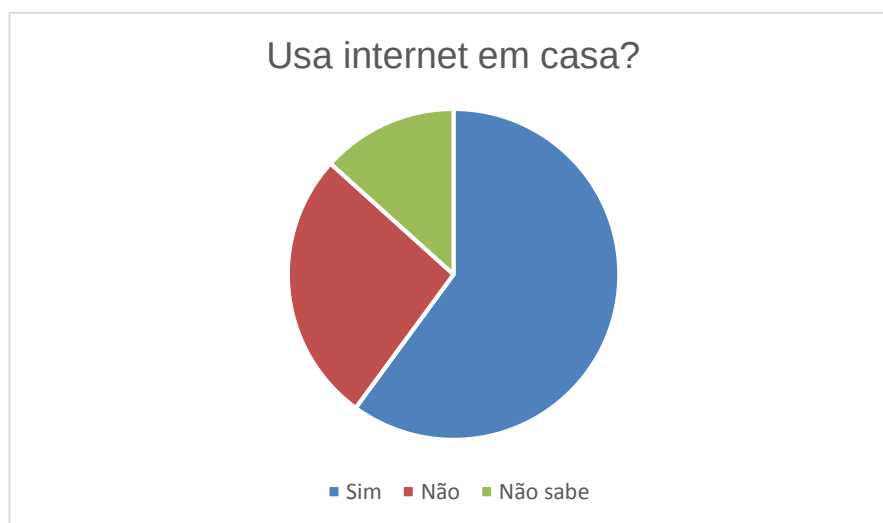


Gráfico 10 - Resultado da 10ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

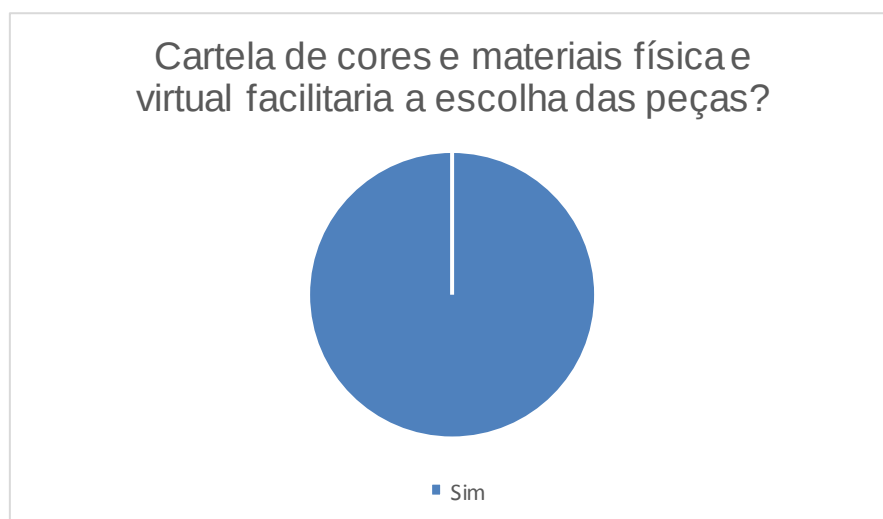


Gráfico 11 - Resultado da 11ª Pergunta
Fonte: Das autoras (2014)

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

4.1.1 A Empresa

A empresa Olhos de Ruthe Indústria e Comércio Ltda terá um escritório de criação e encaminhará a produção para terceiros, fazendo parcerias com fornecedores de tecidos e com facções de modelagem, corte e costura. Além disso, as lojas físicas contarão com funcionários treinados periodicamente a fim de atender ao público-alvo com excelência. Assim, como os deficientes visuais possuem aguçada percepção e memória tátil, ao saírem do estabelecimento já terão decorado os detalhes de cada peça adquirida, não se confundindo ao combiná-las entre si ou com outras roupas de seu acervo. Além disso, será utilizado um leve perfume característico no ambiente da loja, a fim de aguçar o sentido do olfato dos clientes, alcançando-se um ambiente agradável para todos.

O nome da empresa foi escolhido a fim de homenagear os portadores de deficiência visual, destacando que seus “olhos” não se encontram no sentido da visão, porém o seu olhar é exprimido de muitas outras maneiras. Também declarou-se a admiração das pesquisadoras pela forte e batalhadora Ruthe, que era portadora de deficiência visual.

4.1.2 Porte

Conforme determinação do Sebrae, a Olhos de Ruthe se enquadra como pequena empresa, já que apresenta renda bruta anual maior que 2,4 milhões de reais e menor que 16 milhões de reais.

4.1.3 Conceito da Marca

A marca trabalha modelagens elegantes, porém oferece tanto produtos com um toque moderno como clássicos. As cores passeiam por peças aparentemente comuns, mas que, se observadas pelo sentido do tato, descortinam um mundo de estampas em relevo, bordados inspiradores, aplicações animadoras e etiquetas exclusivas. Esses detalhes auxiliam deficientes visuais na conquista da independência diária e convida os que enxergam ao mundo tátil e lúdico da Olhos de Ruthe.

4.1.4 Segmento e Distribuição

A marca tem como segmento o casualwear e atenderá o estado do Paraná. A distribuição dos produtos para as lojas próprias.

4.1.5 Concorrentes

Em 2010, foi apresentado para o Inova Senai o projeto “Design de Moda como Inclusão de Portadores de Deficiência Visual”, o qual elaborou uma coleção infantil feminina contendo dez looks. As peças apresentavam costura diferenciada, aplicações e etiquetas e tags em braille. (BRITO et al, 2010)

O estilista mineiro Geraldo Lima, da marca masculina Urânio, criou, em 2002, uma coleção para deficientes visuais com estampas texturizadas, tecidos com relevos em borracha, silicone e veludo e etiquetas indicando a cor da peça em braille. (PORTAIS DA MODA)

Percebe-se, então, que não foram encontrados concorrentes diretos, somente projetos e desenvolvimentos com enfoque diferente do da marca.

4.1.6 Sistemas e Pontos de Venda

A marca terá lojas físicas em Apucarana e Londrina, sendo que, a longo prazo, pretende atender Curitiba, São Paulo e outros grandes centros.

4.1.7 Preços Praticados e Promoção

Os preços praticados nos pontos de venda irão variar de R\$70 para modelos mais básicos a R\$400 para mais elaborados.

As lojas realizarão promoções com preços especiais em datas comemorativas como Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia dos Namorados e Natal. Além disso, haverá queima de estoque ao final das estações.

4.1.8 Marketing

O marketing será realizado principalmente por meio do site da loja, mas também serão utilizadas redes sociais como facebook e instagram, anúncio em rádio e, nas lojas físicas, eventos que convidem deficientes visuais e não deficientes a conhecerem a proposta da marca.

4.1.9 Planejamento Visual e Embalagem

A logomarca mostrada na figura 3 foi concebida de acordo com a proposta da marca, ou seja, retratando a liberdade e a ousadia por meio do pássaro em origami e a sensibilidade da criação por meio da fonte delicada, porém marcante.



Figura 3 – Logomarca
Fonte: Das Autoras (2014)

A embalagem exposta na figura 4 será confeccionada em papel reciclável, visando a um descarte sustentável e a arte será desenvolvida em alto relevo a fim de aguçar o sentido do tato nos clientes. Além disso, será aguçado também o sentido do olfato por meio da utilização do aroma característico da loja.



Figura 4 – Embalagem
Fonte: Das Autoras (2014)

A tag apresentada na figura 5 tem a finalidade de ser pendurada no cabide pessoal do cliente juntamente com as peças da marca adquiridas por ele. Desse modo, as roupas serão facilmente identificadas, simplificando as escolhas no cotidiano. Ademais, as informações de lavagem e de detalhes da peça serão escritas também em braille como um incentivo aos que não o dominam, reiterando que o código é uma importante ferramenta para alcançar a autossuficiência.

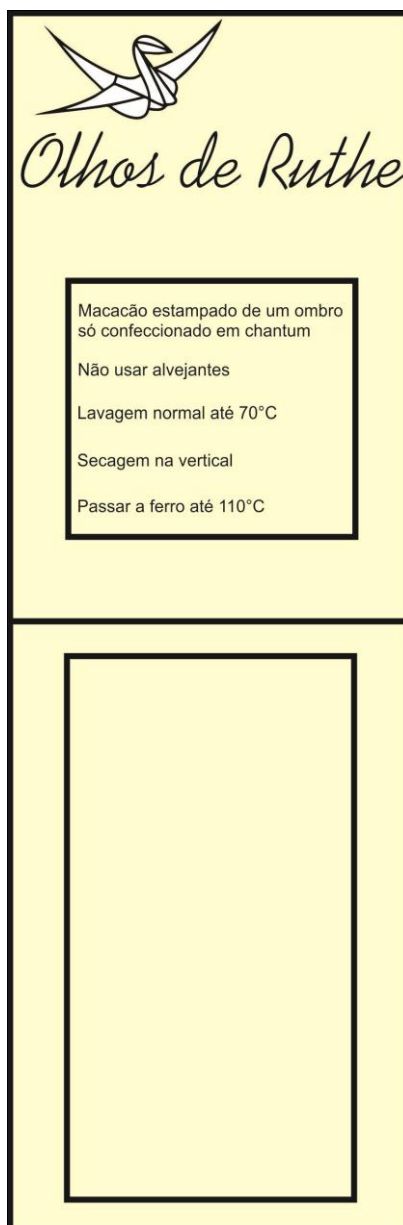


Figura 5 – Tag
Fonte: Das Autoras (2014)

4.2 PÚBLICO-ALVO

Homens e mulheres de 25 a 30 anos, pertencentes à classe média e que possuem deficiência visual ou não. Além disso, são pessoas que buscam conhecimento e lazer, frequentando cinemas e restaurantes e almejam o máximo de independência possível, buscando institutos de apoio e produtos que facilitem o seu cotidiano. O público é retratado pela figura 6.



Figura 6 - Público Alvo
Fonte: Das Autoras (2014)

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendência

A predisposição sociocultural “caos urbano” reflete o encontro do homem com a natureza, gerando a reflexão sobre os efeitos do crescimento desordenado do consumo. Desse modo, a natureza inspira a recriação de aspectos naturais, admitindo-se que a beleza não está necessariamente no bem acabado nem na perfeição, mas pode aparecer da irregularidade e das misturas inusitadas. Assim, considera-se que o deficiente visual possui meios de resgatar sua autoestima e de estabelecer sua independência. O design de moda, então, combina texturas e fios, busca materiais estruturados e cria novos volumes para representar essa macrotendência, aliando-a à busca do bem estar tanto pelo deficiente visual como pelo público em geral. (USEFASHION, 2014)

4.3.2 Microtendências

A microtendência *preppy* utiliza roupas e acessórios clássicos, porém deixando de lado a alfaiataria. A camisa polo é reinventada por cores, degradês e proporções novas e a calça curta é usada com a barra dobrada. Os acessórios são esportivos, como óculos de sol, chapéus de palha ou de tecido e espadrilles ou docksides.

Flores, coqueiros, frutas e pássaros representam a estética leve e alegre do “tropicalismo”. Com ele, conseguem-se efeitos geométricos (quando aplicado sobre camisas e bermudas) e gráficos (quando aplicado sobre fundo preto).

A microtendência “garden” recria um jardim com flores e folhas de diversas formas e padronagens, utilizando-se estampas, bordados e aplicações. A atmosfera lúdica é alcançada por meio da tecnologia e da inovação das peças com modelagem acinturada e caimento leve. (USEFASHION, 2014)

5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

Considerando-se que os deficientes visuais geralmente necessitam de auxílio no momento da escolha e da vestimenta das roupas devido à dificuldade em diferenciar as cores, o lado avesso do direito e a frente das costas, a marca Olhos de Ruthe visa a atender essas necessidades com peças que facilitem o cotidiano do seu público alvo.

5.1.1 Especificações do Projeto

5.1.2 Nome e Conceito da Coleção

A coleção O Voo dos Guerreiros traz modelagens clássicas em cores ousadas que remetem à natureza e às nuances do pôr do sol. Nessa vigem lúdica, bordados, aplicações, estampas e etiquetas exclusivas trazem a sensação de um passeio pela Capadócia, no qual a diversão e a liberdade são obrigatórias.

5.1.3 Referência da Coleção

A referência da coleção são os balões da Capadócia, conforme exposto na figura 7. A imagem passa a sensação de liberdade em meio à natureza e as cores remetem à alegria de uma coleção clássica, porém com toques de modernidade.



Figura 7 - Referência da Coleção
Fonte: Site Clic Rbs (2014)

5.1.4 Cores, Materiais e Formas

As cores foram escolhidas de acordo com o painel semântico, variando de básicos elegantes, como preto, nude, marrom e cinza até matizes vibrantes como verde, rosa, roxo, amarelo e vermelho. Além disso, as peças são apresentadas com estampas surpreendentes as quais abrangem a microtendência tropical e a temática da Capadócia.

Os materiais foram adotados de acordo com o toque, sendo que brim, sarja, tricoline, gabardini, viscolycra e piquet foram empregados em peças mais básicas, porém com detalhes inovadores e shantung, voal e renda enfeitaram peças mais elaboradas.

As formas, representadas na figura 8, são geométricas, porém o caimento dos tecidos selecionados para representá-las respeitam e se adequam ao formato do corpo, resultando em peças funcionalmente ergonômicas e confortáveis e esteticamente agradáveis.

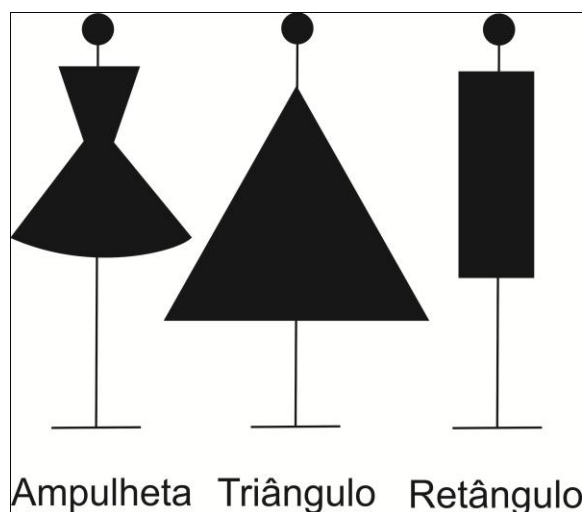


Figura 8 – Formas
Fonte: Das Autoras (2014)

5.1.5 Tecnologias

Utilizaram-se bordados localizados, estampas em alto relevo, estampas sublimadas com aplicações, botões diferenciados e recortes em locais estratégicos a fim de facilitar a identificação das peças e de aguçar o sentido do tato, proporcionando assim momentos de prazer no ato de se vestir.

