



FAED

Trabalho de Conclusão de Curso

**ESTUDO PARA VIABILIZAÇÃO DE CAMISETAS PARA
PORTADORES DE DEFICIÊNCIA VISUAL**

SÍLVIA CRISTINA MARTINS

Curso Tecnologia do Vestuário

Dois Vizinhos

2004

ESTUDO SOBRE A VIABILIZAÇÃO DE CAMISETAS PARA PORTADORES DE DEFICIÊNCIA VISUAL

SÍLVIA CRISTINA MARTINS

Este projeto visa desenvolver camisetas específicas aos portadores de deficiência visual, proporcionando assim melhoria na sua auto-estima. Este projeto faz parte das exigências para obtenção do Título de Tecnólogo do Vestuário com a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso -TCC do Curso de Tecnologia do Vestuário da Faculdade Educacional de Dois Vizinhos – FAED/UNISEP.

Orientadora: Rafaela Satiko Sasaki

Curso Tecnologia do Vestuário

Dois Vizinhos

2004

**União de Ensino do Sudoeste do Paraná
Faculdade Educacional de Dois Vizinhos
Curso Tecnologia do Vestuário**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o trabalho de
Conclusão de Curso

ESTUDO PARA VIABILIZAÇÃO DE CAMISETAS PARA PORTADORES DE
DEFICIÊNCIA VISUAL

elaborada por
Sílvia Cristina Martins

Como requisito parcial para a obtenção do grau de
Tecnólogo do Vestuário

COMISSÃO EXAMINADORA

**Prof. Rafaela Satiko Sasaki
(Orientadora)**

Janeti D`Andréa

Dois Vizinhos ____ de _____ de 2004

A Deus, a minha família,
aos professores do Curso
Tecnologia do Vestuário,
em especial Marcelo
Maraschin com
muito carinho.

Rafaela S. Sasaki
todas pessoas
portadores de
deficiência visual
em especial a
minha família
ao casal Alaor
e Salete ao
colegas que
me ajudaram
Marcelo
Marlene
Sâmara
Silvana
Valdecir
Janete
Marisa
Suele
Acácio
Gentil
Ivo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	
1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	09
1.1 O Sistema Braile.....	09
1.2 A Máquina Braile.....	10
1.3 Sistema Dosvox.....	11
1.4 Tato.....	11
1.5 Sensibilidade Tátil.....	12
1.6 Textura.....	12
1.7 Estamparia.....	13
1.8 Malharia.....	14
1.9 A camiseta.....	15
1.10 Seguimento produtivo.....	16
1.10.1 Seqüência operacional.....	17
1.10.2 Lay out na confecção da camiseta.....	18
1.11 Etiqueta.....	18
1.12 Portador de Necessidade Visual.....	19
1.13 O Direito a Educação Especial.....	20
1.14 Definição de Auto-estima.....	21
2. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	23
2.1 Perfil de Industria.....	23
2.2 Perfil do Consumidor.....	24
2.3 Pesquisa de Tendência.....	25
2.3.1 Tendência Sócio-cultural.....	25
2.3.1.1 Click através da economia.....	25
2.3.1.2 Click através da aventura da fantasia.....	25
2.3.2 Tendência Estética.....	26
2.4 Segmento de Mercado.....	26
2.4.1 Casual wear.....	26

2.4.2 Conceito da marca.....	27
2.4.3 Necessidades a serem atendidas.....	27
2.5 Especificação do Projeto.....	27
2.5.1 Slogan da coleção.....	27
2.5.2 Referência da coleção.....	27
2.5.3 Briefing.....	28
2.5.3 Combinação de cores.....	29
2.5.4 Cor pantone.....	29
3. METODOLOGIA.....	31
4. DISCIPLINAS QUE PERMEIAM O PROJETO.....	32
CONCLUSÃO.....	33
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34
ANEXOS.....	37

INTRODUÇÃO

A inclusão de pessoas portadoras de necessidade visual na sociedade com direito ao convívio social igualitário com relação ao vestuário é o eixo deste trabalho.

Para que as pessoas participem efetivamente na sociedade, e assim cumpram o papel de cidadão consciente, necessita que se saiba escrever e ler, mesmo que se tenha dificuldade ou deficiência.

A leitura tátil é o principal recurso para aqueles a quem lhes falta o precioso sentido da visão, graças ao sistema braile essas pessoas podem tocar e sentir, tendo a oportunidade de ser educada, reabilitada, adquirir conhecimentos e conhecer o mundo que as rodeia.

Este trabalho visa à melhoria do auto-estima do portador de necessidade visual através do desenvolvimento de um vestuário específico para pessoas portadoras de deficiência visual, que encontra uma diminuta disponibilidade de produtos específicos, e possuem dificuldade de escolha própria, buscando proporcionar o conhecimento estético e oportunidade de criar um estilo próprio.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 O SISTEMA BRAILE

Para que uma pessoa participe efetivamente da sociedade em que vive, e seja um cidadão consciente é necessário que ele esteja em contato com a leitura e a escrita.

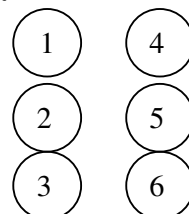
“A leitura e a escrita são essenciais para a vida de todas as pessoas seja jovem, adulto, ou criança, é o mais importante meio de aquisição de conhecimento para qualquer pessoa, seja portadoras de necessidade visual ou não” (GRIFFIN, 1984, p.15).

