UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TÊXTIL E MODA

RENATA FAMBELIO GOMES MARIANO

**A percepção sensorial do corpo vestido:
Uma análise têxtil sob o ponto de vista feminino**

São Paulo

2016

RENATA FAMBELIO GOMES MARIANO

**A percepção sensorial do corpo vestido:
Uma análise têxtil sob o ponto de vista feminino**

Versão original

Dissertação apresentada para a Escola de Artes, Ciências e Humanidades, da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Mestre em Projeto de Têxtil e Moda pelo Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda.

Área de Concentração:
Projeto de têxtil e moda

Orientador (a):
Profa. Dra. Suzana Helena de Avelar Gomes

São Paulo

2016

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)

Mariano, Renata Fambelio Gomes

A percepção sensorial do corpo vestido : uma análise têxtil sob o ponto de vista feminino / Renata Fambelio Gomes Mariano ; orientadora, Suzana Helena de Avelar Gomes. – São Paulo, 2016
113 f. : il

Dissertação (Mestrado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo

Versão original

1. Moda feminina. 2. Tecidos (Indústria têxtil). 3. Percepção tátil. 4. Deficiente visual. 5. Mulheres. 6. Corpo humano. I. Gomes, Suzana Helena de Avelar, orient. II. Título.

CDD 22.ed. – 391

Fambelio Gomes Mariano, Renata

A percepção sensorial do corpo vestido: uma análise têxtil sob o ponto de vista feminino

Dissertação apresentada para a Escola de Artes, Ciências e Humanidades, da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Mestre em Projeto de Têxtil e Moda pelo Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda.

Área de Concentração:

Projeto de têxtil e moda

Aprovado em: ____ / ____ / ____

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____

Julgamento: _____

Instituição: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Julgamento: _____

Instituição: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Julgamento: _____

Instituição: _____

Assinatura: _____

Dedico este trabalho à minha primeira Mestra, minha mãe, que já não está mais ao alcance da minha visão nem na proximidade do meu tato. Porém descobri, neste processo de pesquisa, que posso senti-la de outras maneiras, pois agora tenho consciência que sua imagem, a sensação do abraço, o seu cheiro, o som da sua voz e o sabor da sua comida fazem parte do meu corpo.

Eu renasci porque ela novamente me ensinou sobre as coisas do mundo.

AGRADECIMENTOS

Esta pesquisa desenvolveu-se atrelada à transformação pessoal da minha vida. Foi um caminho difícil e muitas vezes tão íngreme que quase me fazia desistir. Foi nesta estrada que perdi uma das pessoas mais importantes da minha vida, e durante este processo senti tudo de forma tão intensa e com todas as partes do meu corpo que no momento que ela deixou de caminhar comigo, foi como se parasse de sentir qualquer coisa, ficou tudo vazio, oco. Tudo se tornou mecânico, eu mal podia sentir meus pés no chão.

Apesar disso, fui adentrando na trilha das sensações, percebendo a mim mesma através do que descobria nas horas de estudo e das pessoas que cruzaram meu caminho durante a realização desta pesquisa. Por isso este espaço se torna pequeno para citar tanta gente importante, como as minhas outras mestras Suzana Avelar e Beatriz Cunha que foram pessoas certas em momentos certos, que me conduziram e inspiraram a ingressar no caminho acadêmico, me auxiliando, me orientando, me ensinando tanto pessoalmente como profissionalmente. Me ofereceram amizade e carinho quando precisei.

Quando penso no desenvolvimento deste estudo me vem à cabeça o rosto de cada uma das mulheres que participaram deste processo; foram 45 histórias que trouxeram ferramentas para que pudesse continuar caminhando, me reconstruindo e construindo a pesquisa. Elas me ensinaram sobre resignação, força e percepção do mundo. Também me mostraram muito sobre a confiança no outro, ao compartilharem suas histórias de maneira tão amável e dispostas a contribuir e trocar comigo. Especialmente, Bárbara Ferreira, que abriu a primeira porta para que eu conseguisse enxergar tantas mulheres especiais (inclusive as que eu já conhecia), e Ivone Moura de Farias, por me mostrar que é possível ser fortaleza e docilidade ao mesmo tempo; sinto muito por ela não estar mais aqui para conhecer o resultado de algo que ela ajudou a construir.

Os três pilares de sustentação da minha vida, hoje são personificados pelo meu pai José Mariano, que por meio de sua história, sabedoria, paciência e capacidade de reinvenção de si próprio, me ensina todos os dias a evoluir como ser humano. Pela minha irmã Daniele, companheira de vida, que me oferta a serenidade e acalma meus pensamentos. E pela Laurinha, que me mostra que com uma sabedoria inocente e simples é possível lidar com amor diante de questões que surgem na vida. E foi nesta mesma caminhada da perda que ganhei

um presente especial da vida, Filipe Prado, que fez reacender meu coração de uma maneira nova, cheia de carinho; ele me trouxe a calma que eu tanto precisava, respeitou os meus diferentes momentos, me trazendo conforto e felicidade quando precisei e quando não precisei também.

Toda a sustentação, o ensinamento, o carinho, o apoio e a força para caminhar, devo à minha família e a meus amigos que se entrelaçam como fios formando uma teia de amor. São eles: Tatiana Dascal, Patricia Ogata, Família Basso, Ana Maroso, Carolina Del Vechio, e família, Fabio Rubio, Moacir, Renata Salazar, Aline Marques, Denise Madeira, Simone e Daniela Cantuária, Selma Migliati, André Pastore, todos do Bloco do João, Maria Aparecida, Rodrigo de Farias.

Todas essas pessoas lembradas, citadas de forma direta ou não, foram fundamentais para que eu tivesse condições de realizar esta pesquisa e me transformar neste processo em uma pessoa muito melhor. Esta caminhada não chegou ao fim, porém agora ando muito mais feliz por eles fazerem parte do que eu sou hoje, e é a eles que digo: muito obrigada por tudo!

“Se podes olhar vê, se podes ver, repara...”

(Livro dos Conselhos)

RESUMO

MARIANO, Renata Fambelio Gomes. **A percepção sensorial do corpo vestido**: uma análise têxtil sob o ponto de vista feminino. 2016. 110 f. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Versão original

Esta pesquisa de mestrado dispõe-se a estudar as relações existentes entre a percepção sensorial têxtil e o corpo vestido, sob a perspectiva de mulheres videntes e não videntes, buscando as semelhanças e diferenças entre essas formas de percepção para assim refletir sobre a ação dos sentidos na interação com o produto têxtil e, mais especificamente, a influência da visão na percepção tátil. Para isso, foram realizadas pesquisas teóricas e práticas que abordam a relação simbólica do tecido com a sociedade, tendo como base a observação de um grupo formado por 45 mulheres com cegueira total congênita, adquirida e também por mulheres dotadas do sentido da visão. Os diálogos estabelecidos na relação do universo feminino e do têxtil como matéria-prima base para a criação das roupas e como as diversas variações de tecidos e suas funções em contato com a pele estimulam diferentes sensações, buscando enfatizar a importância da percepção e sua influência nas preferências e escolhas de consumo de produtos de moda. Com o objetivo de analisar como é possível estabelecer diferentes formas de perceber o tecido e o corpo que o veste e a maneira como auxiliam na formação da identidade visual como elemento constitutivo de uma cultura contemporânea.

Palavras-chave: identidade, percepção sensorial, tecidos, moda.

ABSTRACT

MARIANO, Renata Fambelio Gomes. **Sensory perception the dress body**: a textile analysis from the female point of view. 2016. Number of pages 110 p. Dissertation (Master of Textile and Fashion) – School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2016. Original version.

This dissertation proposes to study the relations between the textile sensorial perception and the dressed body under the perspective of seeing and non-seeing women, researching the similarities and differences from these ways of perception and, specifically, the vision's influence over the textile perception. For this, it was made several theoretical and practical researches that approaches the fabric's symbolic relation with the society, which was based on the observation of a group with 45 women with congenital total blindness, by women who have acquired it and also by seeing women. The dialogues stated in the relation between the feminine universe and the textile as an element to the creation of clothes and how different tissues and its functions in contact with the skin stimulates different sensations, seeking to emphasize the importance of the perception and its influence on personal preferences and fashion products consumption's choices. It was analyzed how it is possible to connect different ways of perceiving the fabric and the body that wears it so that assists on the formation of the visual identity as an element to institute a contemporary culture.

Keywords: identity, sensory perception, fabrics, fashion.

LISTA DE FIGURAS

Figura1 – Escala de intensidade	63
Figura 2 – Etapas de aplicação da análise têxtil	65
Figura 3 – Veludo Preto.....	73
Figura 4 – Moletinho Marrom	73
Figura 5 – Sarja Bege	74
Figura 6 – Malha Listrada P&B	74
Figura 7 – Cetim Preto.....	74
Figura 8 – Renda Preta	74
Figura 9 – Tricoline Branca	74
Figura 10 – Viscolykra estampada	74
Figura 11 – Viscoseda Cinza.....	75
Figura 12 – Moletom Felpado	75
Figura 13 – Fabiana Sobeira (Grupo A).....	81
Figura 14 – foto Luciana Sobeira (Grupo A)	81
Figura 15 – foto Leila Bernava J. Class (Grupo B)	81
Figura 16 – foto Vera Lucia Cruz (Grupo B).....	81
Figura 17 – foto Tatiana Dascal (Grupo C).....	81
Figura 18 – foto Tatiana Dascal (Grupo C2).....	81

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Atributos por amostra.....	68
Tabela 2 – Informações técnicas das amostras escolhidas	73
Tabela 3 – Quantidade de atributos obtidos por grupo.....	76
Tabela 4 – Atributos Gerais	77
Tabela 5 – Atributos descartados	78
Tabela 6 – Atributos para análise	79
Tabela 7 – Termos agrupados e não agrupados.....	79
Tabela 8 – Termos táteis	80
Tabela 9 – Atributos associados a conceitos	80
Tabela 10 – Resultado dos testes de comparação múltipla.....	92
Tabela 11 – Resultado dos testes de ordenação	92
Tabela 12 – Resultado dos testes de intensidade	92
Tabela 13 – Resultado da avaliação hedônica.....	92
Tabela 14 – Ordem crescente de temperatura	93
Tabela 15 – Ordem crescente de espessura	94
Tabela 16 – Teste de Intensidade.....	94
Tabela 17 – Teste Hedônico	95

LISTA DE GRÁFICOS

Gráficos 1- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1001	82
Gráficos 2: Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1002	83
Gráficos 3- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 100	84
Gráficos 4- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1004	85
Gráficos 5- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1005	86
Gráficos 6- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1006	87
Gráficos 7- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1007	88
Gráficos 8-Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1008	89
Gráficos 9: Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1009	90
Gráficos 10- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1010	91

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	14
	Parte I: O tecido, o corpo feminino vestido e os sentidos	
1	DIÁLOGOS ENTRE A PERCEPÇÃO E O CORPO VESTIDO	20
1.1	O CORPO SENSÍVEL À SEGUNDA PELE	21
1.2	O CORPO FEMININO E A SUA INTEGRAÇÃO COM O CORPO SOCIAL.....	24
1.3	VESTINDO SÍMBOLOS E PERCEPÇÕES	29
1.3.1	A visão sob outro ponto de vista	34
1.3.2	Sobre a ausência da visão	37
1.4	O TECIDO VESTIDO SOB A ANÁLISE DAS MULHERES ENTREVISTADAS.....	42
2	O TECIDO SENSÍVEL PERCEBIDO	50
2.1	A MULTISENSORIALIDADE ENVOLVENDO O TATO E A VISÃO	53
2.2	AS SENSações PERCEBIDAS	54
2.3	PERCEBENDO O MATERIAL TÊXTIL.....	57
	Parte II: A análise perceptiva têxtil	
3	A SENSORIALIDADE TÊXTIL NESTA PESQUISA	62
3.1	METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO DE PERCEPÇÃO SENSORIAL DOS TECIDOS.....	63
3.1.1	Formação dos avaliadores: Fase 1.....	65
3.1.1.1	A escolha das amostras.....	67
3.1.2	Painel sensorial: Fase 2	67
3.1.3	Avaliação sensorial: Fase 3	69
3.1.3.1	Teste de comparação multipla.....	69
3.1.3.2	Teste de ordenação.....	70
3.1.3.3	Escala de avaliação sensorial de atributos.....	70
3.1.3.4	Avaliação Hedônica.....	70
4	RESULTADOS DA AVALIAÇÃO TÊXTIL NESTA PESQUISA	72
4.1	SELEÇÃO DE MATERIAIS: Fase 1	73
4.1.1	Painel de amostras.....	73
4.2	DETERMINAÇÃO DOS ATRIBUTOS: FASE 2	75
4.2.1	Painel geral de atributos selecionados.....	75
4.2.2	Apresentação dos resultados: fase 2.....	80
4.2.3	Descrição perceptiva das amostras	81

4.3	AVALIAÇÃO SENSORIAL: FASE 3.....	92
4.3.1	<i>Teste de comparação múltipla</i>	92
4.3.2	<i>Teste de Ordenação</i>	92
4.3.3	<i>Teste de avaliação de intensidade dos atributos.....</i>	94
4.3.4	<i>Resultados da avaliação hedônica</i>	95
4.4	CONCLUSÃO DA ANÁLISE.....	96
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	101
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	104
	ANEXOS (Questionários e Amostras Têxteis).....	108

INTRODUÇÃO

A busca por compreender o diálogo existente entre as roupas e a sociedade sempre abre inúmeros caminhos de investigação que são igualmente importantes para o aprofundamento do tema. Um desses caminhos trata-se da investigação da percepção sensorial do vestuário pelo indivíduo, que busca refletir sobre como esta percepção sensorial acontece e como esta influência na escolha do que vestir. Como os sentidos humanos interagem com a moda?

Os questionamentos que impulsionaram esta pesquisa tiveram início em 2008, na faculdade Belas Artes, no desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso de Design de Moda, após a leitura do romance “O ensaio sobre a cegueira” 2ª edição, de José Saramago, publicado pela Companhia das Letras em 1995. Este livro trouxe reflexões acerca da sociedade e do uso da visão e, por fim, tornou-se o tema daquele trabalho. Fez surgir o interesse sobre o modo como se estabelece a relação da moda com os sentidos, uma vez que a moda como vestuário é, em um primeiro momento, uma experiência visual. No entanto, a roupa através do seu tecido mantém contato constante com a pele, com o tato.

Ao refletir sobre como a visão interage com as escolhas e as relações de nossa sociedade contemporânea, de maneira mais focada na moda, surgiu a seguinte questão: quem não pode ver, como se relaciona com a moda de vestuário e seus símbolos? A pergunta possibilitou uma imersão no cotidiano de pessoas que não podem ver esta moda que se apresenta pela imagem.

Contudo, a pesquisa realizada em 2008 deixou um incômodo ao ser mais associada ao desenvolvimento de artigos de vestuário voltados “para a” pessoa com deficiência. Sendo assim, o resultado desse trabalho contribuiu mais para uma caracterização de imagem da pessoa com deficiência do que para a possibilidade de um design voltado para todos, que pode ser desenvolvido quando se aprofunda no corpo que veste o tecido.