5.1.6 Mix de Coleção

Conforme os resultados obtidos com o questionário, alcançou-se um direcionamento para a quantidade de peças e para a segmentação entre básico, fashion e vanguarda, documentados na tabela que segue.

Mix de produto	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Camiseta	4	9	1	14
Camisa	1	3	1	5
Colete	2			2
Macacão		1	1	2
Cropped		2		2

Camisa polo		2		2
Vestido		1	1	2
Calça	6	2	1	9
Shorts	2	7		9
Saia	1	2		3
Total	16	29	5	50
Porcentagem	32%	58%	10%	100%

Tabela 2 – Mix de Coleção

Fonte: Das Autoras

5.2 PAINEL SEMÂNTICO



Figura 9 - Pannel Semântico

Fonte: Das Autoras (2014)

5.3 CARTELA DE CORES



Figura 10 - Cartela de Cores
Fonte: Das Autoras (2014)

5.4 CARTELA DE ESTAMPAS

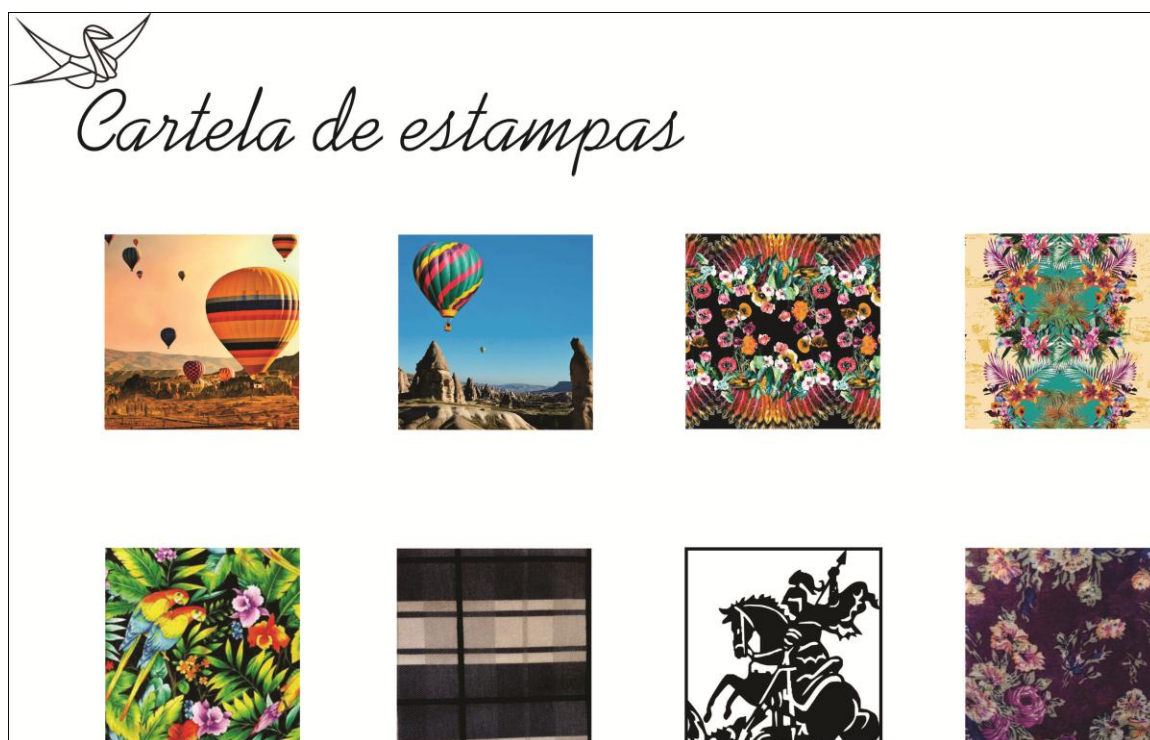


Figura 11 - Cartela de Estampas
Fonte: Das Autoras (2014)

5.5 CARTELA DE MATERIAIS

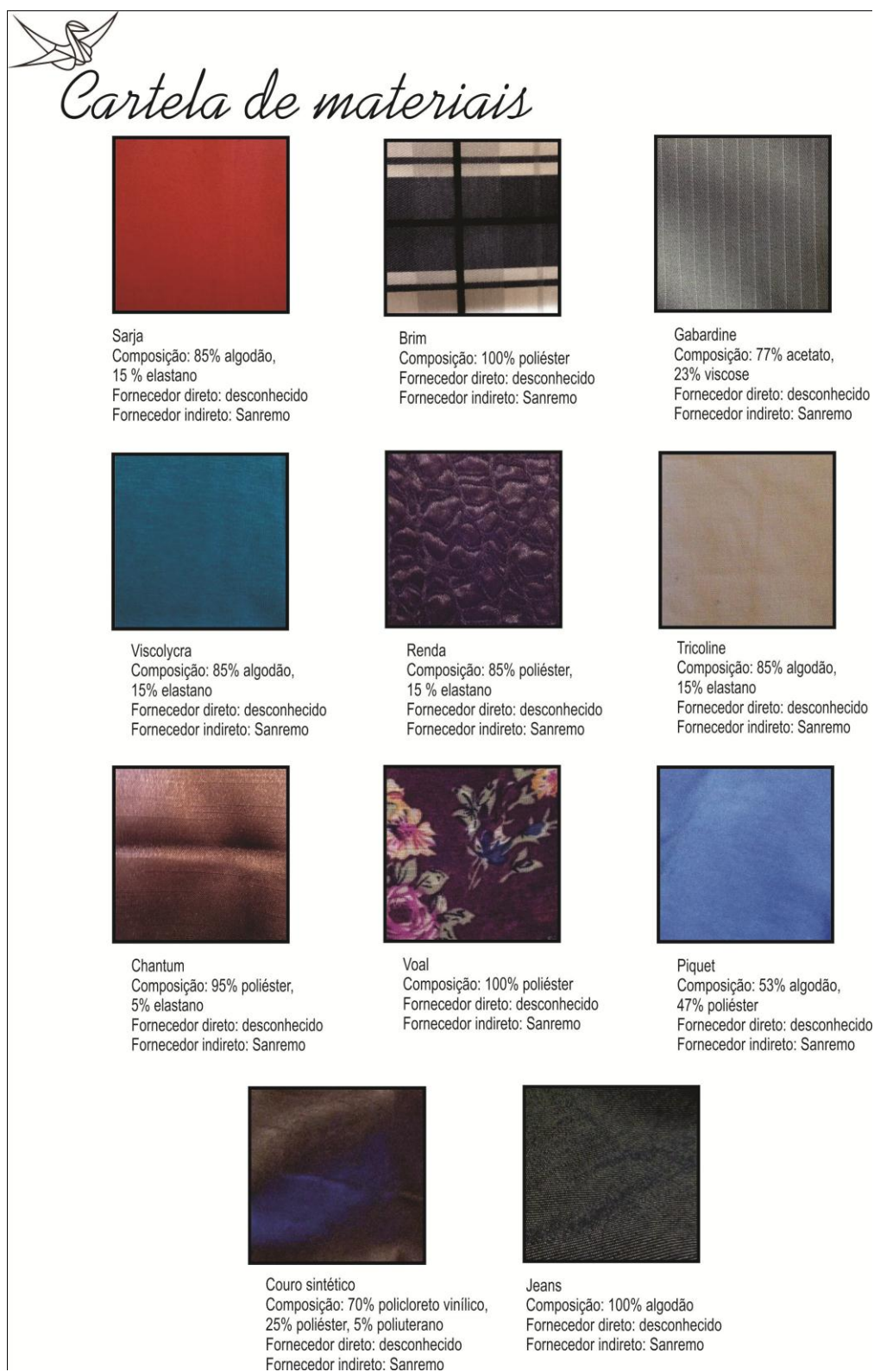


Figura 12 - Cartela de Materiais
Fonte: Das Autoras (2014)

5.6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS



Figura 13 - Look 1
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 1: A camisa polo, confeccionada em piquet, apresenta recortes na frente e botões diferenciados, além de bordado exclusivo. A bermuda foi feita em gabardine, misturando cores e texturas de tecidos com o detalhe dos passantes e também foi enfeitada com bordados nos bolsos traseiros.



Figura 14 - Look 2
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 2: O macacão foi confeccionado em chantum e apresenta detalhes de modelagem assimétrica e de estampa exclusiva. Além disso, as pregas localizadas no ombro aperfeiçoam o caimento e o zíper lateral facilita a vestimenta da peça.

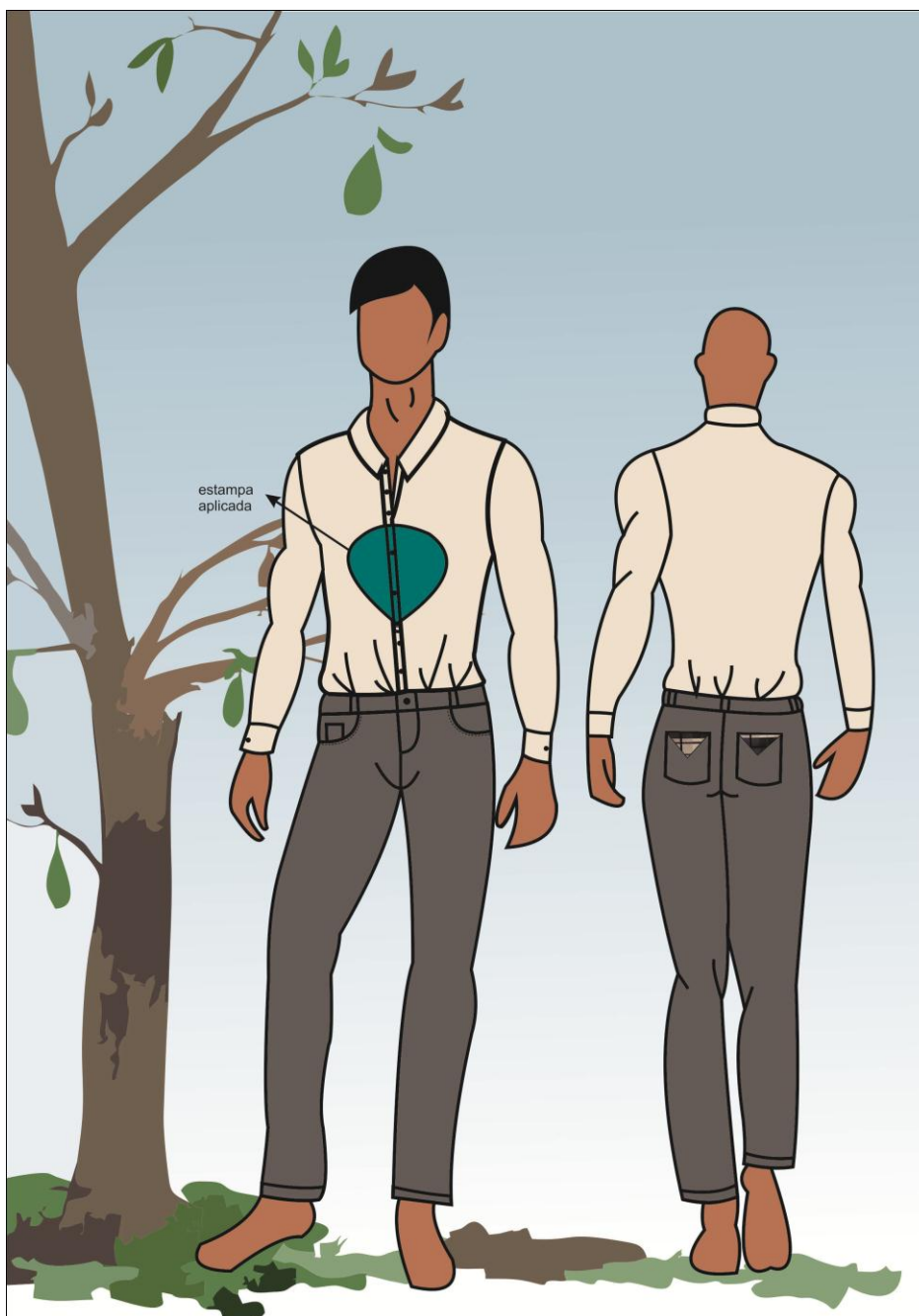


Figura 15 - Look 3
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 3: A camisa, confeccionada em tricoline, apresenta aplicação com estampa exclusiva e a calça jeans possui os bolsos traseiros em brim, dando ao look os detalhes necessários para um visual moderno e despojado.



Figura 16 - Look 4
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 4: A camisa, confeccionada em voal, apresenta detalhe de renda nos ombros e botões com texturas diferentes entre si. Já a calça foi produzida com sarja e possui aplicações no cócs. Assim, o conjunto apresenta detalhes elegantes e modernos ao mesmo tempo.

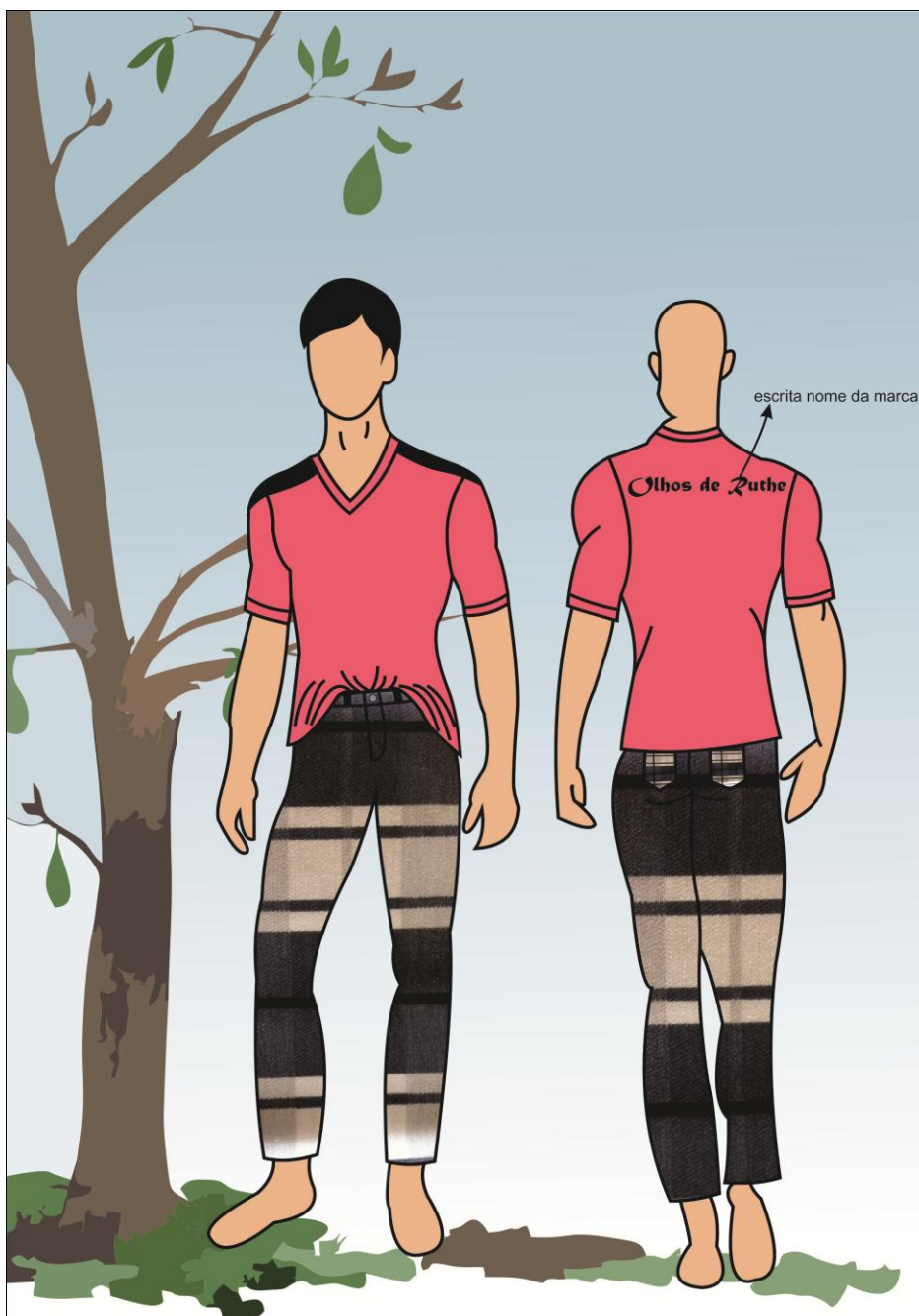


Figura 17 - Look 5
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 5: A camiseta feita com viscolycra contém detalhe de aplicação nas costas e recorte nos ombros. A calça foi confeccionada em brim, já que ele possui textura bastante característica, evidenciando a mistura de tecidos do look.