O principal recurso utilizado para comunicação do portador de deficiência visual é o sistema braile.

"(...) O mais importante efetivo recurso inventado para a educação de pessoas com necessidade visual, é o sistema de leitura e escrita braile, que utiliza o tato, no lugar da visão, através desse sistema essas pessoas, podem ser educada, reabilitada, adquirir conhecimentos e se profissionalizar, sendo importante não só para o bom desempenho escolar, mas indispensável para toda vida (GRIFFIN, 1984, p.15).

O método Braille foi criado em 1824, por Louis Braille, um jovem cego de 15 anos que estudava na instituição real para jovens cego na Franca, o sistema braile foi introduzido no Brasil em 1850, e criou o seu método, adaptando o sistema barbier, denominado escritura, é composto de doze pontos e servia para transmitir mensagens escritas durante a noite, sem que fosse necessário utilizar a luz, para facilitar a leitura, Luiz Braille reduziu para seis pontos.

Segundo Griffin (1984) o sistema braile atualmente é constituído em seis pontos em alto relevo, colocado verticalmente em um espaço determinado, em duas colunas de três pontos numerados, como mostra a figura:

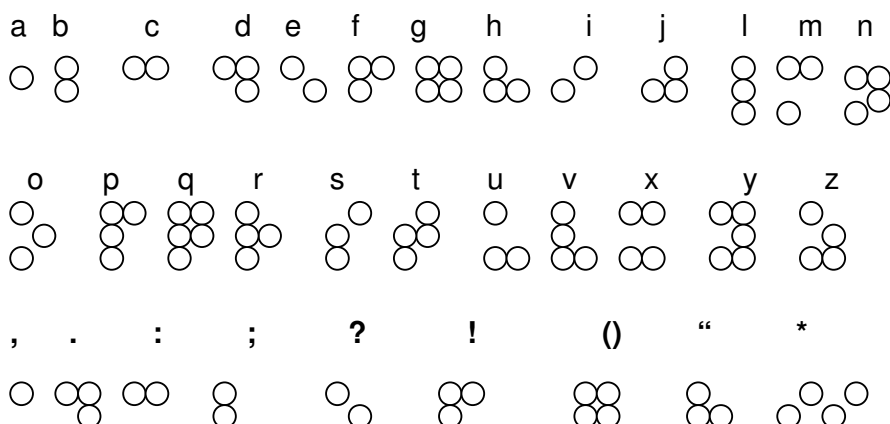


Seis ponto em relevo que

representa, alfabeto braile:



Letra no alfabeto braile:



1.2 A MÁQUINA BRAILE

A máquina de datilografia Braille é a maneira mais rápida e prática para o tipo de escrita no alfabeto braille, com exceção de outros recursos modernos de informática. Segundo Griffin, esta é constituída basicamente por um teclado com seis teclas cada um, correspondendo a um ponto da cela Braille, três teclas do lado direito e três do lado esquerdo (1984, p.86).

As teclas da máquina braille, a tecla central diferente, marca apenas o espaço, os números correspondem aos números de ordem na cela braille. Existem duas teclas situadas, nos dois lados do teclado, um pouco separada dele, sendo que do lado esquerdo serve para mudar de linha e a da direita para retrocesso, colocado o papel é enrolado manualmente e preso por dois botões, situada ao lado do rolo. O toque de uma ou mais teclas simultaneamente produz a combinação dos pontos em relevo, correspondendo ao símbolo desejado.

1.3 SISTEMA DOSVOX

Um dos mais modernos auxilio ao portador de necessidade visual é o sistema DosVox, que consiste em um programa para microcomputadores da linha PC, que se comunica, através de síntese de voz.

Segundo Griffin, "esse sistema viabiliza o uso de computadores para pessoas portadoras de necessidade visual permitindo adquirir um alto nível de independência, no estudo e no trabalho"(1984, p.20).

1.4 TATO

O tato é de importância vital ao portador de necessidade visual, pois através dele que se pode tocar e sentir, dando a eles a oportunidade de identificar e direcionar as pessoas cegas.

Segundo Dondis "seja por motivos de ética anglo-saxão ou repressão puritana, temos sido privado de um dos nossos mais ricos sentidos, o tato" (200; p.70).

Ressaltando Arnheim "aceitando o desafio que nos propuseram de quebrar o paradigma do não toque, na sua coleção, percorremos de olhos vendados e pudemos avaliar, com o nosso grosso tato várias formas" (2002; p.70). Através da etiqueta estampas em alto relevo, no alfabeto braile, e texturas nos tecidos, proporcionando aos que lhe faltam visão identificar o produto.

"O tato permite localizar e descrever as características táteis de um objeto, possibilitando perceber com as mãos a forma e o tamanho de um objeto sem que olhemos para ele" (ARNHEIM, 2002; p. 70)

A moda é muito mais do que a primeira impressão visual, o tato é importante é o impacto sensorial, traz emoção aliado ao que se deseja mostrar.

1.5 SENSIBILIDADE TÁTIL

O primeiro desenvolvimento tátil é a consciência das qualidades tátil nos objetos, o senso tátil começa com a atenção e consciência, combinado com atividades para estimulação apropriada e aquisição de habilidade, e percebemos habitualmente o que se passa á nossa volta através do sentido de que somos dotados, o tato.