Este fato abriu oportunidades de investigação sobre a relação da pessoa com deficiência visual e a forma como percebe a sua própria imagem diante da sociedade. A autoimagem importa não apenas para quem pode vê-la, mas para quem não pode também, porque não se resume apenas à percepção visual. Ela está ligada também à comunicação entre as pessoas em um meio social e pode ser percebida de outras formas mais sutis. Desse modo, objetivou-se entender o que há em comum, ou seja, o que há de universal entre a percepção

do vestuário por quem pode ver e quem não pode. Este é um tema bastante profundo, complexo e de extrema importância já que a pessoa não vidente também é um elemento constitutivo da cultura contemporânea. Por isso, esta pesquisa se propõe a investigar as múltiplas maneiras de sentir e perceber os símbolos do vestir-se.

O cenário da moda visual em contato constante com o tato vivenciado por indivíduos videntes e não videntes leva a perceber a cegueira da própria sociedade e do universo da moda, não apenas com relação à deficiência visual, mas também uma “cegueira” com relação aos outros sentidos que agem em conjunto, possibilitando perceber o ambiente de maneira mais completa. Pretende-se assim contribuir para que a sociedade mantenha uma integração mais igualitária com as pessoas que percebem o mesmo ambiente sob perspectivas diferentes, como por exemplo, a pessoa com deficiência visual.

Para isso, o atual estudo contempla a forma como a sociedade ocupa-se com o ato de perceber as imagens da moda, pois é por intermédio do vestuário e de sua exploração no âmbito visual, que a moda vai se transformando de tempos em tempos, se configurando como algo efêmero, mas também se conectando de forma íntima com o corpo, a memória e as experiências das pessoas que obtêm aquele vestuário. "A moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exibir-se ao olhar do outro" (LIPOVETSKY, 1989, p. 39). À dinâmica da novidade apresentada a cada coleção, misturam-se satisfações e desconfortos, necessidades e desejos, num caldeirão de imagens.

Entretanto, deve-se levar em consideração que a moda não é apenas visual, podemos percebê-la através de outros sentidos. Pela audição é possível absorver muitas informações de moda, ouvindo a opinião de pessoas sobre determinadas tendências, como também é possível ouvir o ruído de diversos tipos de tecidos. Pelo olfato é possível sentir o cheiro das roupas e alguns beneficiamentos, como, por exemplo, a lavagem. E é pelo tato que torna possível conectar-se intimamente com a matéria prima do vestuário, o tecido, percebendo sua textura na pele e suas propriedades. Dessa forma, este pode ser o caminho para compreender como se dá a relação da moda sem o uso do sentido da visão.

Sendo assim, esta análise pesquisará a conexão sensorial visual e tátil, mais especificamente da mulher vidente e não vidente com o universo têxtil de vestuário feminino, considerando sua variedade de opções e seus significados sociais, que se reconfiguram de forma rápida acompanhando as mudanças da identidade social feminina.

A sensação é obtida por meio dos órgãos sensoriais, e “sentir é obter qualidades” (MERLEAU-PONTY, 2006, p. 25). Essas qualidades fazem parte da característica do objeto, porém, a maneira como percebemos esse objeto tem a ver com a atribuição de significados que damos a essas qualidades. Para isso, deve-se levar em conta o histórico de vivências passadas do indivíduo que está interagindo com o objeto, como afirma o mesmo autor.

Lima descreve o corpo vestido como “portador das sensações geradas pelo contato com a superfície interna da roupa (...). Por meio dela se estabelece o contato entre tecido e pele. Não só o toque da textura das fibras, mas também as sensações provocadas por compressão ou expansão são passíveis de verificação” (2009, p. 23). É através do toque do corpo com o tecido que ocorre a percepção do vestuário de forma completa e objetiva. Isto ocorre através da associação do tecido, sua aparência e seus significados e a forma como foi moldado, com o movimento físico do corpo que constitui como instrumento importante na comunicação dentro da sociedade contemporânea.

O tecido é a matéria-prima primordial do vestuário, dialogando de forma intensa com o tato, pois não adianta o tecido ser apenas bonito e não apresentar qualidades agradáveis ao corpo. É por intermédio da pele que podemos sentir o tecido e suas características, que variam de acordo com a fibra, a trama e os beneficiamentos utilizados. De acordo com Nogueira, “a atratividade dos produtos têxteis e do vestuário depende essencialmente dos sentidos da visão e do toque. O toque e a visão são as características dos produtos têxteis cada vez mais estudadas, pelo seu carácter subjetivo e pelo importante impacto que apresentam junto dos consumidores” (2011, p. 5).

Investigar as muitas maneiras de perceber esta relação íntima com o tecido torna a análise sensorial têxtil uma ferramenta importante para o mundo da moda e para a indústria têxtil, que passa a conhecer melhor seu consumidor e os efeitos de seu produto, e, principalmente, para o usuário do tecido, que passa a dar mais atenção ao que irá utilizar, percebendo-o de maneira mais efetiva. De acordo com Nogueira (2011), a análise sensorial é utilizada para caracterizar, medir, analisar e interpretar as reações sentidas e a forma como são percebidas, gera informações importantes em relação aos critérios de escolhas e preferências.

Para dar suporte a este estudo, foram selecionadas 45 mulheres com idades compreendidas entre 18 e 65 anos, separadas em três grupos, classificadas de acordo com a memória visual: 15 mulheres que apresentavam cegueira congênita (não possuíam nenhum

tipo de memória visual), 15 mulheres que perderam a visão (tinham memória visual) e 15 mulheres com sentido visual (tinham memória visual em constante transformação).

Foi aplicado um questionário semiestruturado específico para cada grupo, porém todos os questionários abordaram questões sobre a autoimagem, a relação com a moda e o tecido, o consumo de peças de vestuário e o ato de vestir-se. Foi realizada uma mesma avaliação sensorial, baseada nos estudos de Nogueira (2011) e Broega (2010), pelos três grupos, sendo que o Grupo C executou os testes com olhos vendados e depois os repetiu podendo ver as amostras escolhidas para a análise e foi nomeado como Grupo C².

O trabalho foi dividido em duas partes. A primeira apresenta uma linguagem mais reflexiva e refere-se a um estudo sobre a relação subjetiva do corpo vestido e a percepção sensorial. Para isso, recorreu-se a campos de pensamentos que já desenvolvem pesquisas sobre este assunto, como o estudo sobre a fenomenologia de Merleau-Ponty, pesquisas realizadas na área da neurologia sensorial, sociologia da moda, o estudo desenvolvido por Geraldo Lima que aborda a sensorialidade e investigações sobre o conforto do vestuário. A segunda parte apresenta uma linguagem mais objetiva e detalhada a respeito do estudo sobre as reações sensoriais que o tecido pode oferecer para as mulheres entrevistadas. Será analisado através de comparações dos resultados obtidos entre os grupos, ressaltando as principais diferenças e semelhanças apontadas neste processo de pesquisa.

O primeiro capítulo levanta reflexões sobre o tecido, o corpo como identidade social, o feminino e os símbolos com os quais ele interage e como a mulher com deficiência se vê dentro dessa comunidade sob o ponto de vista da moda.

O segundo capítulo investiga a atuação dos sentidos no corpo, voltando-se especialmente para a visão e o tato, abordando seu aspecto morfológico, ou seja, o órgão responsável pelo sentido, e as formas de percepção dessa sensação e como isso se traduz na percepção sensorial do tecido.

O terceiro capítulo descreve o processo de desenvolvimento e as etapas dos testes de análise de percepção sensorial. É esclarecido a origem e importância desta forma de análise, como os testes foram aplicados e qual a finalidade de cada um.

O quarto capítulo descreve os resultados e análises dos testes aplicados.

Portanto, o objetivo desta pesquisa é estudar a relação da percepção sensível e o tecido através de uma pesquisa qualiquantitativa. Avaliando o quanto este protagoniza a construção do indivíduo dentro da cultura visual, partindo da reflexão sobre a relação íntima

da moda com a imagem visual. Sendo assim, torna-se impensável não adentrar na questão da percepção sensorial quando não existe a visão. Como o indivíduo desprovido de sentido visual percebe os símbolos da moda? Quais são as semelhanças e as diferenças deste diálogo do corpo vestido com pessoas videntes e não videntes? São a estas perguntas que o presente trabalho tenta responder.

PARTE 1 – O Tecido, o corpo feminino vestido e os sentidos.

1 DIÁLOGOS ENTRE A PERCEPÇÃO E O CORPO VESTIDO

É possível observar os estímulos visuais que o vestuário oferece por meio do design das roupas, na forma como são apresentadas ao usuário, nos símbolos que carregam e nos ambientes onde essas peças circulam em composição com o corpo do sujeito que adquire uma peça. Esses estímulos são intensos e fazem parte da relação do indivíduo com o ambiente do qual faz parte. Porém, ao fechar os olhos, torna-se possível perceber o vestir também por outros ângulos, a sensação do contato da pele com o tecido que interage com os movimentos do corpo extrapolando ou contornando seu volume, oferecendo novas formas, cobrindo e o protegendo de ações do ambiente.

Pensar o tecido como a base para que esta peça de vestuário possa se concretizar, somado ao fato de trabalhar com criação e tecelagem conduziram esta autora à exploração dos sentidos têxteis no contemporâneo, uma vez que existe uma grande intimidade entre o tecido e a pele, na circulação do corpo no cotidiano

No intuito de entender como os símbolos têxteis são captados pela visão e pelo tato, mais especificamente sob a perspectiva do feminino, pois leva em consideração o vínculo cultural, histórico e simbólico existente entre a moda e a mulher, o estudo considera observações possíveis realizadas a partir de questionários e testes de percepção tátil de algumas amostras têxteis aplicados em um grupo formado por 45 mulheres para que fosse compreendida a forma como elas lidam com a autoimagem, como se mostram ao outro e como o tecido é percebido no contexto apresentado por esta pesquisa.

Para a escolha dessas mulheres estabeleceu-se o seguinte critério:

A. Mulheres com cegueira congênita: este grupo é composto por mulheres que não têm referências visuais na memória, nenhum registro de imagem no cérebro, suas referências sobre a roupa são construídas através dos outros sentidos, mais especificamente, o tato e o que ouvem dizer a respeito.

B. Mulheres com cegueira total adquirida: essas mulheres têm uma memória das imagens que já viram, absorveram símbolos visuais e criaram conceitos baseados no que podiam ver. No entanto, esta troca deixou de acontecer quando elas perderam a visão, sua

memória visual já não é mais alimentada por imagens atuais. Elas, assim como as mulheres do Grupo A, recorrem a pessoas videntes para suprir informações que só são obtidas pelo sentido visual, como por exemplo, a cor. Este processo será descrito com maior clareza no Capítulo 3.

C. Mulheres videntes: essas mulheres correspondem a maioria das pessoas que compõem a sociedade e conversam de forma intensa com os símbolos visuais do vestir. O design, as cores, as estampas, os brilhos, as imagens e as tendências se apresentam aos olhos. Os conceitos sociais relacionados à moda são construídos e transformados dinamicamente e são captados facilmente pelo olhar.

O que há em comum entre esses três grupos é a percepção tátil, que capta informações sobre a superfície, a forma, o molde, o volume e a espessura deste tecido.

Através da aplicação do questionário quantitativo torna-se possível avaliar os conceitos pessoais e como elas lidam com o vestuário e seus símbolos. É uma tentativa de investigar o que há em comum nessas formas de percepções táteis e como a visão e a sua ausência se envolve neste processo. E através de uma avaliação sensorial, é possível obter as características táteis dos tecidos escolhidos para os testes, e de que forma é percebido pelos três grupos e também quais fatores interferem na avaliação hedônica¹ das amostras.

O tecido tem um papel fundamental nesta pesquisa, não apenas por dialogar com os sentidos do corpo, conforme foi citado acima, mas também por interagir intensamente com a construção social do homem. Suas técnicas de feitura e utilizações acompanham o desenvolvimento da sociedade humana, entrelaçando a necessidade física de proteção do corpo sob a ação do meio ambiente, com a comunicação entre as pessoas em seu meio social, através da forma como este tecido é manuseado, desde ao ato de fazer até a forma como será utilizado.

1.1 O CORPO SENSÍVEL À SEGUNDA PELE

Tecer significa entrelaçar e constituir significados na história humana. De acordo com J. C. Flügel (1966), dificilmente estabelece-se uma hierarquia entre usos funcionais e simbólicos, uma vez que o homem sempre estabeleceu relações abstratas com o mundo.

¹ De acordo com o dicionário Houaiss, hedônico é o adjetivo “que se refere ao hedonismo; hedonístico. Relacionado ou definido pelo prazer. (Etm. do francês: *hedonique*, pelo latim: *hedonicus*)”.

Partindo deste pensamento abre-se a possibilidade de refletir sobre os objetos têxteis utilizados atualmente, constata-se sua presença principalmente no vestuário, no entanto o tecido está presente nos objetos funcionais do dia a dia (forro de sofás, cadeiras, banco do carro, colchões, mochilas), é usado para decoração (cortinas, toalhas de mesa, tapetes) e também em construções civis como o geotêxtil, uma malha de fibra de vidro utilizada como reforço de piso asfáltico e rodovias, terraplenagem, estabilização de solo, contenção de taludes, etc.

Esta integração íntima contribui para que o homem compreenda sua existência, ações e crenças no mundo do qual ele faz parte.

A tecelagem consiste no ato de entrecruzar os fios formando uma superfície, cuja característica varia de acordo com o material e forma de entrelaçamentos dos fios. Esta técnica vem sendo praticada pelo homem de inúmeras maneiras, com uma grande variedade de combinações de matéria prima ao longo da história e pode ser considerada uma das técnicas mais antigas do mundo.

Os primeiros materiais utilizados foram as fibras vegetais, a partir disso abriram-se inúmeras possibilidades de construção utilizando outras matérias primas, novos desenhos, texturas que possibilitaram a proteção, abrigo e aconchego do corpo. É viável afirmar que deste entrelaçamento firmou-se uma aliança íntima entre o Homem e a Natureza. (SALTZMAN, 2004; PEZZOLO, 2007)

A palavra tecido é originária do latim *texere*, que significa trançar, tramar. Esses fios podem ter procedências naturais - como algodão, linho, lã, seda, rami e outras origens - animais e minerais ou elaborados quimicamente em laboratórios.

Tendo como parâmetro a língua portuguesa, é possível traçar uma associação entre o ato da escrita e o ato de tecer, ao investigar a etimologia da palavra texto, descobre-se que é um termo originário do latim *téxtus* que deriva da palavra tecer. O caminho horizontal que o fio da trama percorre os fios de urdume é muito parecido com a maneira como se escreve ou a maneira como percorremos as palavras com os olhos no ato da leitura, e a mesma palavra que descreve o entrelaçamento de fios também é utilizada para descrever a o entrelaçamento das palavras, a trama (trama do tecido e trama da história). A mesma associação se faz ao pensar nos pontos de tricô ou crochê e a pontuação de um texto.

Não é à toa que dizem que se perde o "fio da meada" quando se esquece o que estavam falando ou escrevendo. Indo mais além, podemos estabelecer uma relação entre a

junção de palavras que formam um texto e a junção de pedaços de tecidos que formam a roupa. Nesses dois casos (o texto e a roupa) determinam um diálogo entre aquele que expõe que é quem veste/ escreve e o receptor, representado por quem vê/ lê. Nota-se nesses mitos e expressões que o tecido é associado à vida da humanidade.