Figura 18 - Look 6
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 6: A camiseta, feita em viscolycra, possui mangas em chantum com estampa exclusiva, combinando com o short saia construído com o mesmo tecido e com a mesma estampa. Além disso, o short apresenta modelagem diferenciada e o colete de couro finaliza a mistura de materiais de maneira elegante.

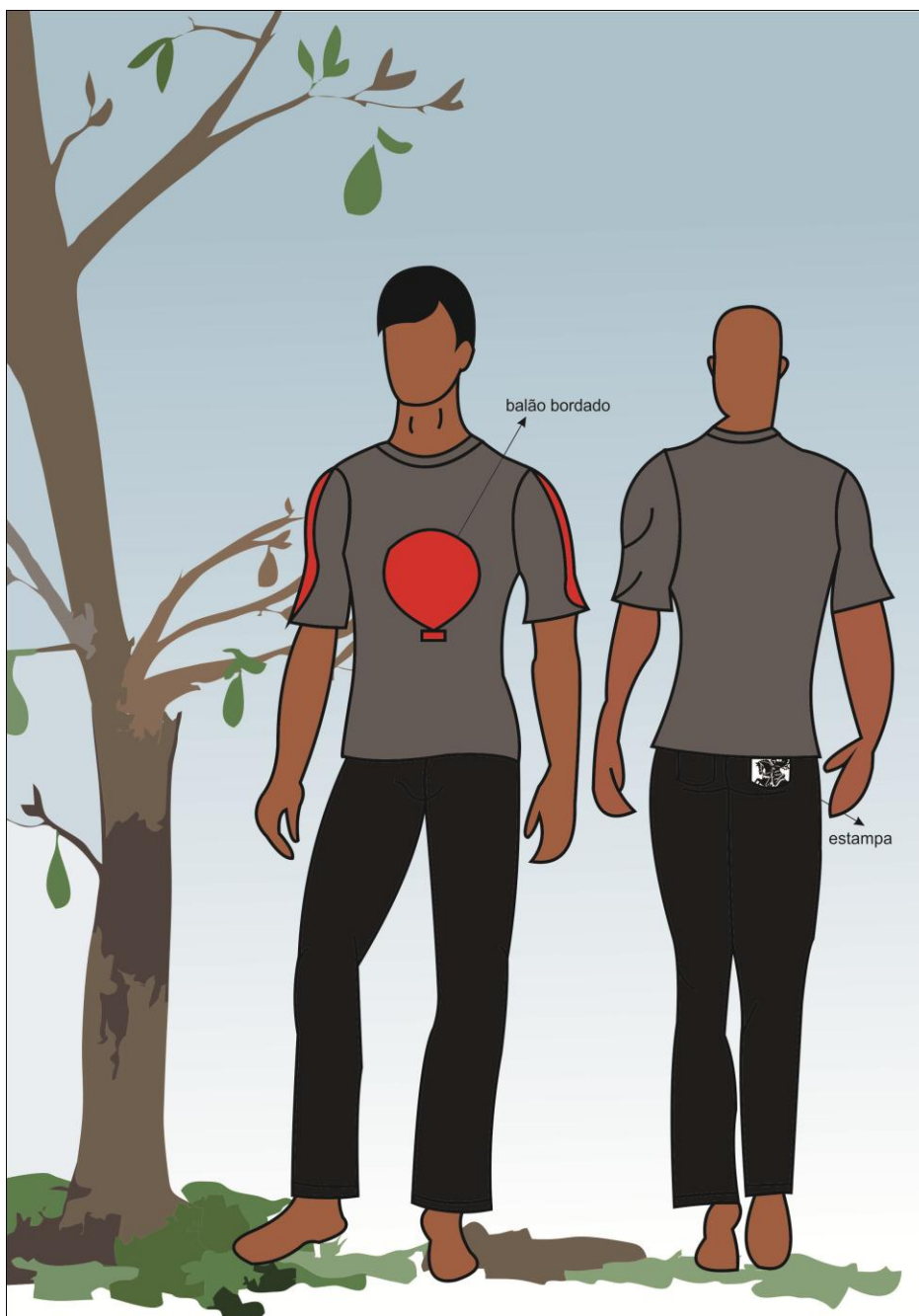


Figura 19 - Look 7
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 7: A camiseta em viscolycra apresenta recortes do mesmo tecido nas mangas e bordado de balão. Já a calça em brim possui estampa exclusiva em um dos bolsos traseiros.



Figura 20 - Look 8
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 8: O top cropped foi confeccionado em viscolycra e possui bordado de balão. O short apresenta modelagem hot pant e possui estampa exclusiva nos bolsos traseiros.

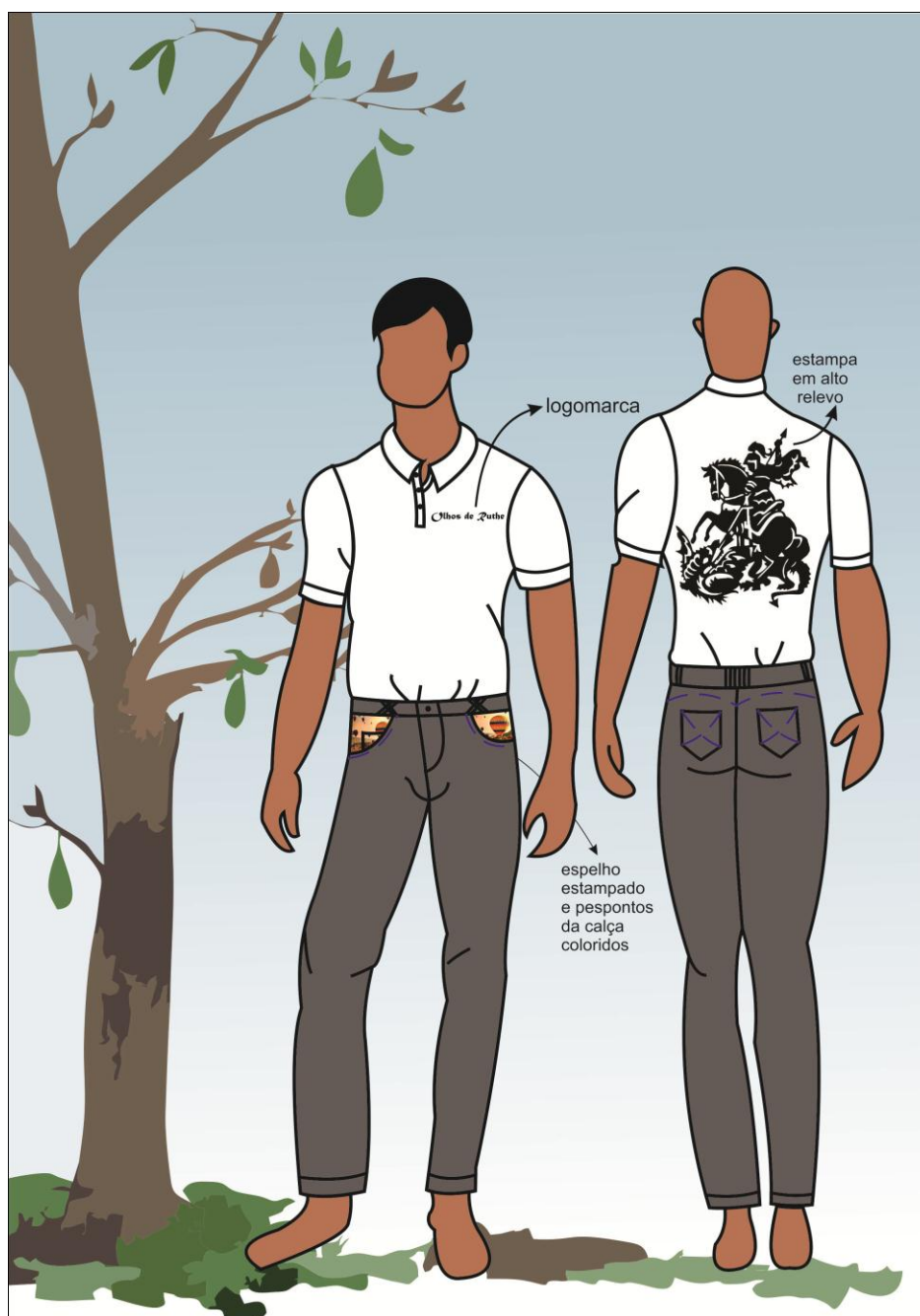


Figura 21 - Look 9
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 9: A camisa pólo em Piquet possui o nome da marca estampado na parte da frente e, nas costas, estampa exclusiva em alto relevo. A calça em gabardine apresenta os espelhos dos bolsos frontais estampados e os pespontos em linha amarela, combinando com a cor predominante da estampa.



Figura 22 - Look 10
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 10: O macacão foi feito em chantum e possui faixa estampada marcando a cintura, gola da cor predominante na estampa e botões com texturas diferentes entre si.

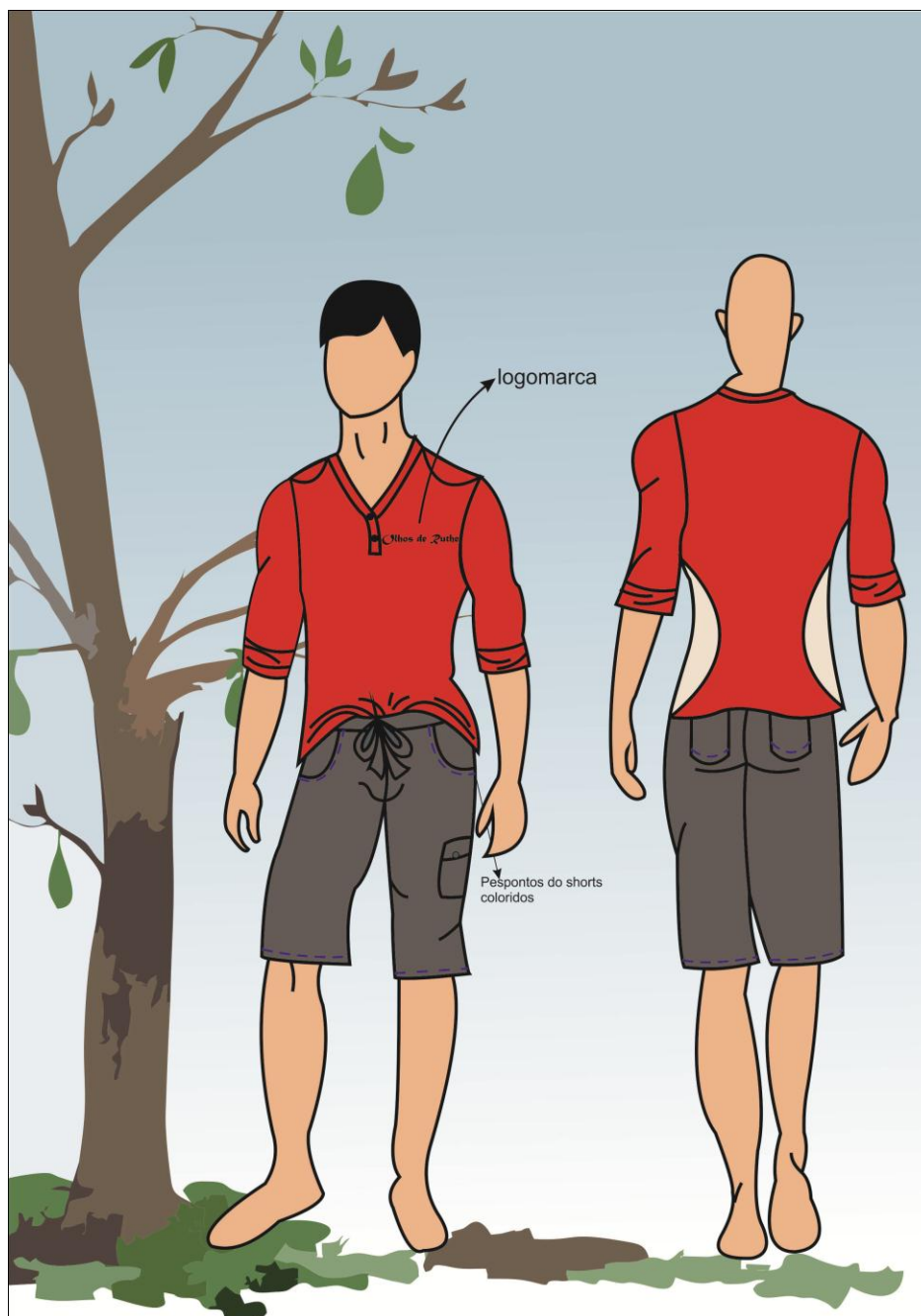


Figura 23 - Look 11
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 11: A camiseta em viscolycra apresenta recortes nos ombros e nas costas, sendo estes em cor diferente, além de logomarca aplicada na parte frontal. Já a bermuda jeans possui lavagem escura, bolsos laterais e pespontos com linha vermelha.