O que ressalta Arnheim dizendo que "a informação é aprendida sucessivamente através de um movimento grosseiro das mãos, até uma exploração mais detalhada dos objetos" (2002,p.91).

E ainda complementa que é através dos movimentos das mãos, a pessoa cega torna consciente das texturas, presença de materiais e da inconsistência do

comportamento, a mão da pessoa cega pode aprender contornos, tamanhos, e pesos.

Segundo Arnheim, sensibilidade é toda a percepção que temos advinda, da pele, músculo, articulações e vísceras, estas conhecidas como os cinco sentidos, são receptores, encontrado na pele e nos pêlos captam os estímulos relacionados com o toque sutil e diferenças de texturas, através dos receptores para o tato (2001).

O conhecimento tátil é apreendido, mais rapidamente pelas crianças cegas se lhe apresentar objetos familiares do meio que elas exploram.

1.6 TEXTURA

A textura é um dos elementos de reconhecimento pelo tato, é de imensa importância para o portador de necessidade visual, pois é através do tato, que ele consegue apreciar e reconhecer a textura.

“O designer deve estar familiarizado com as propriedades dos diferentes tecidos, o caimento de um traje será determinado pelo tecido, no qual é confeccionado, o designer pode transferir muitas idéias, para o papel ou para a tela do computador, mas se não souber escolher a textura adequada, gramatura, toque, composição do tecido, não chegara ao resultado desejado”. (TREPTOW, 2003, P.133).

Segundo Treptow “a relação da roupa com o corpo, não é apenas visual e sim sensorial” (2003, p.102).

A textura é a qualidade visual e tátil de certos materiais manufaturados ou não, e conforme Dondis (2000), há varias maneiras de sensibilizar a textura, na urdidura dos tecidos e varias outras maneiras, quando tivermos aprendido o que é uma textura, podemos procurar no mundo em nossa volta, seja no mundo material ou artificial, são exemplares de diversas texturas.

Portanto através da textura, é que o portador de necessidade visual consegue reconhecer e identificar o produto, permitindo a socialização, ou a escolha própria, proporcionando melhor auto-estima na sua vida.

1.7 ESTAMPARIA

A estamparia é o processo que tem por finalidade imprimir motivos e desenhos coloridos nas peças confeccionadas, proporcionando ao portador de necessidade visual através do tato identificar o produto.

Segundo Araújo, a estamparia começou a ter grande incremento na Europa no século XVIII, era então utilizadas as técnicas de gravura em alto relevo, em planos, em rolos, estampar é uma das mais exigentes técnicas têxteis e o que mais se aproxima da arte (1984).

A estampa pode ocorrer através de tecidos estampados, estampa colorida ou motivos, aplicado sobre a peça em lugares específicos.

“No processo de estampa a quadro manual, os materiais utilizados, são os quadros constituídos por telas, tecidos, finos de seda ou poliéster, esticadas e fixadas em moldura de metal ou de madeira. Estas telas devem ser tratadas como resinas fotossensíveis para serem gravados com os motivos a ser estampado de modo que este fique desobstruído enquanto o fundo da tela permanece obstruído pela resina fotossensível. Se a estampa possuir mais do que uma cor, deve ser gravada uma tela para cada cor” (ARAÚJO, 1984, p.768).

O material a ser estampado deve ser fixado sobre a mesa e a impressão dos desenhos obedece ha seguinte seqüência segundo Araújo (1984):

- Coloca-se o quadro sobre o tecido.
- Coloca-se a pasta colorida no começo da tela, sem encostar, no quadro.
- Posiciona-se a rasqueta, sobre a pasta colorida em ângulo de 75 grau.

- Movimenta-se arrastando sobre o tecido.
- Para frente leve, sem força para empurrar a tinta.
- Para trás, com força para imprimir e tirar o excesso de tinta.

E para que seja impressa uma nova cor ou se o desenho possuir várias cores é necessário trocar de tela ou ter uma tela para cada cor existente no desenho a ser estampado. Usando-se o registro do morcete da mesa de impressão e a chaveta do quadro para garantir o perfeito encaixe entre cores.

1.8 MALHARIA

A extraordinária evolução que ocorreu na indústria de malharia deve-se á três características especiais, a elasticidade, porosidade, adaptabilidade, que possibilita maior conforto e praticidade aliados ao alto valor estético e à diversidade na construção e na textura dos tecidos de malha.

Segundo Araújo, no século XVIII surgiram os primeiros tecidos de malhas de algodão, com a constante evolução e aperfeiçoamento das técnicas de tecelagem e acabamento, acabou por adotar os tecidos de malhas que apartir de então passaram a crescer em importância e ocupar um lugar de destaque dentro da industria têxtil (1984).

Os tecidos de malhas antigamente eram usados somente para fabricação de peças íntimas, atualmente são empregados na confecção de qualquer tipo de vestuário. Com uma variedade infinita de combinações de laçadas, permitindo a criação de inúmeros tipos de desenho e texturas nos tecidos.

E Treptow conclui”que os tecidos de malhas, não apenas expressam o sonho de um designer, mas também estimulam suas idéias, podem ser uma fonte de inspiração, é importante que o designer conheça as características do tecido suas classificação, e suas propriedades da o caimento e adequação”.(2003, p.115).