Pode-se afirmar que esta intrínseca relação se deve à intimidade do tecido com o corpo físico e social do homem, tornando-se incompleto discorrer sobre o tecido como a base do vestuário sem falar do corpo que lhe oferece suporte, que dá o movimento, a forma e vida para este tecido e compõem de maneira ativa este ambiente simbólico têxtil. Este corpo pode ser observado sob o ponto de vista anatômico que abrange sua forma, volume, estrutura, genética, funcionamento interno, movimento e atuação no mundo, ou seja, sob os aspectos morfológicos, sensoriais e dinâmicos.

Contemplar o corpo é contemplar a mudança contínua, seja pela ação da passagem do tempo, interferência do meio ambiente natural ou pela mudança da sua dimensão e do seu peso, mas principalmente pela sua inconstância diante de seu meio social. É entender o corpo como “único, portador de identidade, um corpo outro dentro de um corpo social entre outros corpos” (SALTZMAN, 2004, p.19).

De acordo com Katz (2015), o corpo é um veículo de informação, um corpo-recipient, que recebe as informações do mundo e as processa e, em seguida, as devolve para o lugar de onde vieram. Contudo, durante esse processo ocorre uma alteração nesse corpo e essa mudança passa a compor sua formação. Quando essas informações são externadas, levam um pouco desse corpo também.

A escolha do tecido e por consequência a roupa, se dá através da soma de informações e conceitos externos e internos e se expõem também através dessa soma, logo, é possível afirmar que é desta maneira que se dá a comunicação através da moda. Este processo que ocorre no interior do indivíduo pode ser compreendido como percepção, assunto que será tratado mais profundamente ao longo da dissertação.

De acordo com Kathia Castilho, no prefácio do livro “Fio a Fio”, de Chataignier,

o tecido é um texto que responde diferentes categorias de leituras: a visual, a tátil, a estesia (capacidade de perceber sensações). O texto têxtil possui uma organização específica que se revela por meio de vários processos e escolhas, que são determinadas desde a seleção do material, do tipo de fibra, da densidade do fio, do número de torções, da estruturada trama, da coloração e das possibilidades de tingimento, dos vários beneficiamentos, etc.; e que são sensorialmente

reconhecidas, decodificadas em sua relação direta com o sensorial tátil da pele e com o meio circundante ganhando assim significações em seu ser e estar no mundo. (CASTILHO, 2006, p.12)

O tecido vestido torna-se o contorno do corpo. Tanto para Hollander (1996) como para Chataignier (2006), o produto têxtil pode ser entendido como uma embalagem, um embrulho do corpo e é um objeto que ao mesmo tempo protege e esconde o interno, maquiando o externo da mesma forma que permite a transição do íntimo para o exposto.

Este exposto refere-se ao ambiente no qual este corpo está inserido, estabelecendo uma correlação entre a sociedade, ideologia, tecnologia, meio ambiente, entre outros, com o “modo de ser do corpo” (SALTZMAN, 2004, p.32).

A relação homem-tecido é tão arraigada que se torna inconsciente para a maioria das pessoas. É através dessa conversa com o corpo que o tecido é capaz de oferecer conforto no ambiente em que o corpo está atuando, quando atende às necessidades estéticas e funcionais.

Este vínculo se dá por intermédio de símbolos criados na integração dos corpos dentro do corpo social. Indivíduos sociais constroem continuamente sua identidade através da sua percepção deste ambiente.

O tecido é um produto criado neste contexto, é carregado de símbolos e conceitos e também é a fronteira material mais íntima e frequente entre o corpo interno e o corpo externo. Ele não só protege e auxilia o homem como também entrelaça simbolismos e da base para outras relações. Nota-se o simbolismo que o tecido representa para o homem ressaltado por Saltzman (2004, p.39) no uso da expressão “as tramas da vida”, em que o entrelaçamento contínuo dos fios pode formar muitos desenhos diferentes e assim representa os acontecimentos contínuos da vida desenhando histórias.

A maneira como a percepção desta ligação é construída diz respeito ao contexto social, onde circulam conceitos e comportamentos que se desenvolvem de forma diferente entre o corpo masculino e o corpo feminino, principalmente no que se refere ao vestuário.

1.2 O CORPO FEMININO E A SUA INTEGRAÇÃO COM O CORPO SOCIAL

A mulher está historicamente e simbolicamente ligada ao tecido. Toussant-Samant (1994, v.2) traça um panorama sobre a história do desenvolvimento têxtil, e como a mulher foi conquistando espaço no mercado de trabalho e ampliando suas funções sociais através do desenvolvimento da indústria têxtil de maneira árdua e exploratória.

A autora cita as cardadeiras, responsáveis por desembaraçar e pentear as fibras para formar os fios, tecedoras de sedas e costureiras, funções que foram cada vez mais atribuídas à mulher que era “mão de obra subalterna, e deviam provar toda a paciência e rigor atribuído às elas, que trabalhavam em oficinas ou em casa com os instrumentos de tecelagem e costura que era alugados”. (TOUSSANT-SAMANT, 1994, p.56)

Esses atributos associados ao feminino aparecem em mitos desde a Antiguidade Clássica, que ressaltam o personagem feminino atrelado ao têxtil como o de Penélope, esposa de Ulisses, guerreiro que parte para a guerra de Tróia. Durante seu longo período de espera, sem notícias de Ulisses e por ser muito cortejada, Penélope promete ao pai que assim que acabasse de tecer um manto se casaria com um dos pretendentes que apareciam em sua casa. Porém, todas as noites ela desfazia tudo o que havia tecido durante o dia, tornando o trabalho infundável até que 20 anos depois seu marido retorna à casa.

Outro mito grego é a lenda de Aracne, uma exímia tecelã que desafia a deusa Atena a tecer um manto. Esta aceita o desafio e acaba perdendo, pois Aracne tecia muito melhor que a deusa. Para puni-la por sua ousadia, Atena transforma Aracne em uma aranha.

Os gregos criaram uma analogia entre a vida e a morte e o ato de fiar, no mito do fio das moiras. As moiras são Cloto, Láquesis e Átropos, em que a primeira fia a fibra, representando o nascimento, a segunda enrola o fio, representando o desenvolvimento durante a vida, e a terceira corta o fio com uma tesoura, representando o fim da vida. Utilizar o fio como representação da vida e morte é algo universal, utilizado em colocações diárias quando dizemos que "a vida está por um fio" ou mesmo "o fio da vida" e também o “cordão umbilical”.

Esses mitos auxiliaram indiretamente na construção da identidade social da mulher e de sua relação com o objeto têxtil, tanto no ato de feitura como no uso, isto é, na exposição da figura feminina envolta no tecido. Para tanto, a escolha do público feminino para esta pesquisa deve-se a importância da moda neste universo ao longo da história e como a mulher dialoga de maneira intensa com os signos apresentados neste corpo social.

Entende-se corpo social como uma rede de relacionamentos sociais, podendo ser também sistema institucional, por exemplo, sociedade civil, sociedade artística e etc. Para Foucault, “em qualquer sociedade, o corpo está preso no interior de poderes muito apertados, que lhe impõem limitações, proibições ou obrigações (...) um corpo que pode ser submetido,

que pode ser utilizado, que pode ser transformado e aperfeiçoado” (FOUCAULT, 2004, p. 126).

A noção de imagem a ser transmitida pela mulher tornou-se tão importante que contribui consideravelmente para a sociedade da aparência, com seus rostos e corpos belos vestidos em roupas que indicam sua participação social. Graças aos mecanismos exigidos e tidos como verdadeiros pelo poder disciplinar, esses corpos sociais fazem uso de atributos, como veículos de informação, para interferir na construção identitária feminina. Os símbolos do vestuário e o tecido representam ao mesmo tempo a prisão e a liberdade do corpo feminino que altera de forma constante e marcante a sua participação na sociedade e sua relação consigo.

Para entender um pouco sobre esses signos no universo feminino, a pesquisa parte de uma breve análise da moda a partir do século XIX, em que os conceitos de moda feminina se mostraram muito definidos, influenciados diretamente pelo contexto histórico, como defende Toussant-Samat. A autora afirma que os símbolos que ajudaram a construir o mito do que é o feminino mudou junto com as mudanças do papel social da mulher. No entanto, a construção do feminino influencia a forma como as mulheres se relacionam com a moda e a aparência até os dias de hoje.

No século XIX, a mulher exercia pouca participação social, era vista como propriedade do marido, portanto, mais uma “ferramenta” de ostentação masculina. Crane afirma que:

mulheres das classes média e alta dedicavam tempo e quantias enormes para criar guarda-roupas sofisticados, com o objetivo de se apresentar de forma adequada aos membros de seu grupo social. Na falta de outras formas de poder, elas usavam símbolos não verbais como meio de se expressar. (CRANE, 2006, p.199)

Vestidos compostos de várias partes e com excesso de tecidos em forma de babados e armações embalavam a ideia de fragilidade feminina e a necessidade da mulher se encaixar no padrão de “protegida” pelo homem, pensamento que vai ao encontro de Crane (2006, p. 200), que afirma que essa tendência de moda simbolizava “a exclusão das mulheres de ocupações masculinas”. O ócio feminino era visto como símbolo de status.

Mais adiante, a autora faz referências a uma parcela de mulheres da classe baixa, as operárias, que apresentavam o que a autora chamou de “estilo alternativo”, pois usavam itens do guarda roupa masculino “tais como gravatas, chapéus, paletós, coletes e camisas, ora

usados isoladamente, ora combinados entre si” (2006, p. 200) e argumenta que o vestuário feminino hoje deriva, de alguma forma, dos estilos adotados por essas mulheres.

O homem do século XIX apresentou uma moda que variava mais em comportamento e no uso de determinados componentes da alfaiataria, “variando o mesmo tema”, ou seja, é possível notar o aumento ou diminuição de lapelas, a mudança nas texturas dos tecidos, os paletós em um momento eram largos, enquanto em outro, mais justos. Hollander (1996) afirma que os homens se afastaram dos riscos e prazeres da moda. Já a mulher fez o movimento contrário, utilizou-se de muitas formas de vestir o corpo, abusou do uso de tecidos, decotes, fendas, dos tamanhos das saias, vestiu roupas que restringiram movimentos ou que liberaram o corpo, transitando pelas possibilidades da roupa de acordo com a moda vigente.

Ou seja, foi a partir do século XIX, e se estende até hoje, que o traje feminino em muitos lugares sofre diversas mudanças, e de maneira rápida. Tais mudanças acompanham as conquistas da mulher no meio onde vive, como o avanço de sua participação no mercado de trabalho e de suas decisões sociais, cada vez mais amplas.

No entanto é interessante ressaltar a observação que Hollander, no livro “O sexo e as Roupas” (1996), demonstra em vários capítulos o quanto a mulher se utilizou de itens inicialmente do vestuário masculino para desenvolver a moda feminina moderna e cada vez mais distante da mulher da era vitoriana.

Hollander (1996) cita as feministas do nos anos 70 do século XX, que se orgulhavam por não ter se quer usar saia, como se anunciassem o seu afastamento da moda, pois acreditavam que os homens tivessem feito isso. Porém eles não se afastaram da moda, apenas participaram de uma forma diferente, de forma mais contida. Neste ponto é interessante notar que o homem sempre teve um papel estável na sociedade, sua moda variou sob um mesmo tema. Já a mulher precisou e ainda precisa conquistar espaços e novos papéis na sociedade e sua moda acompanha essas mudanças de maneira íntima.

A representação do feminino na sociedade mudou muito do período vitoriano até os dias de hoje. Porém, notam-se comportamentos atuais que derivam deste período, como a variedade de enfeites e possibilidade de adornos nas roupas femininas, a persistente separação do vestuário que mostra mais o corpo e são usadas por mulheres consideradas

vulgares em contraponto a roupas “comportadas” usadas por mulheres “direitas” – assunto que será desenvolvido mais adiante –, e o conceito de se vestir para sair ou receber pessoas e “roupas para ficar em casa”. Se forem analisados com mais atenção, esses conceitos se aproximam do que a roupa quer transmitir como imagem.

Em conformidade com o pensamento de Simone de Beauvoir (2008, p. 699) que afirma que a mulher tem “seu dever mundano, que é ‘representar’, confunde-se com o prazer que sente ao se mostrar”. A autora fala sobre o ato da mulher “se arrumar” ou “fazer a toalete” para receber visitas, para sair, entre outros. Esse comportamento tem um peso e é adotado nos dias de hoje. Um exemplo disso é o costume de muitas mulheres de se maquiar ou passar pelo menos “um batonzinho” antes de sair de casa para trabalhar, estudar ou por lazer, ou seja, para se apresentar para a sociedade fora de casa.

Para Beauvoir (2008), a toalete é uma manifestação da dignidade social da mulher e também o seu narcisismo. Tendo em vista o contexto repressor em que a mulher vive, a toalete ainda é uma ferramenta importante para a mulher exprimir o que ela acredita ser sua identidade, sua forma de comunicação não verbal.

Este pensamento foi confirmado pela maioria das mulheres entrevistadas quando ressaltaram a importância de “se arrumar”, se embelezar para estar bem consigo mesmas e para o olhar do outro, independente se a mulher é cega ou não.

O conceito de beleza de si mesmo, do outro e da própria vaidade remete à imagem, à aparência visual. O que os olhos podem captar tem um peso grande na forma como alguém ou a própria observadora julga o que é belo. Afinal, este conceito é construído socialmente e disseminado de forma visual e tem relação com o reconhecimento de si através do outro. Porém não é apenas a visão que determina o que se entende como alguém apresentável, bonito, e “bem arrumado”. Existem conceitos que são formados por meio do comportamento do outro, no relacionamento entre os indivíduos, o tom da voz, no movimento do corpo e na identificação cultural que também determina o que é belo e aceitável e define o personagem social que elas se identificam.

Hollander afirma que ao final do século XX, moda ainda significa principalmente a variedade momentânea das roupas femininas, percebida enquanto está sendo inventada e comercializada exatamente como as variedades da indústria da diversão, e algumas vezes são

relacionadas com estas. "Moda é o que aparece nos meios de comunicação e nas coleções dos estilistas nas lojas, após ter sido mostrada nas passarelas" (1996, p. 22).

A mulher brasileira ainda é responsável por uma fatia considerável do mercado do vestuário de varejo, um mercado que consome 6,6 bilhões de peças de vestuário ao ano, sendo que 52% deste valor corresponde ao consumo de vestuário feminino, segundo o diretor do Instituto de Pesquisa IEMI- Inteligência e Mercado, Marcelo Prado².

É notável a variedade de ofertas de produtos de vestuário feminino no Brasil. Essa variedade de modelos, preços, estilos nos faz refletir sobre o motivo pelo qual a mulher consome tantos produtos de moda, e como esses produtos transitam entre elementos da moda feminina e itens do vestuário masculino com muita propriedade.

Dependendo de seu tipo de vida, meios e pontos de vista, as mulheres atuais consideram a "Moda" seriamente ou não; mas a todas é permitido acreditar que é algo legitimamente possível, algo que qualquer mulher pode ignorar se preferir, mas do que sempre tem direito absoluto de participar. (HOLLANDER, 1996, p. 22)

A "moda" é uma ferramenta importante na construção do reconhecimento da mulher no meio em que vive, seja para desconstruir conceitos culturais históricos, seja para endossá-los. Perceber como esses conceitos e signos interferem na escolha do que vestir sob o próprio corpo é compreender a linguagem social da moda.