Figura 24 - Look 12
Fonte: Das Autoras (2014)

Look 12: O vestido em chantum apresenta estampa tropical exclusiva e detalhe de renda no decote, nas alças e nas costas, alcançando-se um look elegante e confortável.

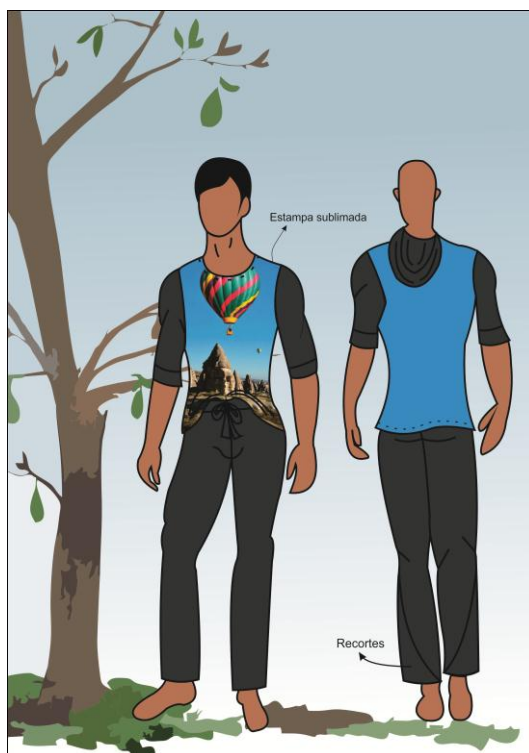


Figura 25 - Look 13
Fonte: Das Autoras (2014)

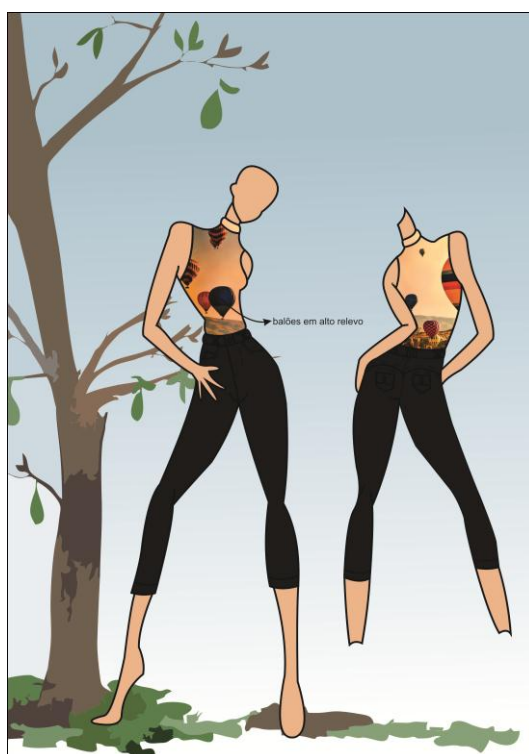


Figura 26 - Look 14
Fonte: Das Autoras (2014)

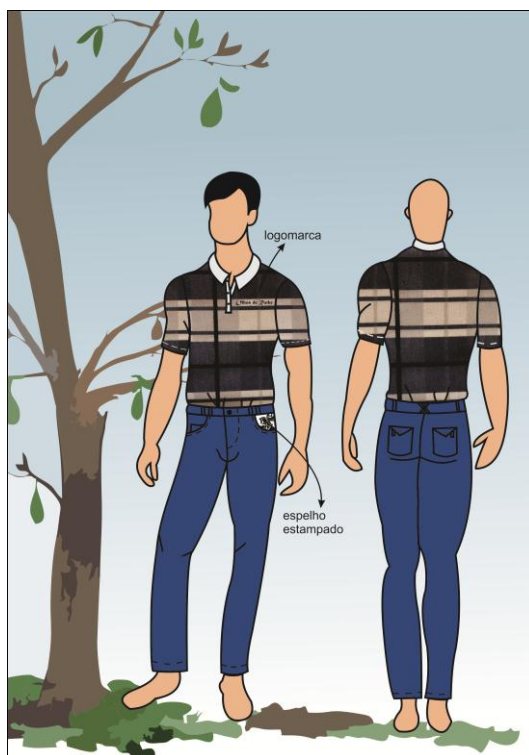


Figura 27 - Look 15
Fonte: Das Autoras (2014)

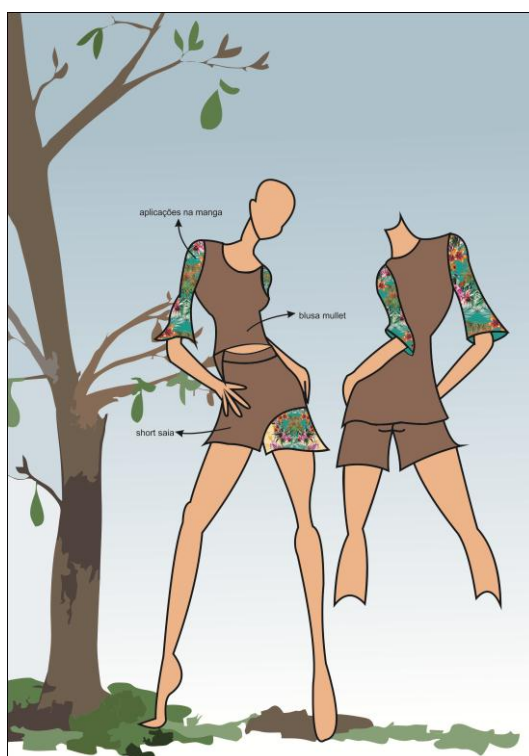


Figura 28 - Look 16
Fonte: Das Autoras (2014)

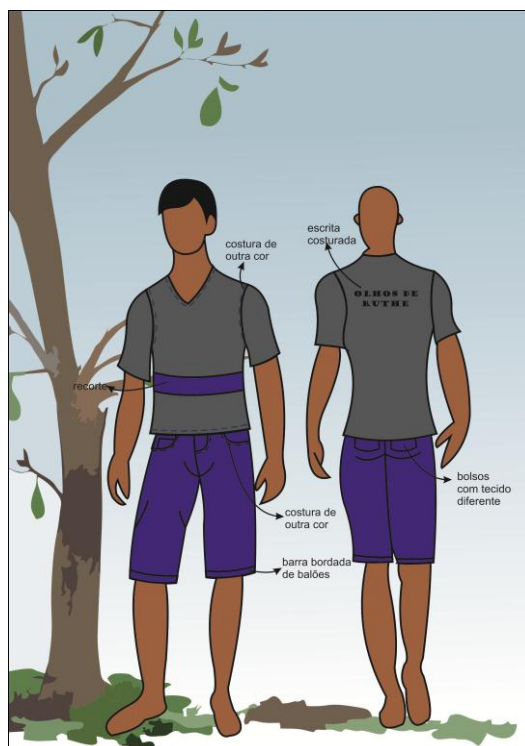


Figura 29 - Look 17
Fonte: Das Autoras (2014)

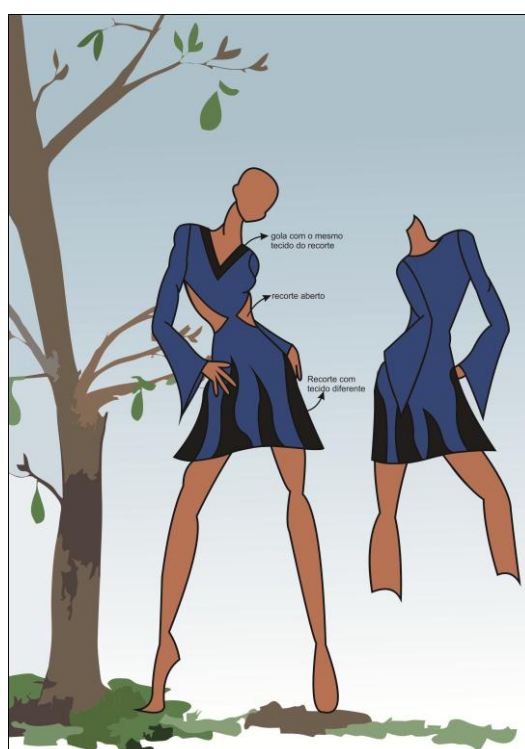


Figura 30 - Look 18
Fonte: Das Autoras (2014)

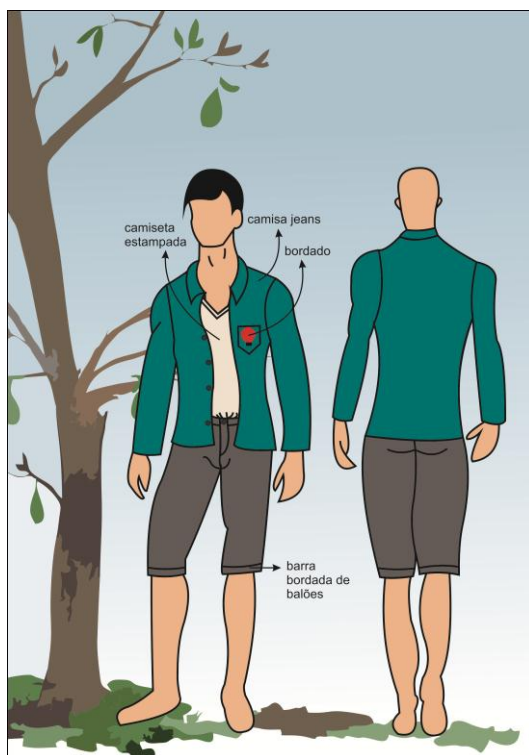


Figura 31 - Look 19
Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 32 - Look 20
Fonte: Das Autoras (2014)

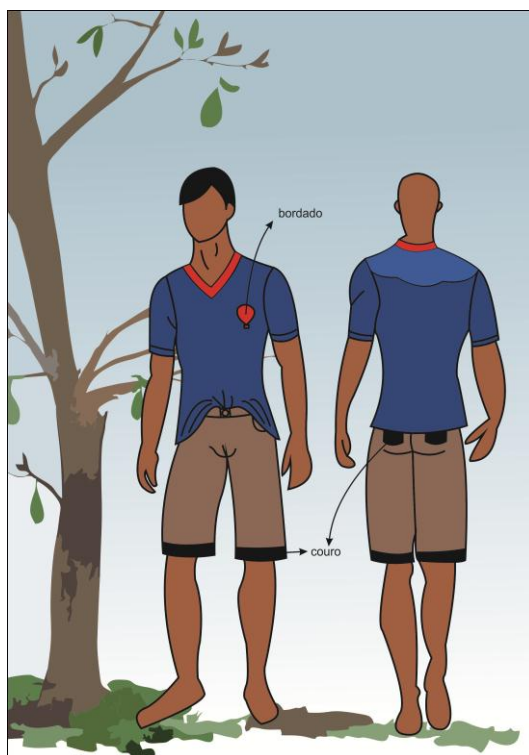


Figura 33 - Look 21
Fonte: Das Autoras (2014)

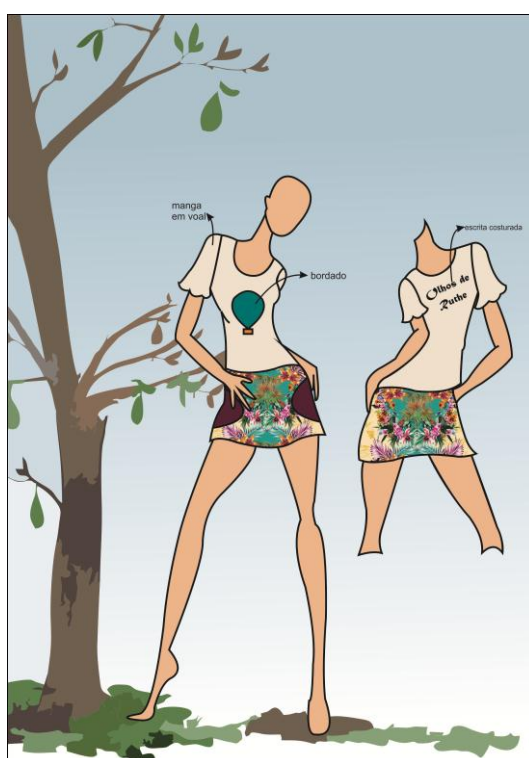


Figura 34 - Look 22
Fonte: Das Autoras (2014)

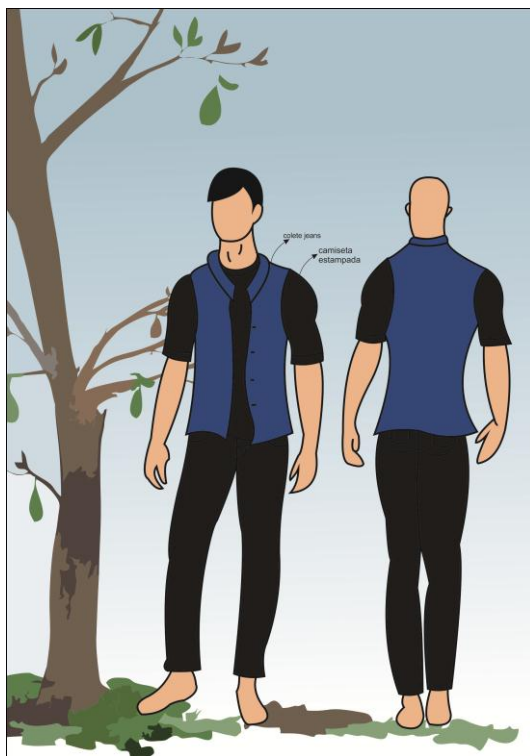


Figura 35 - Look 23
Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 36 - Look 24
Fonte: Das Autoras (2014)

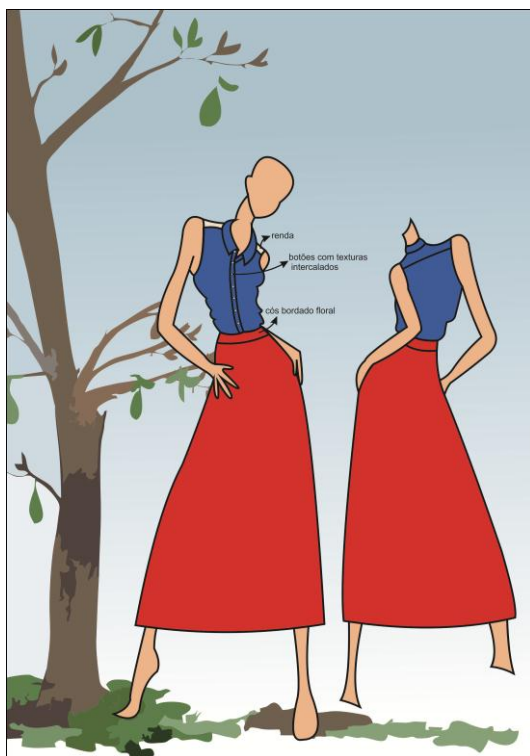
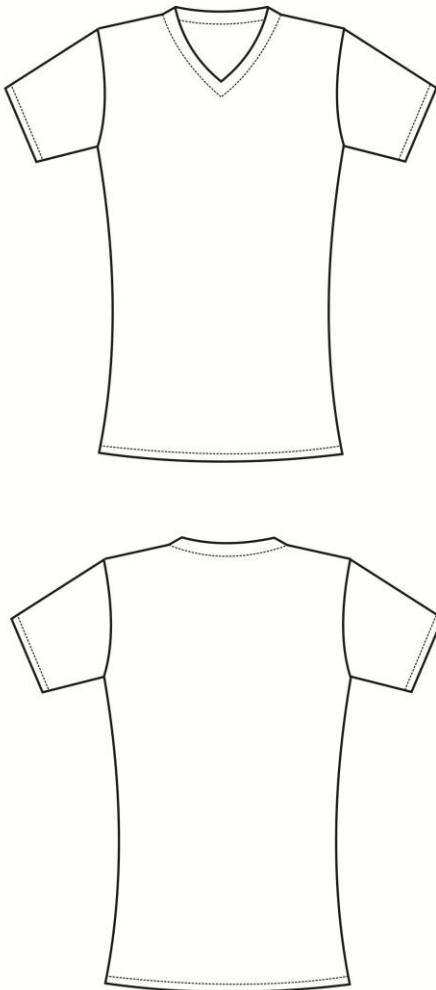


Figura 37 - Look 25
Fonte: Das Autoras (2014)

5.7 FICHAS TÉCNICAS

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: OR2811	MARCA: OLHOS DE RUTHE	ESTILISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA
COLEÇÃO: O VOO DOS GUERREIROS	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA
PRODUTO: CAMISETA GOLA V	GRADE: P - GG	DATA: 22/07/2014



The technical drawing shows two views of a women's t-shirt. The top view is the front, featuring a V-neckline, short sleeves, and a straight hem. The bottom view is the back, showing a crew neckline, short sleeves, and a straight hem. Dashed lines indicate the placement of the neckline, sleeves, and hem.