Malharia circular é obtida através de laçadas, formando um tecido tubular, possui maior elasticidade na largura e comprimento, apresenta maior maleabilidade e acabamento mais fluido, que comparado com os tecidos planos.

O fio de algodão produz, tecidos próprios para camisetas, tendo uma estrutura de meia-malha que é leve e maleável.

Os tecidos de malha podem ser em:

- Malha por trama= Sentido horizontal.
- Malha por urdume= Sentido vertical.

1.9 A CAMISETA

No século XIX, aparece o tipo de roupa de baixo masculina, utiliza-se como uniforme pela marinha, Norte Americana desde 1899, a camiseta generaliza-se nas primeiras décadas do século XX, graças ao desenvolvimento de praticar esportes.

Ressaltando Caldas, a camiseta popularizou depois da segunda guerra, durante a qual sua forma definitiva é fixada pela marinha Americana, literalmente em forma de T, graças ao cinema e ao rock, acaba encarnando o estilo casual um modelo de roupa universal para juventude (1999).

O casual, ao contrário, não nasceu de um estilo, mas sim de um comportamento jovem que foi agregando velhos e novos elementos para tomar forma.

A camiseta faz parte do guarda-roupa casual e é conhecida como a roupa básica é confortável, é o tipo de roupa necessário, numa vida simples e prática.

1.10 SEGMENTO PRODUTIVO

Quando se pensa em produzir em escala industrial não se pode perder de vista a seqüência operacional para conhecimento de que cada operador irá executar.

Normalmente o setor operacional das indústrias de vestuário se divide em três áreas:

- Corte
- Confecção ou linha de produção
- Acabamento

Ressaltando Barreto "a função do corte deve ser exercida por um profissional treinado e de grande responsabilidade, pois existem vários riscos de acidente em função de não se usar os equipamentos, e também qualquer deslize, todo trabalho poderá ser inútil causando grandes danos" (1997; p.50).

A confecção ou linha de produção se divide em três etapas principais:

- Preparação
- Montagem
- Acabamento

Normalmente para se montar uma linha e determinar em que etapa uma operação enquadra deve-se preparar algo conhecido como: seqüência operacional

1.10.1 Seqüência operacional

Segundo Barreto, "seqüência operacional é uma escala industrial onde o operador tem o conhecimento da tarefa que irá executar e os equipamentos que será necessário" (1997; p.59).

A Seqüência operacional da camiseta se dá seguinte maneira segundo BARRETO (1997):

1. Unir ou fechar gola
2. Unir ombro
3. Pregar manga
4. Rebater cavas
5. Fechar lateral
6. Pregar gola
7. Barra da manga
8. Barra da cintura

Comentário:

Podemos observar que a operação 1 unir ou fechar gola é a única e exclusiva que faz parte da preparação. A montagem da peça começa na operação 2 e termina na operação 6 , sendo as operações 7 e 8 consideradas de acabamento. Sendo analisado o produto mais simples possível, porém essa etapa pode ser usada para qualquer modelo existente no vestuário da camiseta.

1.10.2 Lay out na confecção da camiseta

Lay Out tem que haver uma seqüência operacional na linha de produção, onde a confecção é dividida, para facilitar a arrumação das máquinas e o fluxo dos lotes durante o processo em preparação, montagem e acabamento.

Segundo Barreto, a forma mais abrangente na definição de lay out, como sendo um arranjo físico do equipamento com objetivo de facilitar as atividades operacionais visando sempre um melhor fluxo de produção (1997; p.65).

1.11 ETIQUETA

A etiqueta é colocada ou estampada, num artigo de vestuário para identificar e definir perante o consumidor, e segundo ARAÚJO:

“Existem etiquetas costuradas aos artigos e etiquetas apenas a eles temporariamente fixadas e também pode ser estampada. A etiqueta cosida, têm caráter permanente, deve conter um resumo da informação que mais interessa ao consumidor. A etiqueta temporária, geralmente de cartão e suspensa na peça, conterà uma informação, com maiores detalhes, e a etiqueta estampada contém todas as informações aos consumidores, nas sendo estampada na peça” (1995; p.81).

“A etiqueta completa deverá conter as seguintes informações, marca, identidade do fabricante, artigo, referência, código do controle de qualidade na fabrica, modelo, cor, tamanho, composição percentual, cuidados a ter e instruções de manutenção” (ARAÚJO, 1995, p.81).

Ainda complementando Araújo, pode se dizer que:

- A marca pode ser um logotipo ou o nome do fabricante ou um código adequado.
- Identidade do fabricante deve ser um código de simples leitura.
- O artigo, a referência, código de controle de qualidade, o modelo e a cor, podem ser qualquer código que as represente.

- O tamanho nota-se a necessidade de normalização de medidas nacionais.
- A composição percentual dos artigos têxteis do vestuário é um imediato definidor da qualidade e característica do artigo.

1.12 PORTADOR DE NECESSIDADE VISUAL

As pessoas portadoras de deficiência visual ressaltando Griffin, "tem grande sensibilidade em relação ao acesso às informações da moda e geralmente são guiadas pelo gosto dos outros" (1984; P. 75).