1.3 VESTINDO SÍMBOLOS E PERCEPÇÕES

A moda está integrada a um contexto cultural que constitui não só a vestimenta, mas os gostos, comportamentos, modos de viver e, desta forma, abrange um comportamento coletivo em um determinado momento contexto. A moda faz parte do corpo social que pode ser analisado por diversos aspectos sociais, culturais, psicológicos e econômicos.

Afinal, a moda é um exemplo do que é contemporâneo quando se observa o seu dinamismo e efemeridade, porém este fato proporciona tempos fragmentados quando a moda dá um novo valor a algo passado e, ao mesmo tempo, o transforma em algo totalmente atual, contemporâneo. Para Agamben (2013, p.62), "o contemporâneo é aquele que mantém fixo o olhar no seu tempo, para nele perceber não as luzes, mas o escuro". Ou seja, a moda contemporânea ressalta o que há de sutil, o movimento social que ainda está ganhando corpo

² Os dados foram expostos em uma palestra oferecida no Fórum São Paulo Prêt-à-Porter 2016. Disponível em: <http://saopaulopretaporter.com.br/noticias/ler/mercado-de-vestuario-no-brasil-movimenta-aproximadamente-r-200-bilhoes-ao-ano>. Acesso em 27 de jun. 2016.

no seu tempo portanto é algo novo e pode dar direções sociais futuras e reescrever os modas que já passaram.

Esta pesquisa aborda a moda ligada ao vestuário, já que o termo moda tem significados mais amplos. E assim como Suzana Avelar (2011) recorrendo ao dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, o significado etimológico da palavra “moda” encontra-se a seguinte definição:

maneira, gênero, estilo prevalente (de vestuário, conduta e etc.), conjunto de opiniões, gostos e apreciações críticas, assim como modos de agir, viver e sentir coletivos, aceitos por determinado grupo humano num dado momento histórico (...) uma grande fixação, mania. (HOUAISS apud AVELAR, 2011, p. 26)

A partir do século XIX, o termo moda passa a ser associado mais diretamente ao vestuário, acessórios e tendências de estilo, pois foi nesta época que surgiu a indústria da moda associada à comunicação simbólica dos itens de vestuário produzidos por ela e consumidos de forma similar ao que se vivencia nos dias de hoje. (AVELAR, 2011; CRANE, 2011).

Ao relacionar moda ao vestuário, Maria Lucia Bueno afirma no prefácio do livro de Crane (2011, p.10) que “...não existe moda sem circulação. Se a aparência sofisticada é privilégio dos muito ricos, ela só se transforma em moda se circular”. Para compreender essa circulação base da moda como comunicação, torna-se necessário entender os fatores de âmbito cultural, social e econômico, e também entender como os símbolos da moda são percebidos pelos sentidos para que determinados modismos circulem ou não. Sob este ponto de vista, Crane (2006) afirma que a vestimenta é uma das mais evidentes marcas de status e de gênero, útil para manter ou subverter fronteiras simbólicas.

Conforme citado por Avelar (2011) e Crane (2011), Simmel afirma que no começo do século XX a moda é um dos fatores que apontam o movimento de individualização e coletivização da sociedade, compreendendo que a disseminação da moda resultava da diferenciação de classes. De um lado as classes mais baixas tinham vontade de adquirir status por meio da adoção de estilos e grupos da classe superior. De outro, as elites criavam novos estilos e comportamentos que os diferenciariam, novamente, das classes inferiores. No entanto, a moda pode servir também para o reconhecimento entre indivíduos e, assim, fomentar um sentimento de pertencimento a determinados grupos que fazem parte do meio onde este indivíduo circula ou pretende circular. Este movimento tem a ver com a

identificação e com a construção da própria identidade que é a base para compreender a moda como a conhecemos hoje.

Schwarcz (2015, p. 269) define “identidade” como uma construção social, no sentido de que toda a identidade nunca é absoluta; sempre é relativa a algo ou alguém. Assim como a moda e seus conceitos do que é bonito, certo e elegante, o que está ou não na moda.

Porém, esta pesquisa busca compreender como o indivíduo é capaz de perceber essas mutações dentro da sociedade contemporânea através da relação com o tecido. Esta construção da identidade contínua envolve conceitos que se criam socialmente e é através da moda que se busca uma forma de expor sua identidade.

Afinal, o corpo vestido é um corpo social. Este é utilizado como instrumento de linguagem não verbal através de símbolos que são construídos sob esses corpos, que conversam através do seu movimento e exposição em relação ao outro. Avelar (2011, p. 34) contribui com este pensamento quando diz que podemos argumentar a necessidade de coletar pistas e informações sobre o poder potencial, status e prestígio social do outro, mediante a leitura do comportamento da outra pessoa. Ela ainda afirma que as marcas e a formação de estilos constituem um conjunto pistas que favorecem ideias preestabelecidas do outro.

É por meio dos símbolos que se absorvem e expõem que a sociedade contemporânea constrói identidades individuais que compõem o coletivo. Os símbolos, na maioria das vezes, tornam-se imagens na nossa sociedade, e nos guiamos por isso, como exemplo as placas, as cores de sinalização, as revistas, as redes sociais, os objetos de decoração e as roupas que mostram o grupo ao qual o indivíduo pertence ou gostaria de pertencer.

O texto visual são imagens captadas e processadas de maneira muito pessoal e depois externadas também em forma de imagem. Para isso, são necessários três participantes: autor, informante e espectador, que exercem papéis duplos de observado e observador, conforme explica Canevacci (2001, p. 20). De Fleur e Ball-Rokeach (1993, p. 259) afirmam que “a função da comunicação humana é provocar significados em outros”. Portanto, os gestos não verbais e objetos desempenham um papel importante na comunicação.

Assim a moda cria uma história visual. O ato de vestir é algo corriqueiro e aparentemente simples que a maioria das pessoas pratica todos os dias. Porém, esta simples rotina diária pode ser analisada sob vários aspectos.

As pessoas se vestem não apenas por necessidade, mas também para estabelecer um diálogo visual com outras pessoas que cruzam seu caminho no dia a dia. É o que se veste que torna possível a identificação e ao mesmo tempo a diferenciação de outros grupos. Este pensamento é consonante com a reflexão de Avelar (2011, p. 28) que afirma que “somos todos ‘líderes da moda’ quando nos individualizamos através da busca de algo que seja extremamente particular, mas somos ‘seguidores de moda’ quando nos conformamos com valores estabelecidos”. É possível pensar que todas as pessoas são ao mesmo tempo líderes e seguidores da moda, mantendo e alterando suas fronteiras simbólicas. Por isso, a moda se encontra em constante movimento, alterando a maneira como se utiliza e se entende este fenômeno.

Hollander amplia a discussão sobre vestir símbolos da moda quando considera que

enquanto isso, todo mundo tem de vestir-se pela manhã e sair para realizar seus afazeres cotidianos (...). A moda afetou os sexos igualmente, e ninguém que tenha um par de olhos consegue escapar-lhe; ela é agora a condição moderna geral de todas as roupas ocidentais, e tem se tornado assim cada vez mais desde o período moderno inicial. Ela agora aparece em múltiplas manifestações, de modo que muitos estilos, pequenos e grandes florescem ao mesmo tempo. A maior parte da moda no vestir é adotada com o desejo consciente de não parecer estar na moda, mas sim parecer corretamente vestido”. (HOLLANDER, 1996, p. 23)

A preocupação em como se mostrar ao olhar do outro é cada vez mais forte na sociedade atual. Os meios de comunicação de massa e o advento da internet quebraram fronteiras e misturaram culturas. Influenciam diversas pessoas independente da distância, difundindo símbolos, alterando de maneira rápida os conceitos de moda e, por consequência, dinamizando a construção identitária social.

Ao mesmo tempo, as próprias sociedades sofrem contínuas modificações. Não são sistemas sociais completamente estáveis; os costumes do passado modelam os padrões sociais do futuro. Mas o poder da tradição não é rígido nas modernas sociedades urbano-industriais. Adotam-se novidades; conflitos surgem e são resolvidos; manias e modas surgem e somem; movimentos sociais trazem perspectivas inéditas; problemas sociais aparecem escancarados; e a ordem social é modificada conforme cada uma dessas influências. Nenhuma geração é exatamente igual à que precedeu, seja psicologicamente ou em função das características sociais”. (DE FLEUR & BALL-ROKEACH, 1993, p. 164)

Este pensamento se complementa com o de Avelar (2011, p. 27) quando afirma que a partir da “dinâmica social formadora dos grandes centros urbanos no Ocidente, passa-se a

imitar o comportamento e o modo de vestir de pessoas desconhecidas, observadas nas ruas das cidades”. Essa imitação tem como base a observação visual associada à comunicação e reflete como também estimula uma sociedade de valores efêmeros e voláteis, que é uma característica da moda contemporânea, segundo a própria autora.

O vestuário é capaz de proporcionar um diálogo com a sociedade que vive no entorno, porém isso se traduz pela forma como o indivíduo percebe essa mesma sociedade e absorve seus estímulos. Dentro deste contexto, a escolha do vestuário torna-se parte fundamental da dinâmica que existe dentro da cultura visual contemporânea e fazer parte do que está na moda é sentir-se atual, dentro do seu tempo. Dessa forma, o vestir-se está relacionado à identificação e sensação de pertencimento dos indivíduos inseridos numa dada sociedade.

Dentro deste contexto, o mercado intensifica sua produção ampliando a oferta de objetos, que além da sua função primária, isto é, o de cobrir parte do corpo, tornam-se símbolos culturais cujos valores simbólicos agregados são uma das ferramentas de diferenciação social. Por sua vez, o consumidor assume um papel além de simples comprador. A marca e o estilo do objeto passam oferecer a este consumidor a sensação de pertencimento não só a uma classe social, mas também oferece a ele um “estilo de vida”³. Sendo assim, é possível constatar que “a produção estética hoje está intrinsecamente ligada à produção de mercadorias em geral”. (JAMESON, 1997, p.30).

É de acordo com a variante do objeto que é possível associá-lo a uma classe social ou um estilo de vida e diferenciá-lo de outras. Portanto, as variantes de um mesmo produto (que possui a mesma função, porém com materiais e design deferentes) contribuem para a busca de personalização do indivíduo. No entanto, para Baudrillard esta escolha do objeto que se adquire é ilusória: “se a experimentamos como liberdade, sentimos menos que nos é imposta como tal e que através dela é a sociedade global que se impõem a nós (...). É sobretudo o fato de escolher que o insere no conjunto da ordem econômica” (2015, p.149).

Desse modo, a ideia de “personalização” tem menos relação com a liberdade individual de escolha e mais com um conceito de marketing que objetiva agrupar melhor as pessoas de acordo com suas crenças e seus desejos de consumo por meio da “personalização” do objeto. Portanto, o consumo se dá pelo desejo e o desejo acaba quando é suprido, então, deseja-se

³ Estilo de vida pode ser entendido como uma forma de compreender a sociedade por meio de aspectos comportamentais, que são expressos por padrões de consumo, rotinas, hábitos ou uma forma de vida adaptada ao dia a dia.

outro objeto. O mercado sabendo desse desejo incessante oferece a novidade, que no fim é apenas uma repaginação do que já existia. Sobre este conceito, Bauman (2008, p.64) afirma que “a sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar perpétua a não satisfação de seus membros”.

Canevacci resume muito bem a influência da cultura visual e produção de mercadorias na comunicação da sociedade contemporânea:

Entre essas mercadorias visuais parecem falar diretamente por si – graças a sua "natureza" transcultural, polissêmica e ventríloqua – assim se rompem os limites de gerações, as identidades nacionais, as solidariedades de classe, os vínculos éticos. Por tudo isso a comunicação visual marca o tempo da mudança ideológica, de acordo com módulos perceptivos novos e vinculantes, cujos canais e mensagens conectam o indivíduo partícula, o ambiente cultural e simbólico, os meios reproduzíveis numa trama comunicacional mental unitária e imanente. (CANEVACCI, 2001, p.56)

Ao refletir sobre a mercadoria visual nota-se que esta deixou de ser um simples objeto desejado apenas por executar uma função, mas que passou a ser desejado por conter uma “vida social”, nascendo, estando no auge e se tornando obsoleta, possuindo um “corpo” cheio de símbolos e conceitos. Assim, o indivíduo não precisa exclusivamente da visão para cobiçar um objeto, porém, neste contexto a visão tem um papel fundamental de identificação visual do indivíduo com seus pares, pois todos utilizam objetos e seus símbolos para compor sua imagem social.

1.3.1 A visão sob outro ponto de vista

A sociedade contemporânea tem a visão como verdade, pois essa traz a evidência de que algo materialmente construído existe. Considera como verdade absoluta devido a certeza das formas e cores do que está materialmente construído. O que se afasta do que é visível torna-se ameaçador porque é incerto: há mais chances de se cometer erros e falhas, pois nos deparamos com um território obscuro, sem contornos, onde não há objetividade.

O campo das ciências nos diz que o homem é dotado de cinco sentidos, o tato, o olfato, a visão, o paladar e a audição. Cinco sentidos capazes de perceber o espaço e os objetos a sua volta, agindo isoladamente ou em conjunto. As facilidades, comodismo e também incentivo do mundo a sua volta, são algumas das razões pelas quais as pessoas tendem a se apegar tanto a visão.

A visão nos ocupa a mente e no momento em que olhamos captamos uma grande quantidade de informações que são processadas e codificadas no nosso cérebro. E não é por mero acaso que muitos indivíduos fecham os olhos ao ouvir uma música agradável, ou mesmo durante a tentativa de se lembrar de alguma informação importante ou também para beijar. Ao fechar os olhos cessam diversos outros estímulos informativos e podemos realizar essas ações descritas com total atenção.

A visão é um sentido de longo alcance; não é necessário a aproximação física para que se possa captar o que o entorno fornece como imagem. A visão se tornou não apenas a principal maneira de comunicação contemporânea, mas também permeia o pensamento social de maneira tão íntima que muitas vezes as pessoas não percebem. Como exemplo disso, Marilena Chauí (1988, p. 31) afirma que ao se pretender assegurar que algo é efetivamente verdadeiro, é dito que é evidente e sem sombra de dúvidas. A autora questiona a equivalência estabelecida entre a verdade e a visão perfeita, e a dúvida e a sombra, e ainda reforça essa correspondência quando destaca que para expressar a certeza absoluta sobre algo, é dito: mas é claro! Também ressalta a garantia que se transmite ao contar algo e afirmar: eu vi!

Oliveira (2012, p. 91) explica que essa associação se estabeleceu no conceito antigo e ultrapassado do "não ver" como ausência de sabedoria, trevas e escuridão, pois "a luz era a representação simbólica do bem, da esperança e só a partir do olhar era possível compreender e se relacionar com a luz que torna visível o mundo, as pessoas e as formas/objetos".