Figura 38 - Ficha Técnica Camiseta Feminina 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VISCOLYCRA	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	85% ALGODÃO 15% ELASTANO	60 CM	R\$ 13,74
CHANTUM	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	95% POLIÉSTER 5% ELASTANO	30 CM	R\$ 9,00

AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	AMÉLIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	VERMELHA		R\$ 0,03
LINHA OVERLOQUE	AMÉLIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	VERMELHA		
LINHA OVERLOQUE	AMÉLIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	CINZA		

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	R\$ 0,10

VARIAÇÃO CORES


Figura 39 - Ficha Técnica Camiseta Feminina 2
Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	UNIR OMBROS	OVERLOQUE
2	UNIR LATERAL	OVERLOQUE
3	UNIR MANGAS	OVERLOQUE
4	FAZER BARRA DAS MANGAS	GALONEIRA
5	FAZER BARRA	GALONEIRA
6	PREGAR RIBANA	OVERLOQUE

Figura 40 - Ficha Técnica Camiseta Feminina 3
Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 41 - Ficha Técnica Camiseta Feminina 4
Fonte: Das Autoras (2014)

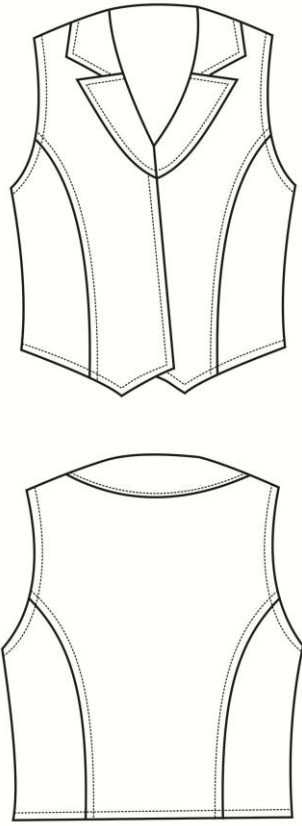
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: OR1025 COLEÇÃO: O VOO DOS GUERREIROS PRODUTO: COLETE	MARCA: OLHOS DE RUTHE TAMANHO PILOTO: P GRADE: P - GG	ESTILISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA MODELISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA DATA: 22/07/2014
		

Figura 42 - Ficha Técnica Colete 1
Fonte: Das Autoras (2014)

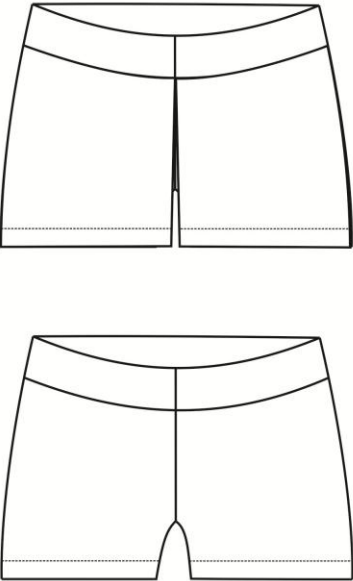
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: OR1731 COLEÇÃO: O VOO DOS GUERREIROS PRODUTO: SHORT SAIA	MARCA: OLHOS DE RUTHE TAMANHO PILOTO: P GRADE: P - GG	ESTILISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA MODELISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA DATA: 22/07/2014
		

Figura 45 - Ficha Técnica Short Saia 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
CHANTUM	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	95% POLIÉSTER 5% ELASTANO	1 metro	R\$ 30,00

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	AMELIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	CINZA		R\$ 0,03
LINHA OVERLOQUE	AMELIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	MARROM		R\$ 0,03
ZÍPER	AMELIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	MARROM	1	R\$ 0,70

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	R\$ 0,10

VARIAÇÃO CORES



Figura 46 - Ficha Técnica Short Saia 2
Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	UNIR GANCHO	RETA E OVERLOQUE
2	UNIR LATERAL	RETA E OVERLOQUE
3	PREGAR ZÍPER	RETA
4	PREGAR SAIA	RETA E OVERLOQUE
5	FAZER CÓS	RETA E OVERLOQUE
6	FAZER BARRA	RETA E OVERLOQUE

Figura 47 - Ficha Técnica Short Saia 3
Fonte: Das Autoras (2014)

ESTAMPARIA: PRINT PRIME**REF:** 0234**TAMANHO:** 1 metro**VALOR:** R\$ 20,00**CORES:****LOCALIZAÇÃO**

Figura 48 - Ficha Técnica Short Saia 4
Fonte: Das Autoras (2014)

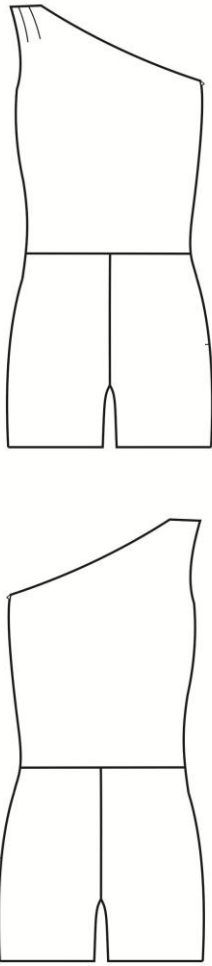
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: OR1612 COLEÇÃO: O VOO DOS GUERREIROS PRODUTO: MACACÃO	MARCA: OLHOS DE RUTHE TAMANHO PILOTO: P GRADE: P - GG	ESTILISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA MODELISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA DATA: 22/07/2014
		

Figura 49 - Ficha Técnica Macacão 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
CHANTUM	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	95% POLIÉSTER 5% ELASTANO	1,5m	R\$ 45,00

AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	MARROM		R\$ 0,30
LINHA OVERLOQUE	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	MARROM		R\$ 0,30
ELÁSTICO	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	BRANCO	55 cm	R\$ 0,60
ZÍPER	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	MARROM	1	R\$ 1,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	R\$ 0,10

VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 50 - Ficha Técnica Macacão 2
Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	FAZER PREGAS DO OMBRO	RETA
2	UNIR OMBRO	INTERLOQUE
3	COLOCAR ELÁSTICO	RETA
4	UNIR PARTE SUPERIOR COM INFERIOR	RETA
5	FECHAR GANCHO	INTERLOQUE
6	UNIR LATERAIS	INTERLOQUE
7	PREGAR ZÍPER	RETA
8	UNIR ENTREPERNAS	INTERLOQUE
9	FAZER BARRA	RETA

Figura 51 - Ficha Técnica Macacão 3
Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 52 - Ficha Técnica Macacão 4
Fonte: Das Autoras (2014)

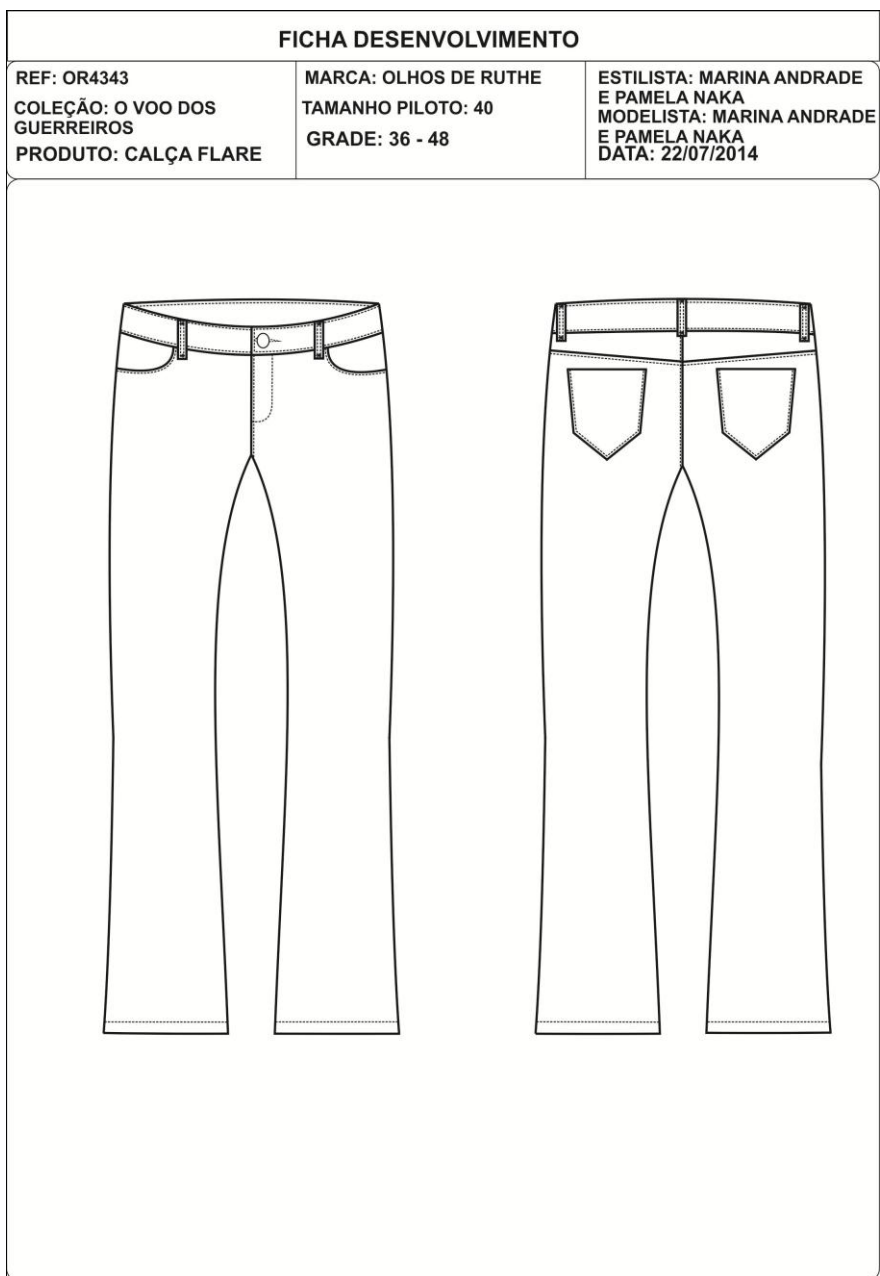


Figura 53 - Ficha Técnica Calça Flaire 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SARJA	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	85% ALGODÃO 15% ELASTANO	1,5 m	R\$ 34,35

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	MARROM		R\$ 0,30
LINHA OVERLOQUE	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	MARROM		R\$ 0,30
MISSANGAS	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	DIVERSAS		R\$ 1,00
ZÍPER	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	MARROM	1	R\$ 0,70

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	

VARIAÇÃO CORES

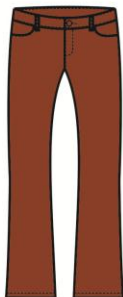


Figura 54 - Ficha Técnica Calça Flaire 2
Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	FECHAR PENCES	RETA
2	FECHAR GANCHO	OVERLOQUE E RETA
3	FECHAR ENTREPERNAS	INTERLOQUE
4	FECHAR LATERAIS	INTERLOQUE
5	FAZER BARRA	RETA
6	PREPARAR E PREGAR CÓS	RETA
7	PREGAR ZÍPER	RETA

Figura 55 - Ficha Técnica Calça Flaire 3
Fonte: Das Autoras (2014)