De acordo com a organização mundial da saúde, existem 45 milhões de pessoas cegas e 135 milhões com baixa visão em todo mundo (BARBOSA, 2001, p.126)

No Brasil, a incapacidade de enxergar com diversos graus de severidade é de 16,5 milhões, ocorre principalmente nas pessoas idosas a partir de 60 anos.

" Numa participação relativa de pessoas portadoras deficiência visual com incapacidade de enxergar é de 43,5% são homens, e 65,5% mulheres. A distribuição de pessoas que lhe faltam visual, por grandes regiões, Brasil 48,1%, Norte 55,2%, Nordeste 49,9%, Sudoeste 45,6%, Sul 54,0%, Centro Oeste 50,7%" (GRIFFIN, 1984; p.25).

No núcleo familiar, cerca de 36 milhões de brasileiros estão diretamente envolvidos com a problemática da deficiência. Ressalta Bobbio "o custo econômico para o Brasil gerado pelos portadores de deficiência é da ordem de oito bilhões e 800 milhões de dólares por ano, aplicando-se 1 bilhão de dólares por ano, num período de 10 anos, a economia seria 17 bilhões de dólares" (1994; p.30).

É importante assim que os recursos públicos sejam criteriosamente aplicados, otimizando em programas de educação, saúde e ação social.

A constituição Federal de 1988 CCF/88 estabeleceu importantes conquistas para pessoas portadoras de necessidade visual quanto há proteção ao trabalho,

assegura a proibição de qualquer discriminação no tocante a salário e critério de admissão do trabalhador portador de deficiência. E segundo Caiado “estabelece que a lei reservará até 20% das vagas de concurso publico para pessoas portadoras de deficiência e definirá os critérios de sua admissão” (2003; p.97).

As pessoas portadoras de deficiência podem usufruir os mesmos prazeres e atividades quanto de visão normal, entretanto para participarem com êxito nas atividades, estas pessoas necessitam de equipamentos especiais.

1.13 O DIREITO À EDUCAÇÃO ESPECIAL

Para que uma pessoa participe efetivamente da sociedade em que vive e seja um cidadão consciente precisa saber ler e escrever, a leitura é o mais importante meio de aquisição de conhecimento para qualquer pessoa.

“Historicamente, no Brasil a maioria das pessoas deficientes em idade escolar não freqüenta o ensino regular, dados apresentados pelo MEC acusam que umas pequenas parcelas de pessoas deficientes recebem algum atendimento educacional no país” (CAIADO 2003; p.94). As pessoas deficientes estão reservadas vagas nas instituições especializadas, nem sempre de caráter educacional.

Excluída da escola, a pessoa deficiente fica aleijada do direito à educação formal. Assim, estar excluída revela uma prática social que coloca milhares de crianças afastadas, privadas, recusadas pela escola regular, por serem incompatíveis com os propósitos e modelo de aluno esperado nessa rede.

Dupas afirma “que o termo exclusão social muito utilizado, atualmente sem que haja uma delimitação adequada, deve ser definida pela pobreza em países onde os direitos sociais não garantem, minimamente, a sobrevivência de seus cidadãos” (1999, pp.22 e34).

O autor entende que a pobreza é a incapacidade de satisfazer necessidades básicas, é a dificuldade de acesso real aos bens e serviços mínimos adequados a uma sobrevivência digna.

Segundo Caiado “a liberdade e a igualdade nos direitos dos homens foi programada em 1789, na França, com a declaração dos direitos do homem e do cidadão. Os direitos do cidadão pode ser classificados em direito civil, política e social” (2003; p.82).

Embora anunciado em 1789 como dever do estado, apenas em 1942 é que foi aprovado providencia no campo da saúde e da instrução, para garantir serviço idêntico a todos os cidadãos, independentemente da sua renda.

1.14 DEFINIÇÃO DE AUTO-ESTIMA

Auto-estima é um assunto complexo de ser definido e generalizado, pode-se tentar em algumas linhas gerais mais, ainda assim, a solução do enigma ficará incompleta justamente porque auto-estima é algo relacionado a aspectos pessoais e não gerais.

Segundo Griffin “Costuma se dizer que a auto-estima esta ligada ao sentimento de potencia onde o individuo sente que não existem coisas impossíveis, mas sim limites para se fazer alguma coisa” (200; p.129).

A pessoa que tem auto-estima é aquela que gosta de si própria, e sente que pode ser naturalmente aceita e amada pelas outras pessoas à sua volta. Segundo Griffin “o que ela pensa é bom e representa sua opinião, que pode ser diferente da opinião dos outros, mas isto não se torna invalidada, não a receio de que ao pensar de forma discordante, ela vá ser desvalorizada ou rejeitada” (200, p.228).

Com relação a auto-estima e os problemas emocionais, recentemente alguns psicólogos começaram a estudar a procedência da idéia de que, uma auto-imagem ruim é responsável pela maioria dos problemas sociais. Alguns estudos indicam que é errada a idéia, de que uma melhora na auto-estima pode ser a solução para todos os problemas.

“Penso que se nós fossemos mais otimistas, em vez de ter mais amor próprio, alcançaríamos todos os tipos de conseqüências positivas. Como as pessoas

podem ser otimistas se não tem uma auto-estima adequada? O otimismo de uma pessoa permite, ou não, as formações do otimismo, precisam ser sustentadas, por uma emoção mínima de potência que garante alguma possibilidade de manutenção da auto-estima e, portanto de boas expectativas” (GRIFFIN, 1854; p.204).