Seguindo esta ideia de pensamento, Correia (2007) chama a atenção para o uso do termo vidente, que segundo ele, está sempre associado a quem possui um "dom", ou poderes perceptivos acima das outras pessoas, alguém que tem o "olho interior", o olho do espírito. No entanto, o termo também carrega como significado a pessoa que possui o sentido da visão, que se opõe ao cego. Mas o uso deste termo com este significado causa um certo estranhamento para quem ouve, devido a sua pouca utilização e reflexão sobre o uso desta palavra.

Esta forma de pensamento que associa o ver à luz e o não ver à sombra está arraigada na sociedade contemporânea, no entanto, nesta mesma sociedade existem pessoas que não podem ver. Dessa forma, pensar sobre como estas pessoas interagem com a cultura visual é importante não só para que a sociedade assegure uma qualidade de vida da qual elas têm direito e a sua integração coletiva, mas também para aprender que existem outras formas de perceber o mundo e refletir sobre o que é o ato de "olhar" e o peso que se dá as escolhas

visuais. Sendo assim, é possível afirmar que a estigmatização da pessoa com deficiência visual se baseia na percepção ocidental que associa a visão à razão, e, portanto, a cegueira à irracionalidade (CORREIA 2007, pág. 32).

O uso corriqueiro e sem discernimento de palavras e expressões como as citadas acima reforça a ideia de incapacidade e dependência e até mesmo a invisibilidade de indivíduos cegos no nosso contexto social, sempre contribuindo para a sua estigmatização. “As narrativas próprias, as expressões das experiências da cegueira são então substituídas pelas noções arraigadas no imaginário ocidental que as cristalizam como ideias de desgraça e incapacidade” (CORREIA, 2007, p. 33).

Para entender melhor este cenário, serve de exemplo a tensão observada nas mulheres do Grupo C quando questionadas se já haviam pensado na possibilidade de perder a visão. Todas responderam que não e muitas não queriam pensar no assunto. As mulheres do Grupo B relataram o processo difícil que todas passaram quando perderam a visão, e como foram se redescobrimo e se reconhecendo sem o auxílio dos olhos. L. S., 65 anos, ressaltou o quão difícil foi este processo que durou dois anos, porém quando começou a se reestruturar e buscar ajuda para readaptar o corpo a essa nova condição, ela notou que poderia fazer tudo o que quisesse e o que fosse possível. Ela é bastante independente, casou-se, teve filhos, tem uma carreira e vida social. Ela diz que não pensa sobre o que poderia ser se ainda pudesse ver. Para ela não existe o “se”, apenas o que “é”, e tudo bem, porque aprendeu uma nova forma de interagir com o mundo.

Na busca por desmistificar o peso deste conceito social estabelecido sobre a ausência da visão é necessário pensar sobre a cegueira de forma mais ampla. O romance “O Ensaio sobre a cegueira”, de José Saramago, questiona a cegueira social ao equiparar a cegueira que toma conta de toda uma população, com a ignorância e a alienação diante dos problemas humanos. Ou seja, de acordo com Correia (2007), a cegueira como patologia física serve para expor as “deficiências sociais”. No livro, a degradação daquela sociedade se dá não apenas pelo fato de não verem, mas por pensar que não poderiam ser vistos. Neste momento Saramago também coloca em xeque o que é “ver”, e esta consideração se destaca na frase: “Se podes olhar, veja, se podes ver, Repara⁴”.

⁴ Nota: Epígrafe do “Ensaio sobre a cegueira”, citando o “Livro dos Conselhos” de El-Rei D. Duarte.

Sendo assim, é preciso ressaltar a diferença entre o ver e o enxergar que, apesar de serem considerados sinônimos, apresentam diferenças. O ver é o que salta aos olhos, é exercer o sentido da vista sobre algo, uma atividade mecânica, mais superficial e cotidiana, “o ver, no geral, conota no vidente uma certa discrição e passividade ou ao menos alguma reserva. Nele um olho dócil, quase desatento parece deslizar sobre as coisas e as espelha e registra, reflete e grava” (Sérgio Cardoso, apud CORREIA 2007, p. 19). Já o enxergar, segundo o dicionário HOUAISS, “é avistar; descortinar; divisar; entrever; notar; observar; perceber” (pág. 287). Para isso, é necessário que se tenha uma atenção maior, uma reflexão e assim agregar valor ao objeto visto.

Nota-se a necessidade de diferenciar da condição física determinada pela falta do sentido visual, os conceitos sociais atribuídos ao longo da história sobre a cegueira e a visão, e com isso todos os termos que remetem a essas palavras.

Umas das entrevistadas que nasceu com deficiência visual ressaltou uma questão importante. Ela reclamou que sua opinião sobre o que gostaria de comprar para ela usar era subjugada, questionou se era obrigada a usar tudo o que estava na moda, se gostava de renda, porque não deixavam ela usar o que é ficar feio se para ela era bonito. Questionou se era mais importante ela ficar bonita para os outros e feia para si ou o contrário. No seu conceito, a moda tinha que significar a maneira como o corpo se sente com a roupa, o que ele dizia sobre ela, sobre a personalidade dela. A moda deveria ser a exposição do que ela tinha por dentro, não importando se era muito diferente dos outros porque todo mundo era diferente mesmo. Ela também afirma que essa noção de tendência de moda como regra era um erro já que a tendência muda o tempo todo e as pessoas levam muito mais tempo para mudar.

Ao analisar o peso do sentido visual no contexto social e ao pensar no vestuário como um elemento de coletivização apontado por Simmel no início deste capítulo, é possível encarar a moda como um agente ativo para compreender e auxiliar na quebra de estigmas referente a indivíduos que não estão dentro do padrão social vigente, como as pessoas com deficiência visual.

1.3.2 Sobre a ausência da visão

No Brasil, 23% da população apresenta algum tipo de deficiência, segundo o Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Dessa porcentagem, há 6,5 milhões de pessoas com deficiência visual, sendo 582 mil cegas e 6 milhões com baixa visão,

sendo que 21,5% são mulheres que apresentam algum tipo de deficiência visual, um número bastante expressivo para ser ignorado por uma sociedade que se pretenda inclusiva e igualitária do ponto de vista de direitos humanos e sociais.

Entende-se pessoa com deficiência os indivíduos que apresentam algum problema de funcionamento motor ou sensitivo, falta de parte anatômica ou alguma anomalia congênita que dificulta em vários níveis a locomoção, a percepção, o pensamento ou a relação social. Outra definição para deficiência esclarecedora, foi dada pela OMS (Organização Mundial de Saúde) no Relatório Mundial sobre a Deficiência:

A deficiência é parte da condição humana, quase todos nós estaremos temporária ou permanentemente incapacitados em algum momento da vida, e aqueles que alcançarem uma idade mais avançada experimentarão crescentes dificuldades em sua funcionalidade. A deficiência é complexa, e as intervenções para superar as desvantagens associadas à deficiência são múltiplas e sistêmicas variando de acordo com o contexto". (OMS, 2011)

No caso da deficiência visual, conforme definido pela Fundação Dorina Nowill⁵, são caracterizados indivíduos que apresentam perda total ou parcial, congênita ou adquirida, da visão. O grau de cegueira é variável, dividindo-se em dois grupos:

- Cegueira: há perda total da visão ou pouquíssima capacidade de enxergar, o que leva à necessidade do Sistema Braille como meio de leitura e escrita.
- Baixa visão ou visão subnormal: caracteriza-se pelo comprometimento do funcionamento visual dos olhos, mesmo após tratamento ou correção. As pessoas com baixa visão podem ler textos impressos ampliados ou com uso de recursos óticos especiais.

Oliveira (2012, p. 94) explicita que para a identificação dos deficientes visuais é necessário fazer testes oftalmológicos que meçam os diferentes graus de danos e o quanto a visão da pessoa é comprometida. Sendo assim, é um erro universalizar estas pessoas, ignorando suas especificidades. Cada grau de cegueira ou baixa visão têm necessidades particulares e uma forma distinta e única de lidar. Vale ressaltar que o deficiente visual apenas não enxerga ou tem dificuldades para visualização, mas tem todas as outras funcionalidades do corpo preservadas, ou seja, tem os mesmos desejos e necessidades que qualquer outra pessoa. Ele/ela vive numa cultura visual na qual grande parte dos códigos é construída dentro desta lógica.

⁵ Informações retiradas do site da Fundação Dorina Nowill: <http://www.fundacaodorina.org.br/deficiencia-visual/>

Porém, ao longo da história de socialização do homem, a exclusão de pessoas com algum tipo de deficiência sempre foi comum. Essa atitude de exclusão leva à marginalização, o que tolhe o direito à liberdade e impede a exploração e o desenvolvimento de suas capacidades. De acordo com Maria Regina Maciel (2000), a história do homem, assim como a de sua literatura clássica, reflete o pensamento discriminatório, pois é mais fácil atentar aos impedimentos e às aparências do que afirmar as possibilidades latentes do deficiente visual.

A sociedade brasileira ainda mantém uma visão depreciativa sobre a pessoa com deficiência visual, questionando sua capacidade de contribuir efetivamente nas atividades econômicas e intelectuais que regem uma sociedade que incentiva a competitividade e a individualização de seus agentes. Gatjents (2007) afirma que “essa visão contribui para que a discriminação e os diferentes tipos de violações dos direitos humanos sejam encarados como algo natural, pois são diferentes do nosso modelo de normalidade sociocultural vigente em nosso país”. Para o autor, esse paradigma tradicional precisa ser modificado para que aja uma política social efetiva.

Conforme defende Gatjents, esse paradigma apoia-se no modelo médico, mais especificamente, numa análise clínica da deficiência centralizada na pessoa, considerando-a um objeto de intervenção clínica. Neste método, para que a pessoa possa superar suas limitações, é necessário que uma equipe de profissionais especializados ofereça uma série de tratamentos e serviços, reforçando a idealização da pessoa com deficiência como um receptor passivo de apoios institucionalizados.

Como alternativa, o autor recorre ao modelo de pensamento que tem como base os direitos humanos que focaliza a dignidade intrínseca pela evidente condição humana do indivíduo, independentemente das características ou condições que possui. Esta concepção permite encarar o deficiente como pertencente à diversidade humana, com direitos e deveres que possibilitem seu desenvolvimento de maneira independente e autônoma. Nessa perspectiva, mesmo que os obstáculos sejam removidos ou mesmo amenizados pelo Estado ou pela sociedade, sua participação efetiva estaria garantida, tendo acesso a direitos básicos, como educação, saúde, emprego, lazer ou ao esporte, como qualquer outro cidadão.

Há um conceito sobre a organização cerebral que avalia os sistemas sensoriais hierarquicamente. Primeiro, o sistema visual, seguido pelo auditivo, o tátil, o olfativo e o paladar. Porém, estudos afirmam que há uma convergência multissensorial e quando se perde a visão, as áreas do cérebro se reorganizam no intuito de suprir esta falta (PASCUAL-LEONE et

al., 2006)⁶. No entanto, esses estudos não afirmam que uma pessoa com cegueira congênita passa a ter seus outros sentidos potencializados, ou seja, não ouvem melhor ou sentem melhor. O cérebro apenas interpreta os sinais com mais objetividade para que a pessoa possa ter noção espacial e de motricidade de forma eficiente. A pessoa cega percebe o mundo sob esse funcionamento cerebral.

Merleau-Ponty, em seu livro “Fenomenologia da percepção”, expõe um modo de entender a patologia de maneira muito interessante. Ele parte da “liberdade” que opera nos fatos, ou seja, o indivíduo é livre para agir dentro do que lhe é dado. Para ele, a patologia não é um fator negativo, sob o ponto de vista da percepção do mundo, é apenas uma outra forma de organização, portanto não é vítima dos fatos. Sendo assim, a patologia deixa de ter o significado de falha e passa a ser entendida como um estilo daquele sujeito, pois faz parte das diferentes formas de estruturação de qualquer indivíduo.

A deficiência visual faz com que a pessoa adquira uma outra maneira de perceber o mundo, e dentro deste contexto, cada indivíduo é capaz de perceber o mundo a sua volta e interpretá-lo de acordo com a sua própria liberdade de agir.

Constatação que teoricamente já é assegurada pela Declaração Universal dos Direitos do Homem, proclamada pela Organização das Nações Unidas em 1948, que aponta em seu artigo 1º: “Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e direitos e, dotados que são de razão e consciência, devem comportar-se fraternalmente uns com os outros” (ONU, 1948).

Ao observar que as pessoas com cegueira congênita apresentam um processo de aprendizagem e simbolização diferentes, Oliveira (2012) afirma que essas pessoas não aprendem nem mais nem menos do que as pessoas dotadas da sensação visual. Dessa forma, é possível notar uma oportunidade de a moda auxiliar no processo de mudança deste paradigma recorrente chamando a atenção para essa parcela expressiva da população que circula de forma quase invisível na sociedade.

Ainda citando Oliveira (2012) quando afirma que modelos e padrões de beleza aceitos ao longo da história são disseminados, sobretudo, pela sociedade visual que determina representações sociais do que é belo e que exerce poder e influência nas práticas, atitudes e convívios sociais.

⁶ Este conceito é exposto no artigo “The role of Visual Cortex in Tactile Processing: A Metamodal Brain” 2006, cuja referência se encontra na bibliografia.

A autonomia cotidiana da pessoa com deficiência na escolha de suas roupas deve ser contemplada pelas pessoas envolvidas na área da moda, a fim de contribuir com a normalização do ato de se vestir, oferecendo-lhes a oportunidade de também fazerem parte destas representações sociais que regem a sociedade contemporânea.

Muitas ações de políticas públicas estão sendo colocadas em prática de forma lenta e precisam ser lapidadas, assim como as ações feitas no campo da moda, exemplificadas a seguir, também precisam ser questionadas para que sejam efetivas. Muito mais do que fazer roupas que atendam às necessidades do deficiente visual, este campo de pesquisa pode auxiliar na mudança desses paradigmas e ressaltar as inúmeras formas de sentir a moda.

Para as pessoas que podem ver é trivial escolher o que vai vestir, é um ato quase mecânico. Porém, é um desafio para uma pessoa com deficiência visual. O processo de independência desta pessoa passa pela forma como ela vai construir sua imagem, e tem a ver com a autoestima, sua independência e autonomia.

Foi possível reparar que mulheres com deficiência visual mais independentes, exemplificavam sua independência através de coisas básicas do cotidiano, principalmente, com o ato de escolher a própria roupa desde o ato da compra ao uso propriamente dito.

A relação diária das mulheres deficientes visuais entrevistadas com a própria roupa não é tão diferente das videntes. Elas demonstraram ter uma organização própria, umas disseram ser mais bagunceiras, outras mais organizadas, muitas memorizam pela textura e detalhes que as peças tinham e sabiam exatamente onde estavam guardadas. Quando tinham roupas iguais ou muito parecidas e o que mudava era a cor, elas identificavam cortando uma das etiquetas ou guardando em sacos identificados por cor. Muitas lavam, passam e guardam a própria roupa.

As principais dificuldades, que chamaram a atenção da pesquisadora, foram apontadas no ato da compra: o acesso à loja, o tratamento dos vendedores, a identificação de cores (que para elas é uma questão muito presente) e a carência de informações básicas nas peças, essas facilitariam muito a independência das mulheres nesta experiência.