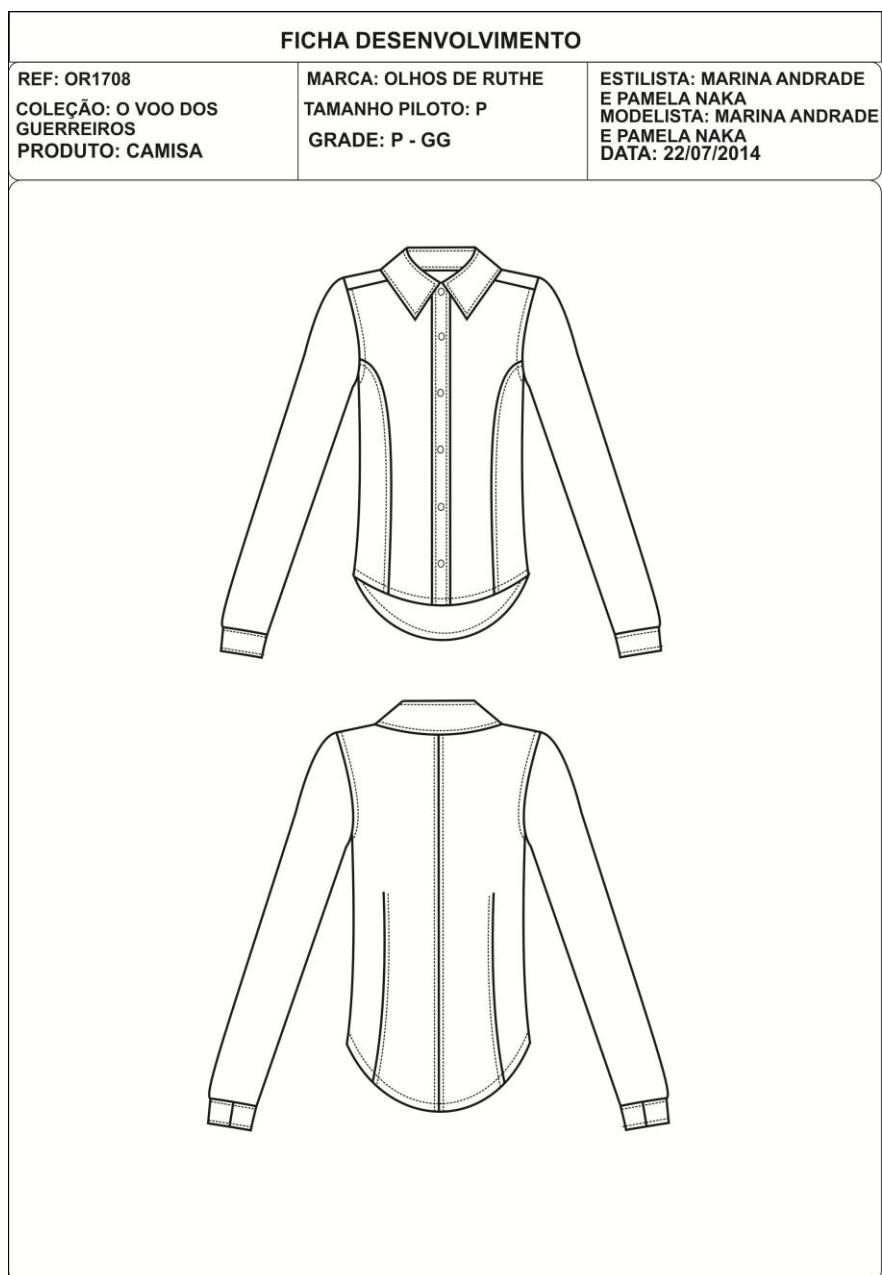


Figura 56 - Ficha Técnica Camisa Feminina 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VOAL	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	100% POLIÉSTER	1,5 m	R\$ 15,00
RENDA	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	85% POLIÉSTER 15% ELASTANO	20 cm	R\$ 3,00
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	RUTH CONFEÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	ROXA		R\$ 0,30
LINHA OVERLOQUE	RUTH CONFEÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	ROXA		R\$ 0,30
BOTÃO	RUTH CONFEÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	AVULSO	8	R\$ 0,20
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	R\$ 0,10
VARIÇÃO CORES				
				

Figura 57 - Ficha Técnica Camisa Feminina 2
Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	PREGAR GOLA	RETA
2	UNIR OMBROS	RETA
3	APLICAR RENDA NOS OMBROS	RETA
4	PREGAR MANGAS	INTERLOQUE
5	FECHAR LATERAIS	INTERLOQUE
6	FAZER BARRA MANGAS	RETA
7	FAZER BARRA	RETA
8	CASEAR	CASEADEIRA
9	PREGAR BOTÕES	BOTONEIRA

Figura 58 - Ficha Técnica Camisa Feminina 3
Fonte: Das Autoras (2014)

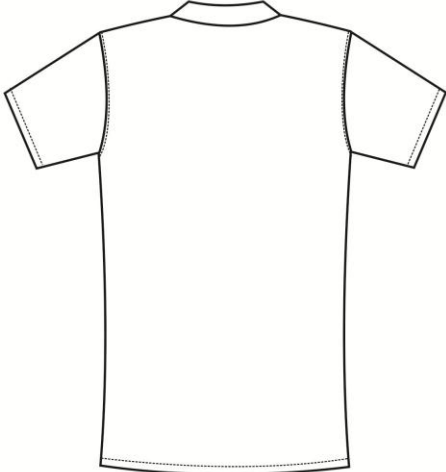
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: OR822 COLEÇÃO: O VOO DOS GUERREIROS PRODUTO: CAMISA POLO	MARCA: OLHOS DE RUTHE TAMANHO PILOTO: M GRADE: P - GG	ESTILISTAS: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA MODELISTAS: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA DATA: 30/05/2014
FRENTE 		
COSTAS 		

Figura 59 - Ficha Técnica Camisa Polo 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
PIQUET	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	53% ALGODÃO 47% POLIÉSTER	70 CM	R\$ 10

AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	RUTH'S CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	AZUL		R\$ 0,03
LINHA OVERLOQUE	RUTH'S CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	AZUL		R\$ 0,03
BOTÃO	RUTH'S CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	CINZA	3	R\$ 0,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	R\$ 0,10

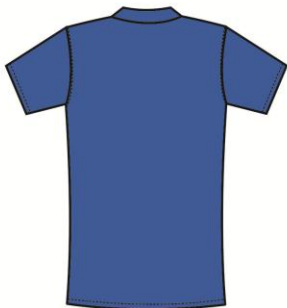
VARIAÇÃO CORES	
	

Figura 60 - Ficha Técnica Camisa Polo 2
Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	UNIR OMBROS	OVERLOQUE
2	PREGAR MANGAS	OVERLOQUE
3	FECHAR LATERAIS	OVERLOQUE
4	FAZER ABERTURAS PARA OS BOTÕES	RETA
5	PREGAR GOLA	OVERLOQUE
6	FAZER BARRAS DAS MANGAS	GALONEIRA
7	FAZER BARRA	GALONEIRA
8	PREGAR BOTÕES	BOTONEIRA
9	FAZER CASEADO	CASEADEIRA

Figura 61 - Ficha Técnica Camisa Polo 3
Fonte: Das Autoras (2014)

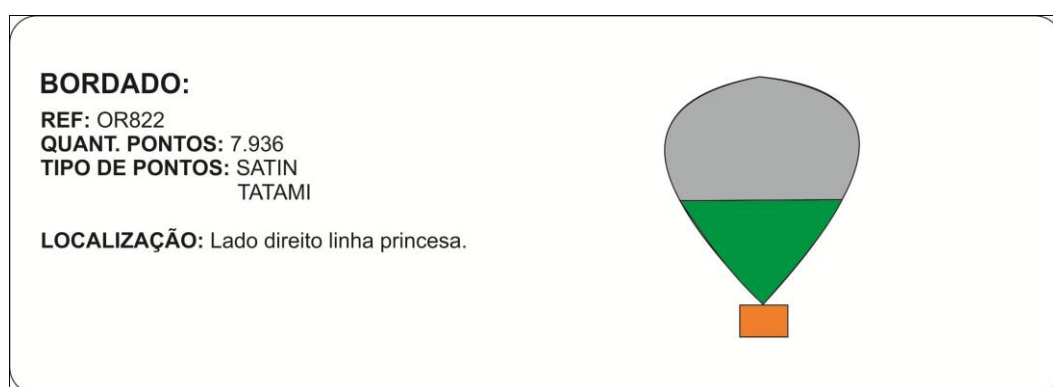


Figura 62 - Ficha Técnica Camisa Polo 4
Fonte: Das Autoras (2014)

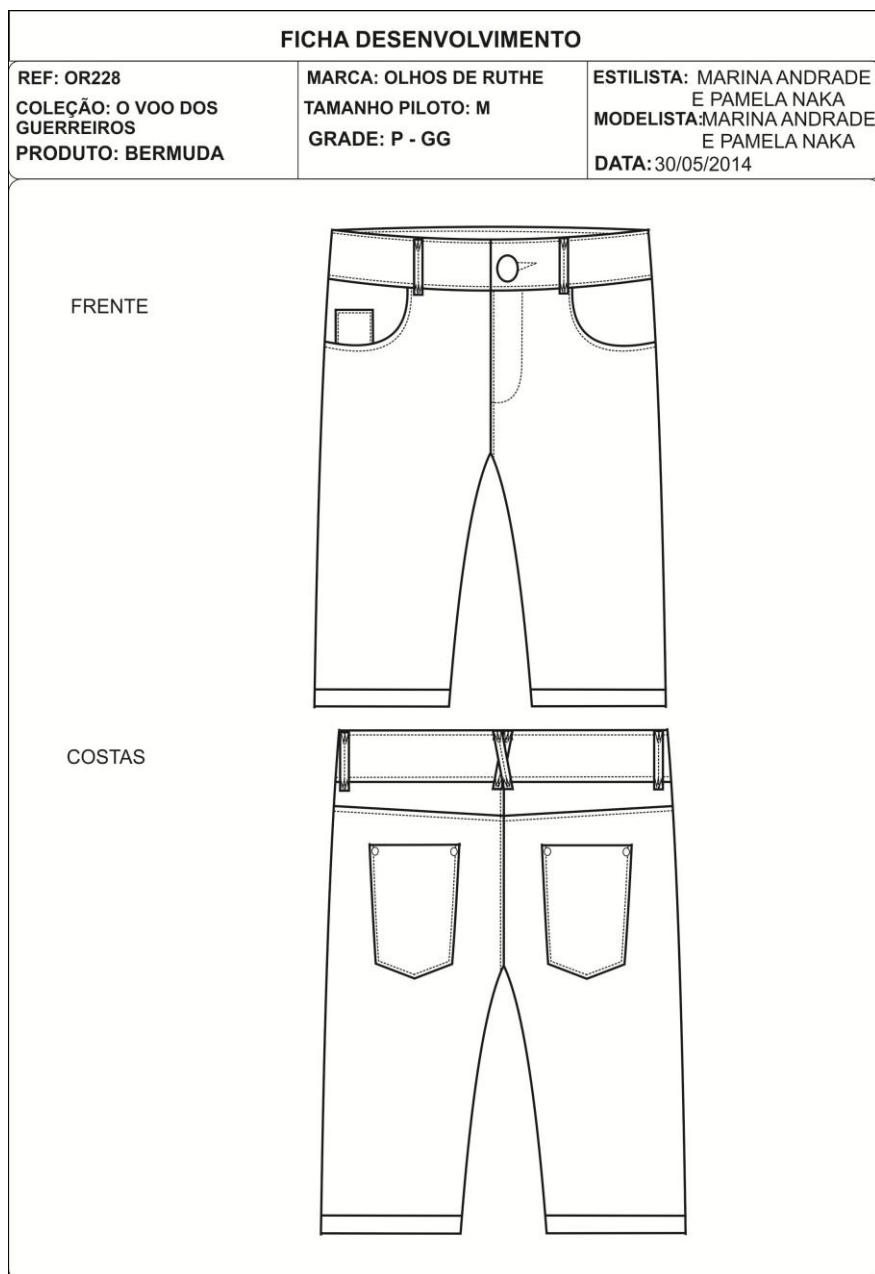


Figura 63 - Ficha Técnica Bermuda 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
GABARDINE	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	77% ACETATO 23% VISCOSE	1 METRO	R\$ 15
GABARDINE ACETINADO	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	77% ACETATO 23% VISCOSE	7 CM	R\$ 1,33

AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	RUTH'S CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	CINZA		R\$ 0,03
LINHA OVERLOQUE	RUTH'S CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	CINZA		R\$ 0,03
ZÍPER	RUTH'S CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	CINZA	1	R\$ 1,10
BOTÃO	RUTH'S CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	PRETO	1	R\$ 0,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	R\$ 0,10

VARIAÇÃO CORES


Figura 64 - Ficha Técnica Bermuda 2
Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	UNIR ENTREPERNAS	OVERLOQUE
2	UNIR GANCHO	OVERLOQUE
3	PREGAR BOLSOS TRASEIROS	RETA
4	PREGAR BOLSOS DIANTEIROS	RETA
5	REBATER ABERTURA	RETA
6	FECHAR LATERAIS	OVERLOQUE
7	FAZER BARRA ITALIANA	RETA
8	PREGAR ZÍPER	RETA
9	PREGAR CÓS	RETA
10	PREGAR PASSANTES	RETA
11	PREGAR BOTÃO	BOTONEIRA
12	FAZER CASEADO	CASEADEIRA

Figura 65 - Ficha Técnica Bermuda 3
Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 66 - Ficha Técnica Bermuda 4
Fonte: Das Autoras (2014)

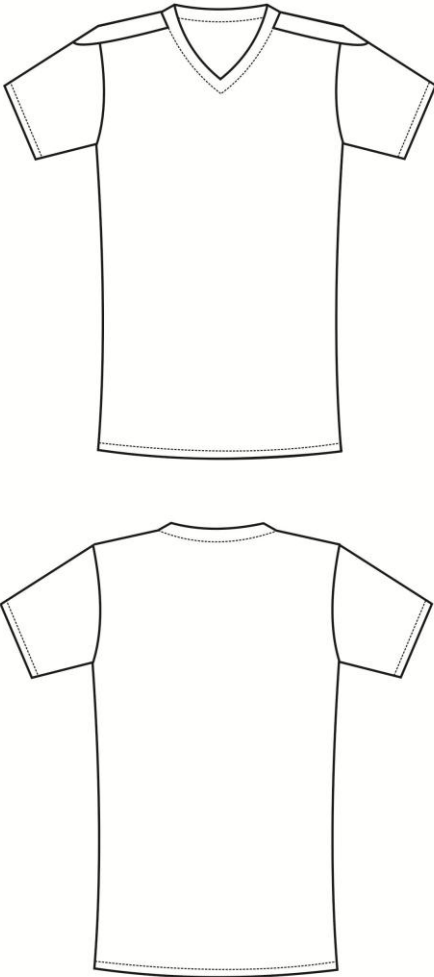
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: OR2316 COLEÇÃO: O VOO DOS GUERREIROS PRODUTO: CAMISETA GOLA V	MARCA: OLHOS DE RUTHE TAMANHO PILOTO: M GRADE: P - GG	ESTILISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA MODELISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA DATA: 22/07/2014
		

Figura 67 - Ficha Técnica Camiseta Masculina 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VISCOLYCRA	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	85% ALGODÃO 15% ELASTANO	70 CM	R\$ 16,00

AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	AMELIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	ROSA		R\$ 0,03
LINHA OVERLOQUE	AMELIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	ROSA		R\$ 0,03

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	R\$ 0,10

VARIÇÃO CORES


Figura 68 - Ficha Técnica Camiseta Masculina 2
Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	UNIR OMBRO	OVERLOQUE
2	UNIR RECORTES	OVERLOQUE
3	UNIR LATERAL	OVERLOQUE
4	PREGAR MANGAS	OVERLOQUE
5	FAZER BARRA DAS MANGAS	GALONEIRA
6	FAZER BARRA	GALONEIRA
7	PREGAR RIBANA	OVERLOQUE

Figura 69 - Ficha Técnica Camiseta Masculina 3
Fonte: Das Autoras (2014)