Um bom sentimento a respeito de si mesmo não é algo inócuo, ou que não traga benefício, ao contrario, as pessoas com uma auto-estima adequada vivem mais contentes e têm mais iniciativa do que aquelas com auto-estima rebaixada.

2. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.1 PERFIL DE INDUSTRIA

Nome da empresa: SMS confecção

Porte da empresa: Pequeno porte

Segmento produtivo: Indústria de camisetas

Área de atuação: Região do Sudoeste do Paraná

Comercialização e distribuição: lojas próprias e catálogos

Capacidade produtiva: Quinze mil peças mês

Capacidade instalada: Dezesete mil peças

Capacidade de vendas: Viabilidade de atender as demandas

Método de produção: Interno, todo processo produtivo é realizado dentro da empresa.

Materiais: malharias e retalhos

Marca: Conheça o mundo através do tato

Concorrente: Geraldo Lima

2.2 PERFIL DO CONSUMIDOR

Segundo Ferreira “a definição de publico alvo é o segmento ao qual se destina uma mensagem específica” (1910; p.450).

Jovens portadores de necessidade visual, 15 á 35 anos de idade, sexo, masculino e feminino, são pessoas alegres, simpáticas, gostam de ser valorizadas.

“As pessoas que apresentam problemas visuais, podem usufruir, dos mesmos prazeres tanto das atividades físicas, e outras atividades quanto pessoa de visão normal” (ADMS, p.172,1985).

Entretanto, para participarem com êxito de uma serie de atividades, estes pacientes necessitam de equipamentos especiais que emitam sinais eletrônico sonoro ou então de um guia dotado de visão normal, para transmitir os sinais necessários. Convém dar ao individuo cego á oportunidade de explorar e descobrir o ambiente, toda vez que for levado a um lugar desconhecido.

“Para que uma pessoa participe efetivamente da sociedade em que vive e seja um cidadão consciente precisa saber ler e escrever. A leitura é o meio mais importante de aquisição de conhecimento para qualquer pessoa, cega ou não. As pessoas cegas contam com a leitura tátil, o braile, um dos principais recursos para sua comunicação” (GRIFFIN, 1854, p.184).

Os portadores de necessidade visual encontram grande sensibilidade em relação ao acesso às informações com a moda e geralmente são guiadas pelo gosto dos outros.

Griffin afirma, que os problemas começam na hora da escolha da roupa, seja numa loja ou no seu próprio guarda-roupa, principalmente as pessoas portadoras de necessidade visual, não encontram vendedores capacitados para o atendimento especial e necessário na hora da compra (1984).

2.3 PESQUISA DE TENDÊNCIA

2.3.1 Tendência sócio-cultural

2.3.1.1 Click através da egonomia

A tendência contemporânea dos consumidores em geral utilizada é o click através da egonomia é o fato que representa a expressão da própria personalidade e individualidade.

Segundo Popcorn "a maior lente de aumento do mundo são os olhos do homem quando olham para si mesmo" (1997; p.157).

Cada tendência tem vida própria e a Egonomia está em seus primórdios. Ego, eu e si-mesmo, são forças impulsionadora subjacentes à Egonomia. O meu ego deseja customização, o eu é um nome e não um número e o si-mesmo exige serviço personalizado.

O toque pessoal é tudo, para seduzir o portador de necessidade visual, despertar a eles o desejo de sentir e conhecer e ter acesso à moda através de texturas dos tecidos.

2.3.1.2 O click através da aventura da fantasia

A tendência sócio-cultural utilizada é o click através da aventura da fantasia, quando nos sentimos seguros desejamos ter uma aventura, quando temos uma aventura desejamos estar seguro.

"Ainda tenho fome de qualquer sensação que possa ter" (POPCORN, 1997; p.158). As pessoas cegas não enxergam, mas tem vontade de ter uma roupa da moda e ter um estilo próprio.

Ressaltando Popcorn "Como apreender a tratar as pessoas de maneiras diferenciadas é ter um click diferente, pois se fossemos iguais não seríamos diferentes, e se você deseja que seu cliente saiba que esta sendo considerado pessoalmente siga essa tendência que terá sucesso".

2.3.2 TENDÊNCIA ESTÉTICA

ANOS 70

Baseado no romantismo e nostalgia dos anos 70, que embalou uma época colorida e utópica, e a aplicação do feito a mão como valorização do artesanato.

Handmade

São peças exclusivas, feitas industrialmente, mas com acabamento e retoques feito à mão, fazendo uso do Bordado e das aplicações.

2.4 SEGMENTO DE MERCADO

2.4.1 Casual wear

O casual wear nasceu do comportamento jovem que foi agregando velhos e novos elementos para tomar forma. E segundo Barros é o estilo que se pode usar fora do trabalho, é mais flexível, é o tipo de roupa que mais acompanha o gosto de quem veste.

”O estilo casual cada vez mais toma espaço e se torna necessário pela adequação entre o ambiente e a roupa” (BARROS, 1998; p.81).

Ainda citando Barros, o século XX ficará marcado com a saída de cena do estilo clássico, para a entrada do estilo casual, a revolução foi grande, valoriza o conforto e trás mais espontaneidade à roupa com um toque de elegância, surgindo um novo modo de vestir, o estilo casual (1998).