A moda pode auxiliar neste processo quando facilita o acesso da pessoa com deficiência. Muitas mulheres disseram que comprar eletrônicos ou ir a uma farmácia e comprar remédios é mais fácil do que comprar roupas, pois envolve muitas questões como a dependência da opinião dos outros, a dificuldade de acesso a informações básicas, a abordagem do vendedor e o seu movimento na loja.

Quase todas as entrevistadas também comentaram sobre a questão da moda feita para especialmente para o deficiente visual, que acaba reforçando o preconceito. A., 38 anos, disse que já tem a bengala, algo que já a define antes que fale qualquer coisa, portanto, ela não precisa de uma roupa que a caracterize mais nesse estigma.

Entender como é a realidade da pessoa com deficiência visual possibilita compreendê-los como agentes comunicadores através da moda, ou seja, por meio da imagem que eles não veem, mas são vistos e absorvem, à sua maneira, os significados da moda.

De uma maneira geral, tanto para os videntes como para os não videntes, o vestuário é importante quando estimula a autoestima e a participação social no diálogo visual que a moda é capaz de proporcionar. Dessa forma, é possível ampliar o conceito de percepção social, pois isso pode ocorrer de diversas maneiras que não estão relacionadas exclusivamente com a visão.

1.4 O TECIDO VESTIDO SOB A ANÁLISE DAS MULHERES ENTREVISTADAS

O questionário elaborado para a pesquisa teve como intuito compreender melhor como se estabelece as relações dessas mulheres com o tecido, a beleza, a moda e o vestuário, cujos conceitos foram discutidos ao longo deste capítulo.

Houve uma aproximação pessoal da pesquisadora com as mulheres participantes. O questionário se desenvolveu na forma de conversa e no local onde estas se sentiam mais à vontade. Assim foi possível conhecer um pouco das histórias de vida de cada uma, o que contribuiu para observar um pouco a identidade de cada uma delas. Isso foi importante para não deixar se perder na análise, visto que interessa saber o que o indivíduo sente, o que é particular de cada uma delas, apesar de também serem avaliadas como parte de um grupo com uma especificidade.

O tecido utilizado como vestuário é pensado para cumprir funções funcionais e estéticas, estas agregam um valor simbólico e acentuam seus significados quando somados à forma e ao volume da peça. A roupa, por sua vez, adquire movimento e se comunica quando interage com o corpo vestido.

A maior parte das mulheres entrevistadas associa a palavra “tecido” a suas variações, como seda, jeans e a pele do corpo. Elas também fizeram associações com as percepções sensoriais que o tecido pode oferecer, como a textura, a sensação de conforto e aconchego.

Porém somente o Grupo C fez associações simbólicas (citaram caminhos entrelaçados e o feminino) com a palavra estampa. O fato dessas mulheres poderem enxergar faz com que as associações feitas com a imagem do tecido nas roupas e o que elas representam visualmente sejam reforçadas constantemente.

No entanto, o mesmo não acontece quando foram questionadas sobre quais lugares da casa delas também havia tecidos. As mulheres do Grupo C tiveram bastante dificuldade em responder prontamente esta questão e se espantaram com essa dificuldade, já que para elas o tecido é algo bem comum, conforme disseram durante a avaliação. Das 15 mulheres entrevistadas do Grupo C, 8 disseram não associarem a nada ou somente ao vestuário. O que chama bastante atenção, já que neste grupo elas estabelecem um contato visual constante com a composição estética do ambiente da qual o tecido faz parte. Porém é tão habitual que já não recebe muita atenção. Diferente dos Grupos A e B que em grande maioria fizeram uma associação um pouco mais rápida em relação ao Grupo C, com os objetos da casa, com exceção de 7 mulheres dos dois grupos que só fizeram associação com o vestuário.

Foi possível constatar que o tecido faz parte do dia a dia de forma tão intensa que para a maioria das mulheres foi um espanto não conseguir dizer prontamente onde encontram tecidos no seu meio, e ficaram surpresas com a quantidade de objetos têxteis e por nunca terem prestado atenção neste fato.

Quase nenhuma delas tinham conhecimento sobre o processo de feitura do pano. As que tinham eram mulheres do Grupo C que trabalham ou estudam o tecido. Todas demonstraram interesse, algumas por curiosidade, outras para acrescentar conhecimento ao produto que estão consumindo e usufruir melhor das características de cada tecido.

Outro assunto abordado no questionário foi com relação aos conceitos sobre a beleza em si e no outro, uma vez que a questão estética influencia na sensação de conforto que, por sua vez, motiva a escolha do que vestir. As respostas foram as seguintes:

- No Grupo A (cegueira congênita), “as mulheres acreditam que estar bem consigo mesma faz com que uma pessoa seja bonita, o que implica em cuidar de si, ser honesta, sincera, agradável”. Elas apontaram conceitos que não são sentidos apenas pelo visual.

Com relação à vaidade, 7 das 15 entrevistadas se consideram vaidosas, têm hábitos de beleza diários e são bem atentas ao que vestem e como se apresentam à sociedade. Embora algumas tenham afirmado não serem muito vaidosas, todas citaram hábitos que as

fazem se sentirem mais bonitas e disseram ter cuidado e preocupação com a própria aparência.

Apesar de não poderem ver, todas sabem que estão sendo vistas e estabelecem uma comunicação pela aparência da mesma forma que as pessoas que podem ver. Um exemplo desse comportamento é a resposta da entrevistada⁷ F. S., de 30 anos, que diz que não é muito vaidosa, mas gosta de estar bem vestida, pois se preocupa em como quer se apresentar para os outros.

- O Grupo B (cegueira adquirida), em grande maioria, ressaltou o quanto a beleza visual perde a importância e abre mais espaço para valorizar a beleza que se manifesta nos gestos, no tom de voz e no fato de cuidar de si, mas ainda assim muitas citam características físicas para definir e expor seu conceito de beleza.

Para muitas delas, a vaidade serviu como um resgate da autoestima depois que perderam a visão. M. A. P., de 55 anos, disse que quando podia ver não era tão preocupada com a aparência ou com o que vestia. Para ela, “estava tudo bom”, porém, após perder a visão, passou a se ver de uma maneira mais profunda, e passou a se preocupar mais se as roupas combinam, a ter mais cuidado com a unha e com o cabelo. Agora, está aprendendo a se maquiar.

Já C.D.F., de 24 anos, relatou que quando podia ver ela era muito preocupada com a aparência, o fato de se considerar mais gorda do que gostaria a incomodava muito. Ela se julgava muito porque julgava a aparência do outro. Depois que perdeu a visão, a atitude de sentenciar a aparência do outro já não era possível, e com isso parou de ser tão crítica com a sua própria imagem. Hoje, ela não emagreceu, mas se aceitou e se sente muito bonita, e se considera vaidosa até demais.

Algo que chamou a atenção foi que muitas mulheres que são deficientes visuais reclamaram da surpresa que as pessoas videntes têm pelo fato das deficientes visuais serem bonitas e arrumadas. M.A.G., de 29 anos, levantou a questão: “Só porque eu sou deficiente, tenho que ser feia? Que relação esquisita é essa que vocês fazem da ausência da visão e a feiura da pessoa? Quando ouço isso tenho vontade de responder: acho que eu não sou a única cega por aqui”! Ela afirmou que esse espanto acontece com frequência.

⁷ Os nomes das entrevistadas serão mantidos em sigilo, citando apenas as iniciais dos nomes e a idade, conforme termo de consentimento de entrevista assinado pelas entrevistadas.

- O Grupo C (videntes) fala da importância da beleza interior, aponta o lado ruim da padronização da beleza que estão mais sujeitas, como por exemplo, o uso do cabelo liso, a importância de ter seios grandes, a pele sem manchas, entre outros, além de ressaltarem a ideia de que a beleza segue um padrão europeu de pessoas altas, magras, com pele clara, olhos claros. Consideram esse padrão como algo imposto socialmente e que dificulta definir exatamente o que seria uma pessoa bonita. Porém, ressaltaram a importância de se aceitar, se cuidar e se vestir de acordo com seu corpo.

As mulheres que podem ver tiveram mais dificuldade em assumir que eram vaidosas, porém quando eram questionadas quanto aos hábitos de beleza e de como se mostravam em determinadas situações sociais, notava-se uma boa dose de vaidade, uma preocupação com o estilo e a aparência e, em alguns casos, até uma preocupação para que a aparência negue os padrões de beleza visual vigente.

Foi possível perceber como o conceito de beleza se forma em grande parte através de sugestões visuais, mesmo quando não se pode ver. Mesmo quando essa concepção do que é bonito adquire conceitos mais subjetivos e pessoais, nota-se a preocupação com a própria imagem visual ao olhar do outro.

A autora arrisca dizer que os conceitos visuais facilitam a identificação das imagens e dos símbolos, porém também criam obstáculos para que se perceba conceitos estéticos, que influenciam na construção da identidade dos indivíduos de forma mais ampla e subjetiva e menos imediatista, sem o peso dos padrões de aparência e de normalidade.

Esses padrões sugestionam a escolha do que vestir, de como se apresentar e interferem no outro enquanto interação no mundo. Impulsionam a necessidade da aquisição de peças de acordo com o modo como vivem.

Para entender como se inicia o processo de compra, é preciso analisar o que levam essas mulheres a sair de casa para adquirir uma peça. Ao serem questionadas sobre este ponto, a grande maioria das entrevistadas disse que é a necessidade e a oportunidade de adquirir um determinado tipo de peça. As questões da necessidade e da oportunidade podem ser bastante amplas, porém esta pesquisa compreendeu esses termos, baseados na forma como foram expostos pelos grupos, ou seja, a necessidade e/ou oportunidade de compra surgem quando há a substituição de alguma peça de vestuário ou a falta da mesma, algum evento social que necessite de um traje adequado e também o fator financeiro, como uma promoção ou estar em um lugar apropriado para a compra de determinada roupa.

Para a pesquisa, foram determinados como impulso a compra realizada sem um planejamento prévio, a busca por novidade e o ato de comprar mais roupa do que de fato precisavam.

Os grupos apresentaram algumas diferenças, como a frequência de mulheres que citou o impulso de compra foi gradual por grupo (Grupo A: pouca frequência, Grupo B: um pouco mais e Grupo C: foi mais citado). A necessidade de renovação do guarda-roupa e a sensação de prazer de adquirir uma peça nova não foram citadas pelo Grupo A, somente pelos Grupos B e C. Porém, para o Grupo C, a visão é o segundo fator e mobiliza para a aquisição de um produto de vestuário. Depois que há a decisão e a ação de compra o que faz com que uma peça chame a atenção é a visão, a aparência da peça (cores, estampa, modelo e detalhes).

A necessidade e a oportunidade podem ser induzidas por um fator cultural. Como a necessidade de adquirir uma peça branca para passar o Réveillon ou uma roupa nova para uma festa de casamento. Também são estimuladas pelo mercado que oferece promoções e formas facilitadoras para a aquisição da peça.

Nota-se que a visão assume um papel importante no comportamento da pessoa que adquire uma peça. O Grupo A, que a partir do que se sente, associado ao que ouve a respeito, forma ideias sobre a representação social da peça tanto para o outro como para si. O Grupo B recorre muitas vezes à memória visual de peças parecidas e a que tipo de comportamento que essa memória associa. Já o Grupo C se apoia no ato de olhar a peça e desejá-la. Muitas vezes compram mesmo quando o toque do tecido não é muito agradável, mas a peça é bonita e “está na moda”. Ou seja, todos os grupos apresentaram uma preocupação com a aparência que a roupa transmite como algo determinante para a mulher gostar ou não de uma peça.

Para as mulheres que não podem ver, não ter este primeiro impacto visual com o vestuário faz falta, pois elas passam a depender de outra pessoa que pode ver, seja um acompanhante ou um vendedor para buscar uma quantidade de peças a partir do que elas descrevem, e dentre esta pré-escolha, elas podem escolher o que querem. A.R., do Grupo B, levantou a seguinte questão: “e se o que eu realmente iria querer ela não me trouxe? ”, ao mesmo tempo essa dúvida deixou de ser um impedimento de participação de compra quando ela se lembrou de que todos escolhem a partir do que está disponível. A ideia de muitas opções de escolha não é tão válida assim, se pensar que nunca ninguém tem acesso a tudo.

Em seguida, existe uma necessidade de tocar a peça, experimentá-la. Para as mulheres que não podem ver, o toque é uma ferramenta essencial para o reconhecimento do vestuário.

É neste momento que elas reconhecem a sensação têxtil, a forma, os detalhes, sequência descrita pela maioria das entrevistadas dos Grupos A e B. Após isso, elas avaliam a experiência da peça no corpo, seu caimento, a sensação de conforto e bem-estar, sendo este o fator que decide a compra da peça. V. X., do Grupo B, disse: “eu vou, experimento uma peça, não achei que ficou bom, eu não vou levar, nem adianta a vendedora ou acompanhante dizer que ficou bonito, que eu estava elegante, porque eu não vou levar. Só uso o que faz eu me sentir confortável, bem comigo mesma”. Ou seja, de alguma maneira que é individual e tem relação com experiências anteriores, ela se reconhece dentro daquela roupa.

No entanto, para os dois grupos de mulheres que não podem ver, os atributos visuais não são deixados de lado. Elas demonstraram uma preocupação com a imagem daquela roupa, todas citaram a cor como um fator relevante para a compra, seguido da estampa (quando há), do brilho (quando há) e da transparência do tecido. Elas querem saber quais outras peças ou acessórios podem combinar, em quais ocasiões usar e se combina com o tom da própria pele.

Para as mulheres videntes, este reconhecimento é feito rapidamente pelo olhar, mas no momento seguinte se completa também pelo tato, que determina se a peça é agradável ou não e se cai bem no corpo respeitando seus movimentos.

A relação de identificação visual que ocorre com indivíduos pertencentes ao mesmo convívio ocorre de forma diferente entre os grupos e de forma bastante complexa. A maioria das mulheres entrevistadas disse que não se importava com o que os outros pensavam sobre o que está vestindo, mas se preocupava em estar “bem vestida”. Notou-se uma linha tênue entre estar à mercê do julgamento do outro e isso alterar a forma como elas se vestem se e a indução sobre o que as pessoas podem ler a respeito da imagem que elas querem transmitir.

Sendo assim, é viável pensar que estilo pessoal tem a ver com o que se quer apresentar para o outro, o que quer que o outro veja sobre si. O estilo se estabelece a comunicação com o outro. E pode ser influenciado pelas tendências de moda, estilos de vida, poder aquisitivo e ambiente de convívio. É a identidade visual que a roupa ajuda a determinar.

As mulheres dos três grupos são influenciadas pelas tendências divulgadas pela televisão, blogs, revistas e por influência de outras pessoas. Porém as mulheres que podem ver apresentam mais rapidez na absorção desses símbolos, pois são bastante visuais.

As mulheres que nunca viram (Grupo A) demonstraram uma relação mais subjetiva, as opiniões são baseadas no que elas ouvem, ou seja, na opinião de pessoas de sua confiança e

do meio onde convivem. Porém nenhuma delas conseguiu definir o seu próprio estilo. Para elas, essa noção de imagem pessoal de identidade é muito vaga, pois não possuem parâmetros visuais de comparação. E muitas respondiam o tipo de roupa favorita: “meu estilo é vestido, me identifico muito com vestidos, acho que fico muito bem”, “meu estilo são roupas com muitos detalhes, acho chique. Me considero chique”. O que leva a concluir que esta relação tem a ver com símbolos que são transmitidos oralmente, e através da sensação que a peça de roupa desperta no seu imaginário.