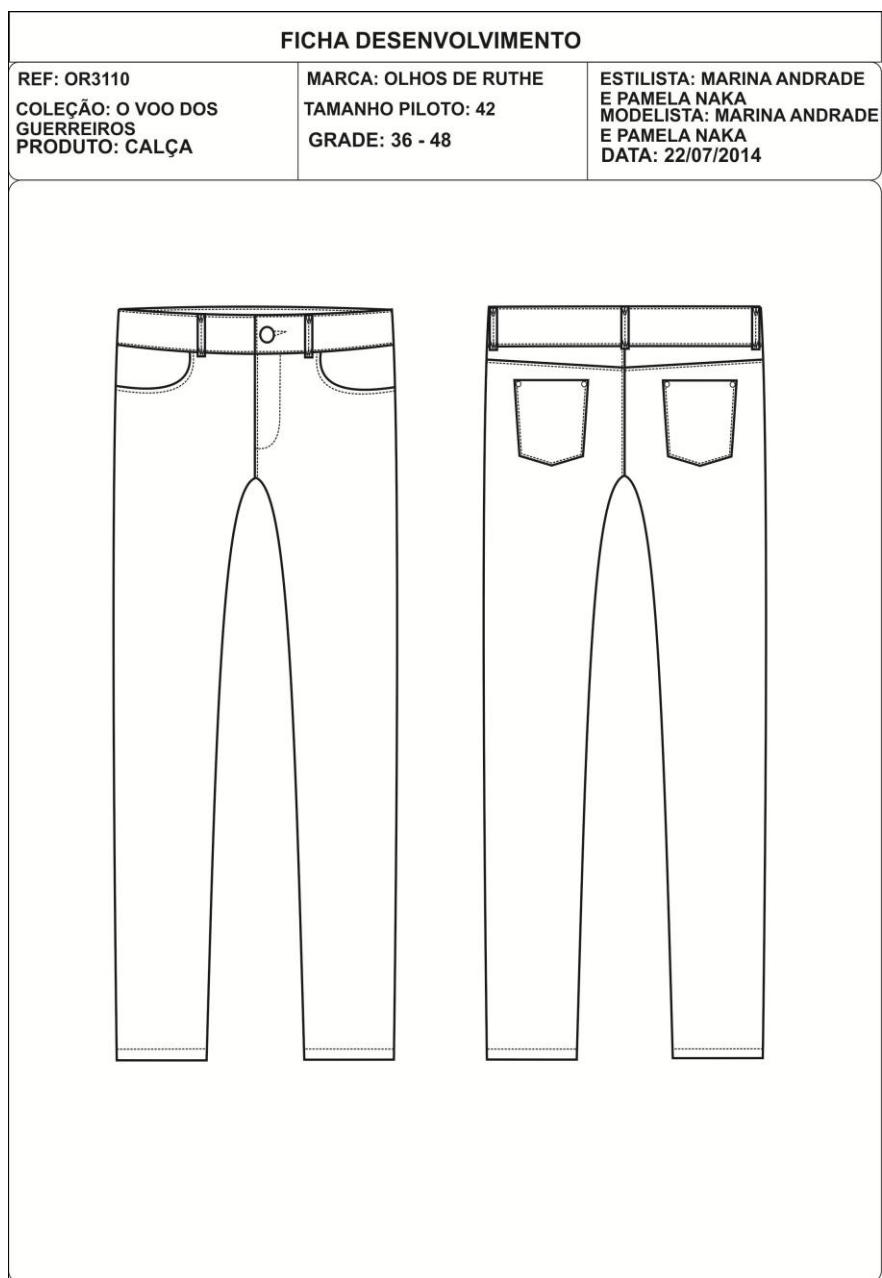


Figura 70 - Ficha Técnica Calça Masculina 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
BRIM	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	100% POLIÉSTER	1,70 m	R\$ 25,40

AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	AMELIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	BRANCA		R\$ 0,30
LINHA OVERLOQUE	AMELIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	BRANCA		R\$ 0,30
BOTÃO	AMELIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	PRETO	1	R\$ 0,40
ZÍPER	AMELIA CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	BRANCO	1	R\$ 0,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	R\$ 0,10

VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 71 - Ficha Técnica Calça Masculina 2
Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	PREGAR ZÍPER	RETA E OVERLOQUE
2	FAZER BOLSO	RETA E OVERLOQUE
3	UNIR LATERAL	RETA E OVERLOQUE
4	UNIR ENTREPERNAS	RETA E OVERLOQUE
5	PREGAR CÓS	RETA E OVERLOQUE
6	FAZER BARRA	RETA E OVERLOQUE
7	FAZER CASINHA DO BOTÃO	RETA E OVERLOQUE
8	CASEAR	CASEADEIRA
9	PREGAR BOTÃO	BOTONEIRA

Figura 72 - Ficha Técnica Calça Masculina 3
Fonte: Das Autoras (2014)

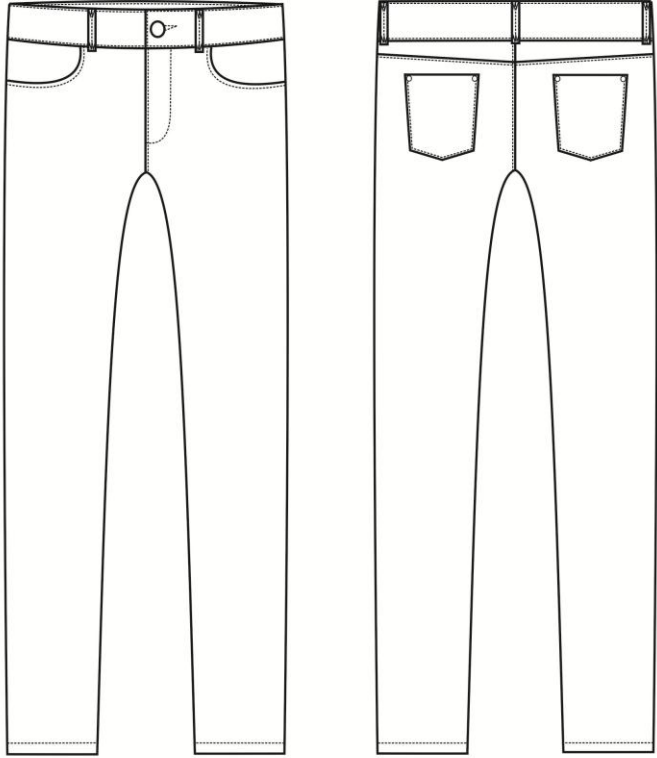
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: OR0802 COLEÇÃO: O VOO DOS GUERREIROS PRODUTO: CALÇA	MARCA: OLHOS DE RUTHE TAMANHO PILOTO: 40 GRADE: 36 - 48	ESTILISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA MODELISTA: MARINA ANDRADE E PAMELA NAKA DATA: 22/07/2014
		

Figura 73 - Ficha Técnica Calça Jeans 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
JEANS	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	100% ALGODÃO	1,20 m	R\$ 30,00
BRIM	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	100% POLIÉSTER	15 cm	R\$ 5,00
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	AZUL		R\$ 0,30
LINHA OVERLOQUE	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	AZUL		R\$ 0,30
BOTÃO	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	OURO VELHO	1	R\$ 0,40
ZÍPER	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	AZUL	1	R\$ 0,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	R\$ 0,10
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 74 - Ficha Técnica Calça Jeans 2
Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	FECHAR PENCE COSTAS	RETA
2	PREPARAR BOLSOS COSTAS	RETA E OVERLOQUE
3	PREGAR BOLSOS COSTAS	RETA
4	PREPARAR BOLSOS FRENTE	RETA E OVERLOQUE
5	PREGAR BOLSOS FRENTE	RETA
6	FECHAR GANCHO	RETA E OVERLOQUE
7	FECHAR ENTREPERNAS	INTERLOQUE
8	FECHAR LATERAIS	INTERLOQUE
9	FAZER BARRA	RETA
10	PREPARAR E PRENDER PASSANTES	RETA
11	PREPARAR E PREGAR CÓS	RETA
12	CASEAR	CASEADEIRA
13	PREGAR BOTÃO	BOTONEIRA
14	PREGAR ZÍPER	RETA

Figura 75 - Ficha Técnica Calça Jeans 3
Fonte: Das Autoras (2014)

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: OR2207 COLEÇÃO: VOO DOS GUERREIROS PRODUTO: CAMISA	MARCA: OLHOS DE RUTHE TAMANHO PILOTO: 3 GRADE: 1 - 5	ESTILISTA: MARINA RAMOS E PAMELA NAKA MODELISTA: MARINA RAMOS E PAMELA NAKA DATA: 22/07/2014
		

Figura 76 - Ficha Técnica Camisa Masculina 1
Fonte: Das Autoras (2014)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
TRICOLINE	SANREMO (FORNECEDOR INDIRETO)	85% ALGODÃO 15% ELASTANO	2 metros	R\$ 39,80

AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA RETA	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	BRANCO		R\$ 0,30
LINHA OVERLOQUE	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	BRANCO		R\$ 0,30
BOTÃO	RUTH CONFECÇÕES (FORNECEDOR INDIRETO)	BRANCO	10	R\$ 0,40

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SACO PLÁSTICO	LIBERAL (FORNECEDOR INDIRETO)	TRANSPARENTE	1	R\$ 0,10

VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 77 - Ficha Técnica Camisa Masculina 2
 Fonte: Das Autoras (2014)

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	APLICAR ENTRETELA NAS GOLAS E NOS PUNHOS	RETA
2	PREPARAR GOLA E PÉ DE GOLA	MANUAL
3	PESPONTAR GOLA	RETA
4	PREGAR GOLA NO PÉ DE GOLA	RETA
5	UNIR OMBROS	RETA
6	PESPONTAR OMBROS	RETA
7	PREGAR MANGAS	INTERLOQUE
8	PESPONTAR MANGAS	RETA
9	FECHAR LATERAIS	INTERLOQUE
10	FAZER BARRA DAS MANGAS	RETA
11	FAZER BARRA	RETA
12	CASEAR	CASEADEIRA
13	PREGAR BOTÕES	BOTONEIRA

Figura 78 - Ficha Técnica Camisa Masculina 3

Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 79 - Ficha Técnica Camisa Masculina 4

Fonte: Das Autoras (2014)

5.8 PRANCHAS

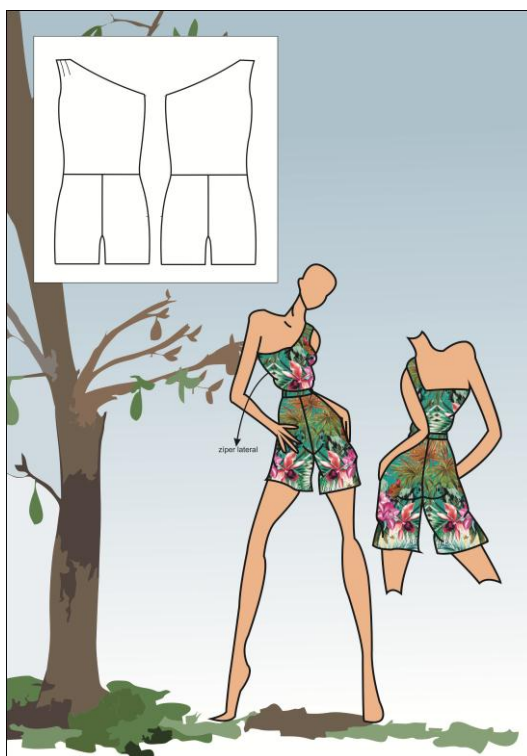


Figura 80 - Prancha 1
Fonte: Das Autoras (2014)

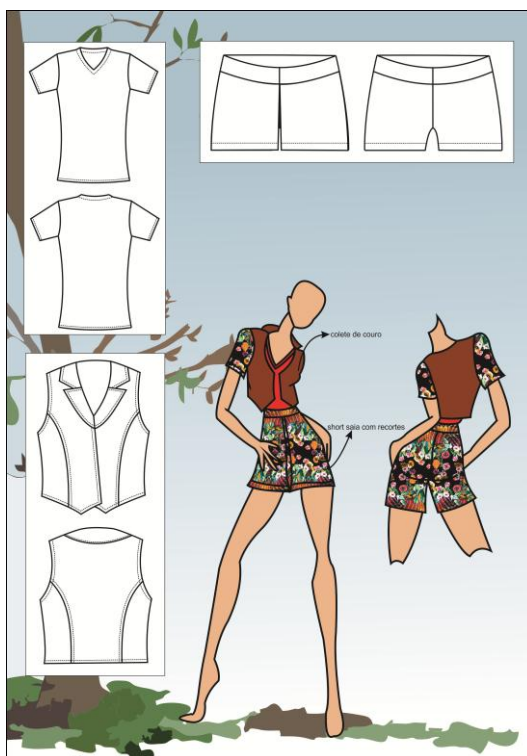


Figura 81 - Prancha 2
Fonte: Das Autoras (2014)

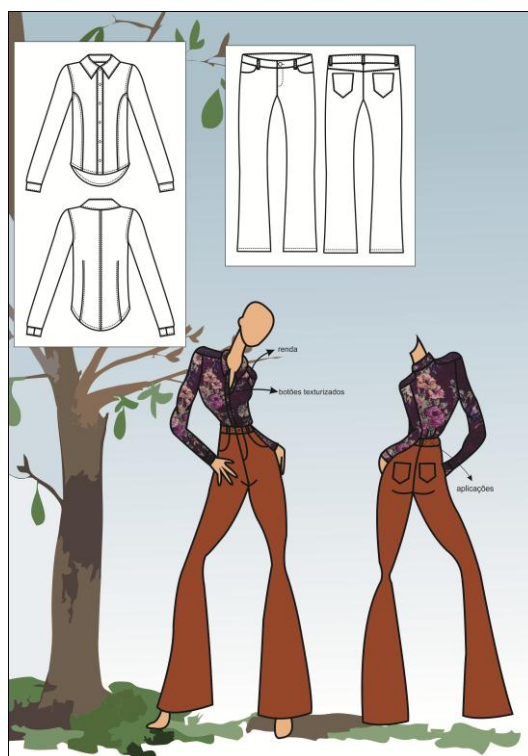


Figura 82 - Prancha 3
Fonte: Das Autoras (2014)