A transformação do estilo casual na vestimenta contemporânea ainda se dá através de certos códigos de elegância e embora este estilo possa ser considerado mais despojado ele ainda requer certas regras no ato de vestir como: respeitar o estilo próprio, tomar cuidado na combinação de cores e ainda cautela no uso de modismos.

2.4.2 CONCEITO DA MARCA: Conheça o mundo através do tato.

2.4.3 NECESSIDADE A SEREM ATENDIDAS:

- Identificação do produto através da etiqueta em braile;
- Melhoria na auto-estima;
- Escolha de estilo próprio;
- Maior contato dos portadores de deficiência visual e a moda;

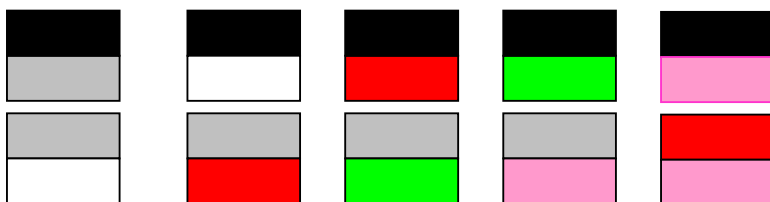
2.5 ESPECIFICAÇÃO DO PROJETO

2.5.1 SLOGAN DA COLEÇÃO: Realizar sonhos através do toque

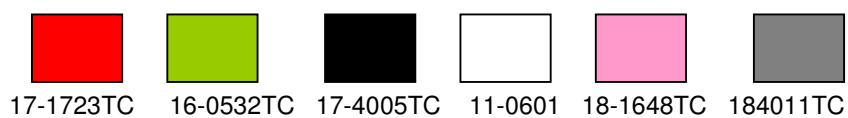
2.5.2 REFERENCIA DA COLEÇÃO: Obra de Eni d carvalho

Autora Eni D`Carvalho é brasileira, nascida em 1950, em Ubá, no estado de Minas Gerais, dedicou suas obras especialmente as pessoas que faltam visão, suas obras são quadros pintado, utilizando planos tridimensionais, diferentes texturas e materiais próximo da realidade que representa, Eni consegue transformar suas telas num paraíso táctil e, em simultâneo confere a beleza visual á sua obra, não com os olhos, mas com as mãos.

2.5.3 COMBINACÃO DE CORES:



2.5.4 COR PANTONE:



MATERIAIS:

Malharia Tubular

Viscolycra

Composição: 67% Viscolaycra 33% Poliéster

Fornecedor: Petenatti

TÉCNICAS E TECNOLOGIAS

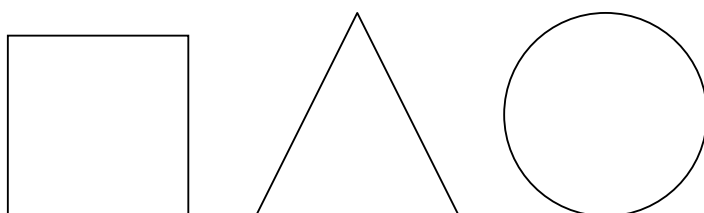
Etiqueta de composição, estampada em braile.

Etiqueta estampada na manga representando a cor.

Estamparia em alto relevo com tinta Puff.

Recortes e apliques

FORMAS E ESTRUTURAS, SHAPE

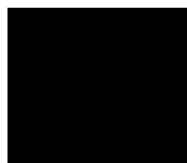


DIMENSIONAMENTO E MIX DA COLEÇÃO: 100%TOP

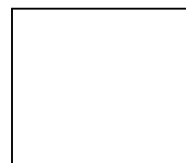
CARTELA DE COR



Fogo



Escuridão



Paz



Fé



Esperança



sonho

3. METODOLOGIA

Pesquisa bibliográfica através de livros, periódicos e mídia eletrônica, para definir os desejos e anseios do portador de necessidade visual, com relação ao vestuário, analisara, soluções para melhoria da auto-estima e o bem estar de pessoas portadoras de deficiência visual.

4. DISCIPLINAS QUE PERMEIAM O PROJETO.

DESENHO BÁSICO: Representação de figuras, geométrica e orgânica. Linha, proporção e volume de figuras geométricas e orgânicas. Cânones. Anatomias. Escalas.

MODELAGEM: Conceitos e métodos de modelagem industrial. Antropometria. Estudo de tabela de medidas. Princípio, de diagramação bidimensional.

HISTÓRIA DA MODA: A história da moda do período medieval e atualidades. A evolução dos estilos e do traje através dos tempos.

TECNOLOGIA DA COSTURA: Nomenclatura. Operacionalização de máquinas. Montagem de peças do vestuário.

TECNOLOGIA DA CONFECÇÃO: Estudo de encaixe, risco, enfiado, corte. Acabamento, arremate, passadoria, embalagem e inspeção de qualidade.

SISTEMA DE PRODUÇÃO: Tipos de sistema de produção e viabilidade produtiva. Tecnologia de produção. Arranjo, físico e fluxo de produto. Organização do trabalho.

DESENHO PLANIFICADO: Normas técnicas de representação do desenho planificado. Planificação e diagramação de peças do vestuário. Representação de cotas e símbolos. Peso das linhas. A leitura do desenho.