Já as mulheres que perderam a visão (Grupo B) seguem bastante o referencial visual que ainda guardam na memória, se apoiando na opinião de outras mulheres que julgam ter o “gosto” parecido com o delas. Muitas delas identificavam o próprio estilo com base no que ouviam a seu respeito, opiniões e elogios. Nota-se uma mistura do que ouvem dizer e o que guardam na memória para imaginar o que estão transmitindo.

A videntes (Grupo C) têm uma noção de estilo e construção da imagem visual muito mais definidos. Quando questionadas sobre qual estilo tinham, elas definiam em poucas palavras: “tenho um estilo básico” ou “meu estilo é mais despojado quase hippie”.

Esta busca pelo estilo é muito difundida em meios de comunicação de moda. Muitos profissionais de estilo afirmam que o estilo próprio é autenticidade, ou seja, é uma forma de dizer como se costura seus retalhos de informações, fazendo com que se sinta confortável, segura, e bonita dentro da roupa. Este assunto é bastante confuso ao se tratar das mulheres que podem ver, muitas se deixam influenciar pela identificação com personagens que muitas vezes não correspondem ao que se é, mas ao que se gostaria de ser. Porém esta pesquisa não se aprofundará nesta questão. Este assunto foi abordado para traçar um paralelo com a mulher que não pode ver, pois esta não tem mais ou nunca teve este tipo de influência, restando apenas a busca do diálogo mais autêntico possível entre o corpo dela e a roupa que veste.

Para as mulheres do Grupo A, o conceito de moda está sempre associado ao que é tendência, no entanto, não é um fator determinante de uso, pois se não estiver de acordo com o que elas julgavam ter “a ver” com elas, elas ignoram.

Portanto, a apreciação de um vestuário pode ser definida pela percepção da sensação visual e/ou tátil. Porém a cognição⁸ é responsável pela identificação da roupa e suas sensações com seu universo pessoal. É neste momento que a associação simbólica da cultura, estilo de vida, poder aquisitivo e experiências pessoais entram em ação. E somente depois deste processo que se forma o julgamento afetivo com relação a roupa que determinará a relação “corpo e tecido vestível”. E por fim o uso desta peça e, por consequência, o reconhecimento e a aceitação do tecido. Cada indivíduo à sua maneira e de acordo com a sua especificidade.

⁸ De acordo com o dicionário Houaiss, cognição é o processo de aquisição de conhecimento. A cognição envolve fatores diversos como o pensamento, a linguagem, a percepção, a memória, o raciocínio etc., que fazem parte do desenvolvimento intelectual. (482 p.)

2 O TECIDO SENSÍVEL PERCEBIDO

Com o intuito de compreender de forma mais profunda como o tecido é percebido pelas mulheres entrevistadas, torna-se necessário entender como funcionam os órgãos receptores, a percepção até a integração desses com o tecido. Para isso, este capítulo se propõe a investigar mais especificamente a visão e o tato e sua relação com o indivíduo.

O olho é um órgão muito sensível e complexo. Nele, há milhares de terminações nervosas capazes de transmitir o estímulo absorvido pelo cérebro com uma grande rapidez. O olho pode ser comparado a uma janela que é possível abrir tanto para o externo como para o interno. É o olho o órgão responsável pela visão.

A visão é tão familiar para a maioria das pessoas, que se tornou algo automático. Quando o indivíduo decide ver, basta abrir os olhos e o mundo se apresenta, se materializa. Neste momento se estabelecem diálogos, que fornecem e absorvem informações. E se não quer mais, apenas fecham-se os olhos.

O olho pode ser comparado a um pequeno neurônio, tamanha a sua complexidade. Seus estímulos são obtidos através da absorção de luz. “O cristalino age como uma lente que permite a penetração da luz no olho humano, e a parte responsável por filtrar a quantidade dessa entrada de luz é a retina, que funciona como um obturador de máquina fotográfica comandando a abertura da pupila, controlando a incidência de luz que vai para a retina” (NOGUEIRA, 2011, p. 19)

E assim o mundo se apresenta como verdade, o que não deixa de ser, porém é necessário aprender a vê-lo. “Olhar um objeto é vir a habitá-lo e dali apreender todas as coisas segundo a face que elas voltam para ele” (MERLEAU-PONTI, 2006, p. 102).

Perceber ritmos visuais na imagem é como ler um texto, perceber as diferenças e similaridades gerais de elementos repetidos duas ou mais vezes dentro de um determinado espaço ou objeto sempre intercalado por outro elemento diferente:

A orientação visual envolve o reconhecimento de objetos e da sua posição relativa a outros objetos e ao observador, além de envolver o julgamento acurado da distância e, é claro, o rastreamento de objetos móveis e a previsão de velocidade e a direção de seu movimento. (LOWENSTEIN, 1968, p. 47)

Para vivenciarmos novas experiências, é necessário nos desligarmos um pouco da visão. Tornando possível estabelecer novas formas de pensar que se mesclam com a confusão do sentir, tornam as fronteiras inexistentes, nos abrem portas para repensar o mundo,

conhecendo-o de maneira mais completa, inclusive nos faz prestar mais atenção nas experiências que se passam dentro de nós. A visão é o sentido preferido do ser humano (NOGUEIRA, 2011 p. 19).

Para se comunicar, o mundo ocidental terminou por apoiar-se maciçamente nos sentidos de "distância", visão e audição; ao invés dos "sentidos de proximidade", paladar, olfato e tato, em muitos lugares o último foi prescrito. (MONTAGU, 1988, p. 19).

Quando somente o que é visto torna-se ideal, as pessoas tendem a se relacionar pelo olhar, mantendo certa distância segura do mundo. Nada é verdadeiramente tocado, e assim já não se tem a dimensão exata do sensível, espaço e corporal. A distância faz com que os indivíduos idealizem os objetos e as pessoas.

O tato se dá através da pele que envolve o corpo por inteiro de maneira flexível. É o que fica entre o ser e o mundo, embala o corpo, limitando-o, mas, ao mesmo tempo, protegendo-o de agentes externos e mudanças bruscas de temperatura. Assim como a roupa, muitas vezes chamada de segunda pele. Há áreas da pele mais sensíveis do que outras, mas todo corpo é capaz de sentir, por meio da pressão, mudança de temperatura, textura e de outros estímulos.

É também o maior sentido do corpo. A pele, por sua vez, é o maior e mais pesado órgão do corpo. A pele junto com o movimento corporal são responsáveis por informar ao indivíduo sobre a profundidade, a espessura e a forma dos objetos ao redor, além das condições físicas e naturais do ambiente a sua volta.

É o mais antigo e sensível de nossos órgãos, nosso primeiro meio de comunicação, nosso mais eficiente protetor. Na evolução dos sentidos, o tato, foi sem dúvida o primeiro a surgir (MONTAGU, 1988, p. 21). É na pele que se encontra a epiderme que contém terminais nervosos responsáveis pelo sistema tátil.

Dentre as muitas funções da pele, é possível destacá-la como fonte, organizadora e processadora de informações, mediadora de sensações, exercendo a função de fronteira, que defende o corpo das agressões externas e, ao mesmo tempo, estabelece o contato com o mundo exterior através da recepção dos vários estímulos sensoriais (térmicos, tácteis e de dor) e da sua transmissão ao centro. É também fonte imunológica de hormônios para a diferenciação de células protetoras, camada protetora das partes situadas abaixo dela contra efeitos de radiação e lesões mecânicas, responsável por um papel de destaque na regulação

da pressão e do fluxo do sangue, é um órgão reparador e regenerativo, que regula a temperatura (MONTAGU, 1988 p. 25-26; NOGUEIRA, 2011 p. 14-15).

Essa variabilidade de sensações faz com que o tato seja considerado o mais completo e importante entre os cinco órgãos dos sentidos. O ser humano pode passar a vida sem a visão, sem a audição ou desprovido do sentido do olfato e do paladar, mas não poderá sobreviver de modo algum sem as funções desempenhadas pela pele (NOGUEIRA, 2011 p.15; MONTAGU, 1988, p.34).

Um toque é capaz de chamar muito mais atenção do que o contato verbal, e afeta quase tudo o que fazemos. Nenhum outro sentido é capaz de despertar sensações em outro indivíduo ou em si mesmo como o tato. Sem ele viveríamos num mundo morto, confuso onde não haveria a noção exata da realidade, podendo nos acidentarmos sem sentir.

Essa sensação de dor é um sistema de defesa e alerta do corpo. Existe um distúrbio denominado analgesia, geralmente congênito, que impede a pessoa de perceber os sinais de alerta quando algo não vai bem com o organismo. “As pessoas acometidas são capazes de suportar severas queimaduras e outras lesões antes de tomarem consciência de algum perigo e por isso suas vidas correm graves riscos” (MONTAGU, 1988, p. 34).

A pessoa com deficiência visual desenha o seu entorno através do tato. A bengala é uma ferramenta que auxilia no reconhecimento do ambiente, é uma forma de tatear com um alcance maior. Para Merleau- Ponty, o mundo dos objetos recua, não começando na epiderme da mão, mas sim na ponta da bengala que por meio de pressão e diferentes posições “constrói” seu espaço.

Quando se toca algo suavemente e continuamente, o nosso cérebro lê os sinais como um código Morse que identifica a sensação do objeto, ajuda os olhos a esclarecerem o que veem. E este nos ajuda a encontrar o caminho quando não podemos usar os outros sentidos (ACKERMAN, 1996, p. 108). Através das variações de pressão, do atrito com a pele, ou associação com outras experiências, as pessoas em geral dão medidas do que é agradável ou não.

O tato é o sentido mais antigo e o mais urgente. É comum relacioná-lo de maneira verbalizada quando algo nos comove de forma intensa e íntima, dizemos que “sentimos na pele”, ou quando se sente medo ou prazer falamos que sentimos o arrepio na pele. Frederick Sachs, citado por Ackerman (1996, p. 98), diz que “o tato é o primeiro sentido a acender-se e o último a extinguir-se: muito depois de nossos olhos nos traírem, nossas mãos permanecem

fiéis ao mundo (...), quando descrevemos a partida final dizemos que perdemos o contato”. Portanto, o toque é necessário para o reconhecimento do objeto ou das pessoas, não é à toa que o que parece real é denominado como algo “tangível”.

2.1 A MULTISENSORIALIDADE ENVOLVENDO O TATO E A VISÃO

Se por um lado a visão traz clareza e certeza do objeto, como já foi dito anteriormente, por outro lado, o tato é capaz de confirmar sua realidade. Para o reconhecimento de um objeto, é necessário que o observador obtenha informações sobre a forma, a superfície, o tamanho e os detalhes existentes. O tecido, assim como outros objetos, pode ser reconhecido usando qualquer um dos módulos sensoriais, porém somente o tato e a visão são capazes de oferecer as propriedades geométricas tridimensionais desses objetos. (JAMES, et al., 2006, p. 139)⁹.

O tato oferece a possibilidade de se perceber o peso, a temperatura, a espessura e características de sua superfície, como liso, macio, rugoso. Essas informações não podem ser propiciadas com qualidade exata apenas ao se olhar o objeto. No entanto, somente por meio da visão torna-se possível obter as informações de cor e dos padrões de superfície com exatidão. Há uma diferença clara entre a forma como esses dois sentidos obtêm essas informações. Afinal, o tato pode operar somente com objetos localizados no espaço pessoal do avaliador, e a visão é capaz de captar informações tanto no espaço pessoal como também quando os objetos se encontram distantes do observador (idem, 2006, p. 139).

Porém, os mesmos autores afirmam que mesmo a visão sendo mais prática e eficiente, pois também pode fornecer algumas características táteis como a espessura do objeto, ambos os sentidos viabilizam o reconhecimento da forma volumétrica e podem realizar uma análise bastante detalhada objetiva de um objeto, como o tecido, por exemplo.

Durante as entrevistas foi possível notar que mesmo as mulheres videntes com os olhos vendados (Grupo C) e as mulheres que perderam a visão ao longo da vida (Grupo B) descreviam o que sentiam através do toque com descrições que remetiam a imagens, quase simultaneamente: “esse tecido é pesado, duro como o forro do sofá da casa da minha mãe...”, A. descrevendo o veludo, “esse tecido combina com aqueles lugares mais chiques, tipo festa, formatura porque é fino, delicado, lisinho, deve brilhar...”, V. descrevendo o cetim.

⁹ Este conteúdo faz parte do artigo: “Do Visual and Tactile Object Representation Share the Same Neural Substrato?”, 2006, cuja referência se encontra na bibliografia.

Essa análise vai de encontro ao pensamento filosófico de Merleau- Ponty (2006, p. 207) que declara que as experiências visuais e táteis não se acumulam pouco a pouco e nem se traduzem “dados do tocar” para a “linguagem da visão”, ou ao contrário. Elas são reunidas ao mesmo tempo fazendo parte do mesmo corpo. Este corpo tem um estilo particular de sentir e perceber os estímulos sensoriais:

O que reúne as “sensações táteis” de minha mão e as liga às percepções dos outros segmentos do corpo é um certo estilo dos gestos de minha mão, que implica um certo estilo dos movimentos de meus dedos e contribui, por outro lado, para uma certa configuração do meu corpo. (Idem, 2006, p. 208)

2.2 AS SENSações PERCEBIDAS

A realidade é criada pela captação do mundo através dos sentidos por meio de estímulos dos sabores, dos cheiros, da audição, das sensações da pele e da visão. Para compreender como os sentidos agem e como interagimos com isso é necessário compreender o que é o sentir e o que é a percepção do que sentimos. A sensação e a percepção fazem parte do mesmo conjunto e um não existe sem o outro, porém não são a mesma coisa.

Para Lowenstein (1968, p. 14), os estímulos de qualquer natureza são transformados em uma série de impulsos nervosos de acordo com a frequência e força da intensidade do estímulo, ou seja, o nervo sensorial transmite a informação recebida do meio ambiente através dos órgãos dos sentidos e assim, em consonância com Merleau- Ponty (2006, p.25), obtemos as qualidades, que não são elementos da consciência e sim uma propriedade do objeto ou do meio ambiente.

Existem três funções sensoriais que são abrangidas pelos cinco sentidos (olfato, paladar, audição, tato e visão), essas funções são de natureza física (estímulos mecânicos, eletromagnéticos e químicos).

Eletromagnético: visão: absorção de aspectos eletromagnéticos da luz, que facilitam a orientação e absorção de informações do meio.

Mecânico: tato e audição, mecanismos que ajudam a controlar a postura e os movimentos, e o calor no ponto de vista físico.

Químicos: olfato e paladar, utilizado principalmente para absorver estímulos de combinações químicas. (LOWENSTEIN, 1996, p.10)

Logo é possível interpretar a sensação como uma capacidade de codificar certos aspectos da energia física por intermédio dos cinco sentidos: visual, auditivo, tátil, olfativo e gustativo. “A sensação permite a existência desses sentidos” (MARTINS, 2011).

Já a percepção pode ser compreendida como uma capacidade de interpretar a sensação. Ainda citando o artigo de Martins (2011) percebemos as informações sensoriais são associadas à memória e cognição, de modo a formar conceitos sobre o mundo e sobre nós mesmos e orientar nosso comportamento. Pode ser entendida como um resultado da sensação.