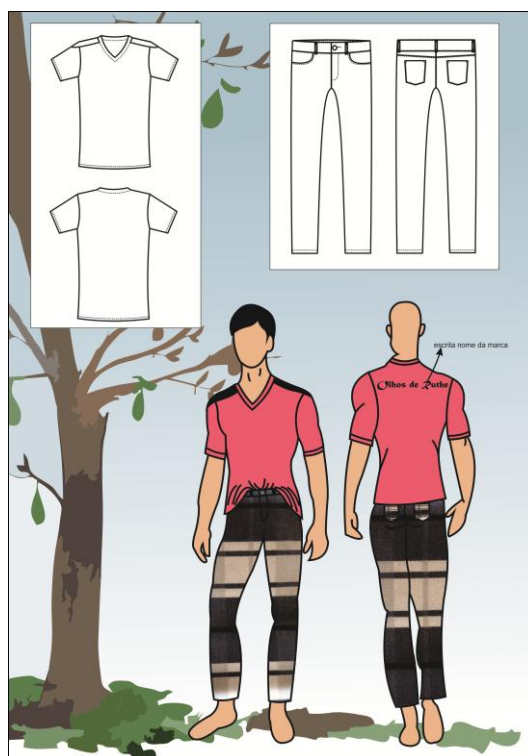


Figura 83 - Prancha 4
Fonte: Das Autoras (2014)

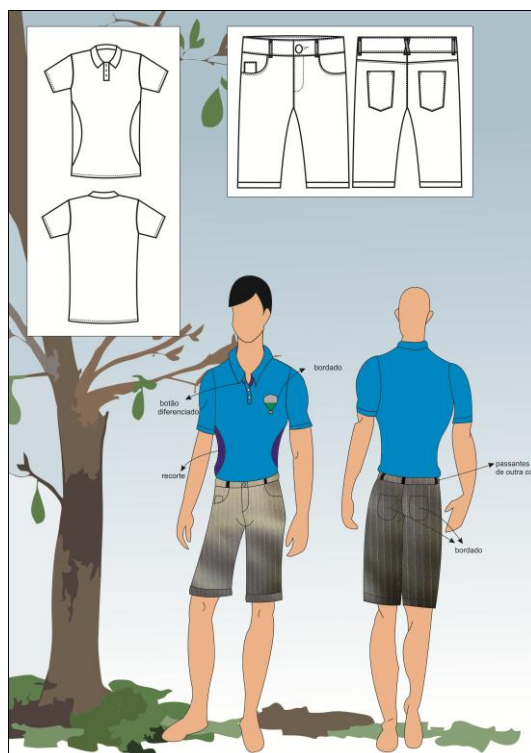


Figura 84 - Prancha 5
Fonte: Das Autoras (2014)

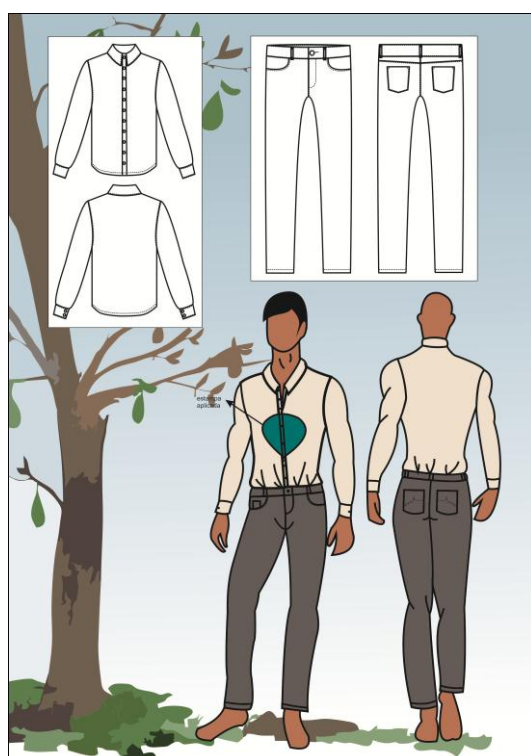


Figura 85 - Prancha 6
Fonte: Das Autoras (2014)

5.9 LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 86 - Look Confeccionado 1
Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 87 - Look Confeccionado 2
Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 88 - Look Confeccionado 3
Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 89 - Look Confeccionado 4
Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 90 - Look Confeccionado 5
Fonte: Das Autoras (2014)

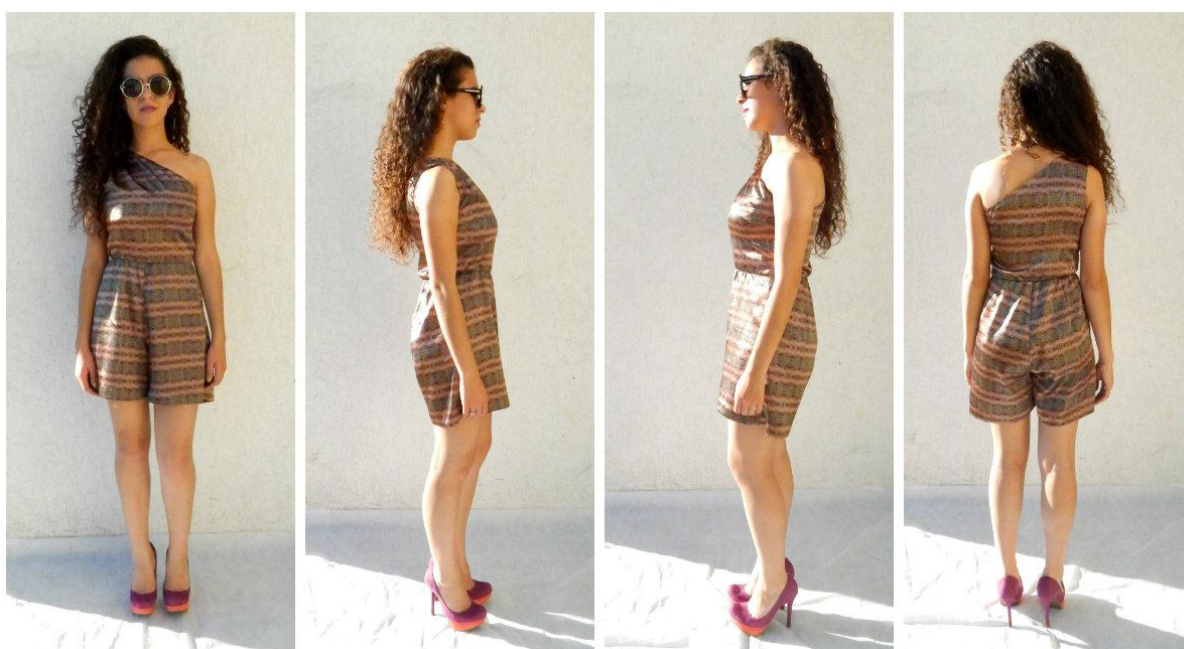


Figura 91 - Look Confeccionado 6
Fonte: Das Autoras (2014)

5.10 SITE E CATÁLOGO

O site, conforme a figura 92, se apresenta de maneira limpa e com poucos links de acesso, facilitando o uso para deficientes visuais. Além disso, conta com tecnologia de um programa de comando de voz o qual faz a leitura da tela



Figura 92 – Site
Fonte: Das Autoras (2014)

O catálogo comercial tem a finalidade de apresentar aos clientes a coleção mais recente lançada pela marca, portando informações de contato e de endereço a fim de facilitar o encontro do consumidor com as lojas. A capa foi criada contendo imagem que passa ideia de liberdade, além do nome da marca e da logo. Quanto à confecção, o catálogo foi impresso em papel glossy, preservando a fidelidade às cores e às formas e formatado em dimensão de fácil manuseio.

5.11 DESFILE

Conforme exposto na figura 93, a maquiagem seguirá a característica dos looks, ou seja, será básica, porém com um toque diferenciado que transmite alegria e liberdade, o qual aparecerá em forma de delineador ou de batom coloridos. Já o cabelo será preso em coque com detalhe de tranças, realçando a beleza das modelos (figura 94).



Figura 93 – Maquiagem Desfile
Fonte: Das Autoras (2014)



Figura 94 - Cabelo Desfile
Fonte: Das Autoras (2014)

A música escolhida para o desfile foi “Alma de Guerreiro”, do cantor e compositor Seu Jorge, sendo que sua letra retrata a superação do público alvo e se relaciona com o tema da coleção.

A sequência de passarela, exemplificada na figura 95, foi escolhida a fim de que os looks fossem desfilados harmoniosamente em questões de cores, estampas e formas.



Figura 95 - Sequência de Desfile
Fonte: Das Autoras (2014)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho objetivou criar uma coleção inclusiva que favorecesse a independência de portadores de deficiência visual. Para isso, iniciou-se pesquisa teórica a fim de conhecer o público alvo e seu relacionamento com a sociedade, além de estender essa teoria a conceitos imprescindíveis à criação de produtos de moda, como design inclusivo e ergonomia.

Em seguida, a pesquisa de campo aplicada em forma de questionário procurou sanar dúvidas e questões recorrentes para a concepção da marca e da coleção, buscando-se perceber quais as reais necessidades e desejos do público-alvo.

Por fim, a marca e a coleção originadas dessa análise apresentam conceitos de liberdade e de autossuficiência por meio de bordados, aplicações, recortes, botões diferenciados, estampas em relevo, mistura de tecidos e outros recursos que aguçam o sentido do tato e despertam a curiosidade de deficientes visuais e também de não deficientes, transformando o corriqueiro ato de se vestir em uma brincadeira lúdica e prazerosa para todos.

REFERÊNCIAS

A12. 1 fotografia, color. Disponível em:

<<http://www.a12.com/formacao/detalhes/jovens-em-pauta>>. Acesso em 27/05/2014.

ÁVILA, Marcos; GONÇALVES, Elisabeto Ribeiro; LOUZADA, Nelson. **Cegueira no Brasil: causas e números**. Disponível em:

http://www.ceofro.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=90 Acesso em: 10/02/2014

BRITO, Inayê Jorge Gomes de et al. **O Design de Moda como Inclusão de Portadores de Deficiência Visual**. Disponível em:

<http://revistaeletronica.sp.senai.br/index.php/seer/article/viewFile/154/98> Acesso em: 24/05/2014

BRUNO, Marilda Moraes Garcia. MOTA, Maria Glória Batista da. **Programa de Capacitação de Recursos Humanos do Ensino Fundamental: deficiência visual**. Brasília: MEC/SEESP, 2001.

CLICRBS. 1 fotografia, color. Disponível em:

<<http://wp.clicrbs.com.br/viajandoporviajar/2012/12/01/capadocia-de-balao/?topo=77,1,1,,77> >. Acesso em: 27/05/2014.

COSTA, Renata. **Como Funciona o Sistema Braille?** Disponível em:

<<http://revistaescola.abril.com.br/formacao/como-funciona-sistema-braille-496102.shtml>>. Acesso em: 10/02/2014

CRUZ, Vanessa Carla Duarte Santos. **Projeto e Desenvolvimento de uma Ajuda Técnica numa Perspectiva de Design Inclusivo**. Covilhã, 2010. Páginas 4 a 6.

DUARTE, Vânia Mara do Nascimento. **Pesquisa Quantitativa e Qualitativa**.

Disponível em: <http://monografias.brasilecola.com/regras-abnt/pesquisa-quantitativa-qualitativa.htm> Acesso em: 07/02/2014

GALVÃO FILHO, Teófilo. **A Tecnologia Assistiva: de que se trata?** In: MACHADO, G. J. C.; SOBRAL, M. N. (Orgs.). *Conexões: educação, comunicação, inclusão e interculturalidade*. 1 ed. Porto Alegre: Redes Editora, p. 207-235, 2009. Disponível em: <http://www.galvaofilho.net/assistiva.pdf> Acesso em: 10/02/2014

Garcia, Nely. **Como desenvolver programas de orientação e mobilidade.** In: MACHADO, Edileine Vieira. *Orientação e Mobilidade: Conhecimentos básicos para a inclusão do deficiente visual.* Brasília: MEC/SEESP, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª Ed. [São Paulo] Editora Atlas – 2009. p. 41.

GOMES FILHO, João. **Design do Objeto: Bases Conceituais.** São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

GOMES FILHO, João. **Ergonomia do Objeto.** 2. ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010:** Resultados gerais da amostra. Disponível em:
<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000008473104122012315727483985.pdf> Acesso em: 10/02/2014

IIDA, Itiro. **Ergonomia: projeto e produção.** 2.ed. São Paulo: Editora Blucher, 2005.

LARAMARA. **Tecnologia Assistiva.** Disponível em:
<http://laramara.org.br/tecnologia-assistiva> Acesso em: 10/02/2014

MARTINS, S. B. Ergonomia e moda: repensando a segunda pele. In: PIRES, D. B. **Design de Moda: olhares diversos.** São Paulo: Estação das letras e cores, 2008. p. 319-336.

MAZZARO, José Luiz. **Mas, afinal, o que é orientação e mobilidade?** In: MACHADO, Edilene Vieira. *Orientação e Mobilidade: Conhecimentos básicos para a inclusão do deficiente visual,* Brasília: MEC/SEESP, 2003.

PINHEIRO, Maria Cristina; SILVA, Fernando Moreira da. **Comunicação Visual e Design Inclusivo, Cor, legibilidade e visão envelhecida.** 2010. Página 69.

PORTAIS DA MODA. **Urânio Inova com Roupas para Deficientes Visuais.** Disponível em:
<http://www.portaisdamoda.com.br/noticiaInt~id~14251~n~uranio+inova+com+roupas+para+deficientes+visuais.htm> Acesso em: 24/05/2014

RODRIGUES, William Costa. **Metodologia Científica.** Rio de Janeiro: FAETEC/IST, 2007. Disponível em:
http://pesquisaemeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/fetch/64878127/Willian%20Costa%20Rodrigues_metodologia_cientifica.pdf Acesso em: 07/02/2014

SOUZA, Rainer. **Código Braille**. Disponível em:
<http://www.brasilecola.com/portugues/braile.htm> Acesso em: 10/02/2014

USEFASHION. **Tendências Gerais de Malharia Retilínea Verão 2014/15**.
Disponível em: <<http://www.usefashion.com/Categorias/Home.aspx>>.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

1- Características nas roupas que facilitariam ao se vestir:

- a) Etiqueta nas costas
- b) Botão no lugar do zíper
- c) Detalhes na frente
- d) Outro _____

2- Existem detalhes que incomodam/ dificultam nas roupas?

- () sim _____
- () não

3- Preferência de texturas:

- a) Bordado
- b) Franjas
- c) Estampa
- d) Renda
- e) Aplicações
- f) Outra _____

4- Prestam atenção se os detalhes são chamativos ou discretos?

- () sim
- () não

5- Se sim, qual prefere?

- () chamativos
- () discretos

6- Preferência de tecidos:

- a) Couro
- b) Algodão
- c) Jeans
- d) Poliéster
- e) Outro _____

7- Prefere estampa:

- a) Floral

- b) Animal print
- c) Frases
- d) Outra _____

8- Usa cores?

☐ sim

☐ não

9- Se sim, prefere básicas ou vibrantes?

10- Usa internet em casa

☐ sim

☐ não

☐ não sabe usar internet

11- Cartela de cores e materiais física e virtual facilitaria a escolha das peças?

☐ sim

☐ não