PESQUISA DA MODA: Estudar as diferentes fontes de informações aplicadas ao desenvolvimento de produto. Decodificação de informação em produtos. Redutores de incertezas.

COMUNICAÇÃO: Conceituação e caracterização do conhecimento científico e tecnológico envolvendo axiomas da ciência, da moda respaldada no acervo bibliográfico, nas normas da ABNT que possa resultar na formação do aluno como pesquisador intervindo no mundo da moda com projetos que respondam a problemas do mercado aos quais vão se inserir como profissional.

ANALISE DE CUSTO: Contabilidade de custo e o tipo d custo e quanto custou o projeto.

TECNOLOGIA TEXTIL: Classificação, propriedades e identificação das diversas matérias primas têxteis.

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO-PROTÓTIPO: Etapas do processo de produção. Planejamento do produto. Processo de montagem do produto. Implementação do projeto proposto.

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO-COLEÇÃO: Etapas no processo de produção, planejamento de coleção, processo de montagem do produto, implementação do projeto proposto.

MARKETING: O conceito de marketing, o mercado, comportamento do consumidor, planejamento de marketing, decisões de propaganda e promoção de vendas.

CONCLUSÃO

A proposta inicial da pesquisa era trabalhar algo que estivesse relacionado com os cinco sentidos humanos, dentre todos o escolhido foi o tato, que é o elemento que trata do reconhecimento através do sentir e do tocar.

Inicialmente a pesquisa não seria tão aprofundada, porém no decorrer do processo, foi constatado uma expectativa e um grande interesse do portador de deficiência visual quanto a um vestuário específico que o transportaria deixando em contato direto com a moda.

Baseado em pesquisas bibliográficas foram identificadas as maiores dificuldades encontradas por este público, que possui dificuldade de encontrar um vestuário que permita a criação de um estilo próprio e da identificação do produto.

Haja vista essa dificuldade pode se detectar a necessidade de desenvolver uma coleção com camisetas específicas para portadores de deficiência visual, permitindo a identificação, a escolha da cor e do tamanho do produto, através de etiqueta em alto relevo no alfabeto braile, além de aplicações de retalhos de tecidos com diferentes texturas, ofertando a oportunidade de criar um estilo próprio e assim a melhoria da auto-estima.

REFERÊNCIA

ADMS, R. et, al. **Jogos, Esporte e Exercícios para o Deficiente Físico**. 3.ed. Manoletda. São Paulo, 1985.

ARAÚJO, M. **Tecnologia do Vestuário**. Lisboa, 1999.

ARAÚJO, M. de M. e CASTRO, E. M. **Manual de Engenharia Têxtil**. Vol.II Fundação Calouste Gulbenkian-Lisboa, 19987.

ARNHEIM, R. **Arte e Percepção Visual**. ABDR Editora Afiliada. São Paulo, 2002.

BARRETO, A. **Qualidade e Produtividade na Indústria de Confecção**. Editora Midiograf. Londrina, 1997.

BARROS, F. **Elegância Como o Homem Deve se Vestir**. 4ed. São Paulo, 1997.

BOBBIO, N. et, al. (1994). **Diccionario de Policia**. 6ed, Brasília, Editora da UnB.

CAIADO, K. R. MORENO. **Aluno Deficiente Visual na Escola**. Campinas, SP. 2003.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. Martins Fontes, São Paulo. 200.

DUPAS, G. **Economia global e exclusão social**. Paz e Terra, São Paulo. 1999.

FERREIRA, A. **Minidicionário da língua portuguesa**. 3.ed, Lisboa.1993.

GRAVE, M. de F. **A Modelagem sob a Ótica da Ergonomia**. São Paulo: Zennex Publishing, 2003.

GRIFFIN, H. C. **Desempenho Tátil e Suas Aplicações na Educação da Criança cega**. Cenesp, Unesco, Curso de Estimulação Precoce, Rio de Janeiro, 1984.

RODRIGUES, M.de F.; MIRANDA, S. de M, **A Estimulação da Criança Especial em Casa**. 1.ed. São Paulo: Atheneu,.2001.

POPCORN, F. et, al. **CLICK**. 6ed. Rio de Janeiro,Campus,1997.

TREPTOW, D. **Inventando Moda: Planejamento de Coleção**. Brusque, 2003.

ANEXOS

As máquinas e costuras utilizadas na confecção da camiseta

1. Máquina Reta:

O ponto da máquina reta é ponto fixo.

1. Máquina Overloque:

Muito utilizado nas malharias, seu ponto é conhecido de chuleado é utilizado para costurar as extremidades laterais da camiseta.

2. Galoneira:

Este equipamento muito utilizado nas malharia, na confecção de todo tipo de barra e no pesponto na gola e nos detalhes das camisetas, sem ocorrer o risco de desfiar o tecido.

ANEXO A

Equipamentos E Suprimentos

- Uso de equipamentos para registro (lápiz, caneta, papéis, mídia eletrônica)
- Desenvolvimento de book da coleção com materiais específicos
- Materiais: tecidos e aviamentos para coleção
- Maquinário: específico para confecção de produtos do vestuário

ANEXO B**CRONOGRAMA**

	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Revisão Bibliográfica	X	X	X	X		
Planejamento	X	X				
Pré Banca			X			
Revisão e Adequação			X	X		
Redação do Relatório					X	
Elaboração do Produto					X	
Banca Final						X