A autora também afirma que a percepção pode ser dividida entre:

- percepção sensorial, ligada aos sentidos, como a percepção visual, olfativa.
- percepção temporal, a noção relativa a natureza do tempo, ou seja, a sensação de que o dia passou rápido. Esta percepção é adquirida junto com as experiências vividas.
- percepção espacial, envolve a noção de distância e tamanho dos objetos.
- percepção propriocepção¹⁰, permite a localização e o reconhecimento do espaço com relação ao corpo sem recorrer a percepção visual. Está ligada ao sistema vestibular do nosso ouvido interno, permitindo a manutenção do equilíbrio e a realização de diversas atividades práticas. Podemos correr e nos desviar de objetos pelo caminho sem perder o equilíbrio. Podemos saber se uma roupa vai nos vestir, só em olhar suas medidas. Sabemos que podemos passar por um lugar apertado ou baixo sem ao menos estarmos perto, isso nos permite desviar, abaixar ou procurar outro caminho.

A percepção é apenas uma consequência da nossa sensação e nem sempre está inteiramente disponível a nossa consciência, pois é filtrada pelo mecanismo da atenção, sono e emoção. Para perceber o mundo é preciso perceber a si mesmo como receptor desse mundo a ser percebido. E para Merleau- Ponty, o mundo não é aquilo que se pensa, mas o que se vive.

O mesmo autor (2006, p.25) também afirma que o mundo percebido tem que dar conta do pensamento, da sensação, do sujeito e do objeto. Este pensamento se complementa ao de Geraldo Lima (2008, p.192) que defende a diferença entre as pessoas não se restringe somente à aparência, mas também na forma de percepção, sentimentos e sensações.

¹⁰ De acordo com o dicionário Houaiss, propriocepção é o termo utilizado para nomear a capacidade em reconhecer a localização espacial do corpo, sua posição e orientação, a força exercida pelos músculos e a posição de cada parte do corpo em relação às demais. (p.1655)

Cada indivíduo é único, absorve o meio onde vive de modo muito pessoal, onde interfere o meio cultural, as experiências pessoais e, até mesmo, o interesse do indivíduo em colocar sua atenção em determinadas características trazidas pelas sensações.

Nesta pesquisa, foram entrevistadas duas irmãs gêmeas idênticas com deficiência visual congênita. Foram criadas no mesmo meio social com estímulos parecidos, porém as opiniões e a forma de lidar com a moda, a familiaridade com o tecido e a atenção dada às suas características eram muito diferentes. Logo é possível afirmar que o meio onde a pessoa se desenvolve interfere mas não determina sua percepção que é única. No caso dessas mulheres o fato de não ter a visão em nenhum momento interferiu no ato de perceber, uma vez que “não existe perda de percepção” (MERLEAU-PONTY, 2006, p. 105), quando se parte do princípio que se percebe só pelo fato de estar no mundo. No entanto, a percepção não é algo consciente e intencional o tempo todo. Ela a ocorre de maneira involuntária também. A percepção é a interpretação significativa das sensações.

Ao levar em conta pessoas que apresentam todos os sentidos e percepções, é possível afirmar que, sente-se tudo estimulando todos os sentidos e dependendo da ação uns mais ativamente que os outros. O corpo recebe os estímulos sensoriais de maneira passiva e de forma involuntária, na maioria das vezes, como sons, imagens, ações de temperatura do meio ambiente e sabores. Muitas vezes acontecem de forma despercebida.

A reação perceptiva, quando se recebe os estímulos, é ativada de acordo com o que pode ser entendido como “novidade” ou “alteração” do que é sentido, o que faz com que os órgãos receptores tenham que enviar sinais diferentes ao cérebro causando reações e chamando a atenção do indivíduo para que este perceba o impulso sensorial de forma consciente. Se todos fossem conscientes de todas as sensações constantemente isso levaria a uma exaustão causada pela quantidade de sensações as quais são submetidas o tempo todo. (ACKERMAN, 1996 p.110)

Sendo assim, a noção de sensação de que os órgãos receptores são meramente transmissores é vaga e falseia toda a análise da percepção. Esse pensamento se contenta com um mundo pronto, já codificado e por isso mesmo raso e superficial. É necessário conscientizar-se de que a recepção das sensações é só o início de um processo reflexivo e pode ser muitas vezes consciente, assim os objetos, as pessoas e os lugares se tornam mais reais e completos.

Ao vestir uma roupa, esta passa a ser um anexo do indivíduo e este se acostuma com seus estímulos, tornando-se um hábito que, por sua vez, incorpora os instrumentos desta ação como parte da estrutura original no corpo próprio (MERLEAU-PONTI, 2006, p. 134).

Ao refletir sobre essa ideia é permitido compreender o vestuário sob dois pontos de vista: quando dialoga de maneira externa e se apresenta como os símbolos que absorvemos, a imagem que “criamos”, a comunicação que se estabelece com quem vê e com quem é visto. E quando dialoga de maneira interna, isto é, quando o vestuário se torna extensão do corpo, interagindo fisicamente com as sensações que são geradas.

No entanto, esses dois pontos de vista não estão dissociados. Um não existe sem o outro. Para entender essa associação, é imprescindível compreender essa relação.

2.3 PERCEBENDO O MATERIAL TÊXTIL

O tecido é a matéria-prima primordial do vestuário e dialoga de forma intensa com o tato. O tecido não pode ser apenas bonito, deve apresentar qualidades agradáveis ao corpo. É por intermédio da pele que podemos sentir o tecido e suas características, que variam conforme a fibra, a trama e os beneficiamentos utilizados.

Tecidos são capazes de produzir sentidos a partir do reconhecimento de sua constituição: se os fios, com os quais são construídos os tecidos, são sintéticos ou naturais, dado que no contato com o corpo, esses vão gerar efeitos de sentido de maciez ou aspereza, flexibilidade ou rigidez, lisura ou rugosidade, transparência ou opacidade, resistência ou fragilidade, acolhedor ou distanciador, percepções térmicas e de conforto. São também reconhecidos por intermédio do contato com o olhar do outro quando se verifica uma série de outras relações determinadas pela luminosidade, movimento e gestualidade, etc. (CHATAIGNIER, 2006, p. 13)

Ao passar a mão em uma superfície têxtil, ocorre um processo multissensorial, emocional e cognitivo complexo que causa uma reação baseada na sensação obtida e que fica gravada na mente (NOGUEIRA, 2011, p. 24). Essa percepção somada à sensação obtida pela visão que capta a aparência já se associa a uma suposta imagem desta aparência têxtil composta com seu corpo.

Nogueira (2011, p. 25) complementa ao dizer que dentro da roupa inconsciente ou conscientemente, as escolhas individuais de textura, cor e estilo atuam como uma projeção da própria imagem que afeta o comportamento, a emoção, o amor-próprio/confiança, que representa o espelho visual e tátil do indivíduo, da sociedade e da cultura.

E este fato ocorre mesmo quando este indivíduo não possui o sentido da visão. As mulheres entrevistadas que nasceram cegas se preocupam com a imagem que transmitem e demonstraram muita atenção ao comportamento da roupa no corpo e a sensação do tecido.

Se ao tocar o tecido, sentissem algum desconforto, seja nas características do toque seja na compreensão da própria peça, elas não usavam. Não importa o quanto diziam que a roupa ficava bem, que era bonita, se elas não se reconhecessem dentro daquela peça, elas não usavam.

As mulheres que perderam a visão levantaram uma questão bastante interessante quando disseram que após o choque inicial da perda da visão, o ato de se vestir se tornou um instrumento importante no resgate da autoconfiança. Muitas disseram que não se importavam muito com o que vestiam e não reparavam tanto no toque do tecido quando podiam ver. Agora que não podem, se preocupam mais em como vão se apresentar ao mundo. Para ambos os grupos, o ato de vestir-se é importante para questão da independência e da formação identitária do seu corpo social.

É muito comum pensar que se consome a moda de vestuário como algo visual, por intermédio das imagens que seduzem, sua comunicação e o seu apelo visual, porém não é apenas isso. O tato tem um papel muito importante na formação de uma opinião sobre a roupa. O contato da pele e as experiências emocionais e cognitivas complexas irão determinar se irá consumir aquela roupa ou não.

Segundo Broega e Silva (2010) estudos de marketing apontam que os consumidores atuais não se interessam apenas pela qualidade estética das roupas, ou algo que “fique bem”, mas exigem também obter a sensação de conforto. Esses estudos mostram que a experiência de compra vai além do sentido visual, resultando em pesquisas que buscam cada vez mais tecidos agradáveis ao toque.

Conforto é difícil de definir por estar relacionado ao conceito estabelecido por cada indivíduo, porém pode ser caracterizado, de maneira generalizada, como um estado agradável, tanto no aspecto emocional quanto no físico, remetendo a sensações de bem-estar, abrigo, amparo, proteção, comodidade, tranquilidade e aconchego.

Broega e Silva (2010) afirmam que para que o vestuário ofereça total conforto é preciso apresentar quatro aspectos fundamentais:

conforto termofisiológico: traduz um estado térmico e de umidade à superfície da pele confortável, que envolve a transferência de calor e de vapor de água através dos materiais têxteis ou do vestuário;

conforto sensorial de “toque”: conjunto de várias sensações neurais, quando um têxtil entra em contato direto com a pele;

conforto ergonômico: capacidade que uma peça de vestuário tem de “vestir bem” e de permitir a liberdade dos movimentos do corpo;

conforto psico-estético: percepção subjetiva da avaliação estética, com base na visão, toque, audição e olfato, que contribuem para o bem-estar total do portador. (BROEGA; SILVA, 2010, pág. 60)

De acordo com Nogueira (2011), os objetos são apreendidos não somente pelo sentido afetado, pois os sentidos funcionam em simultâneo e completam-se. No entanto, a atratividade dos produtos têxteis e do vestuário depende essencialmente dos sentidos da visão e do toque. O toque e a visão são as características dos produtos têxteis cada vez mais estudadas pelo seu carácter subjetivo e pelo importante impacto que apresentam junto dos consumidores.

Portanto, com relação ao tecido aplicado ao vestuário, os indivíduos recorrem aos sentidos na busca pelo bem-estar. E para compreender e suprir essa busca, o design têxtil encontra na análise sensorial do tecido uma importante ferramenta para avaliar e medir sensações que o tecido transmite ao utilizar estes importantes sensores, que o homem possui.

Para compreender como a moda é percebida, torna-se necessário entender como os sentidos agem no corpo e no objeto sentido. Queirós, Rocha e Costa (2015) defendem que o profissional de moda deve priorizar o conforto, a estética e a qualidade, atributos base para a aceitação e o consumo do produto de vestuário, além do conhecimento social e cultural sobre o público-alvo.

Como nos lembra Bourdieu (2011) com seu conceito de capital cultural, os sinais das disposições e dos esquemas classificatórios que revelam as origens e a trajetória de vida de uma pessoa manifestam-se também na forma do corpo e pode ser entendido como uma cultura corporificada.

Hoje em dia existe uma grande variedade de tecidos no mercado, tornando quase impossível o reconhecimento exato de uma fibra e do tipo de tecido só pelo toque ou pela visão. Há inúmeras fibras, construções, cores, beneficiamentos e formas de interferências na superfície destes tecidos que obedecem tanto a tendências estéticas como tendências funcionais.

Por sua vez, o tecido, através da sua composição, da feitura, do beneficiamento, da forma como foi cortado e costurado, sua interação com os possíveis aviamentos e combinações com outras peças ou acessórios, dialoga com os sentidos dos possíveis consumidores interferindo no conceito e nas opiniões formadas resultantes dessa comunicação.

Parte II – A análise perceptiva têxtil

3 A SENSORIALIDADE TÊXTIL NESTA PESQUISA

Esta segunda parte da pesquisa visa investigar de forma objetiva, através de métodos quantitativos e também qualitativos, como os diferentes grupos A, B e C (1 e 2) percebem o material têxtil e assim poder compreender através dos dados as principais diferenças e semelhanças entre os grupos e para isso recorreu-se à análise sensorial.

A análise sensorial dos materiais têxteis é um método utilizado para estudar de forma ordenada e estruturada as propriedades do tecido com a finalidade de descrever, classificar e compreender seus atributos utilizando o ser humano como instrumento de medida através do uso dos sentidos (visão, tato, audição, olfato e paladar). Nogueira especifica o significado de análise sensorial através da “Pró-Norma portuguesa – Pr. NP 4263:1994, que define a análise sensorial ou exames de características organolépticas de um produto pelos órgãos dos sentidos” (2011, p. 26).

Segundo o artigo de Carvalho (2015, p. 3) a análise sensorial, normalmente, é utilizada pela indústria de cosméticos e alimentos como uma ferramenta para avaliar os atributos obtidos pelo sentido do paladar e olfato, resumindo-se em três etapas:

Descritivo: avalia a intensidade de um atributo. Os julgadores devem ser treinados para identificar e quantificar essa propriedade segundo uma escala;
Discriminativo: avalia as diferenças sensoriais entre dois ou mais produtos, como por exemplo, entre uma amostra e um padrão;
Afetivo: avalia a aceitação e preferência dos julgadores em relação a um atributo. Assim, com o emprego da análise sensorial, é possível avaliarem-se de modo mais tangível de propriedades sensoriais. (CARVALHO, 2015, p. 3)

Nogueira (2011, p. 6) diz que, em 1930, Pierce propõe uma avaliação do toque dos tecidos recorrendo a instrumentos de medida. Desde então essas ferramentas de avaliação foram aprimorando as definições de toque e a qualidade do tecido através das propriedades físicas básicas como espessura, resistência, coeficiente de atrito e rugosidade. Porém a mesma autora afirma que os instrumentos não são suficientes para simular a riqueza da percepção do ser humano que é muito complexa.

Portanto, a indústria têxtil desenvolveu um processo de análise semelhante ao usado com êxito por outros setores da indústria para avaliar os materiais têxteis que ainda são vistos de forma muito subjetiva, utilizando métodos por escala, comparação e avaliação estatística, que busca compreender o comportamento do consumidor tendo como base a percepção do material têxtil somente pelo tato, somente pela visão e o visual-tátil em públicos de dois países diferentes. Segundo a autora, a análise sensorial é imprescindível para medir o gosto dos

consumidores, pois transforma dados subjetivos em dados objetivos através de avaliações analíticas e afetivas.

Apoiado na análise aplicada por Nogueira, Broega e Silva, a presente pesquisa realizou adaptações, que serão descritas no decorrer do capítulo, com o propósito de avaliar as diferenças e semelhanças referente ao uso da memória visual, da visão e do tato para compreender o comportamento e as preferências do público escolhido para a pesquisa.

3.1 METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO DA PERCEPÇÃO SENSORIAL DOS TECIDOS

Para a realização da pesquisa, foi aplicado um questionário qualitativo semiestruturado, com questões comuns e específicas para cada grupo¹¹ relativo à beleza, à moda, aos tecidos e ao consumo das pessoas avaliadas, cujo objetivo é ter um conhecimento maior dos indivíduos e das especificidades de cada grupo assim como as semelhanças.

Esta análise de percepção têxtil é uma adaptação do método de análise sensorial têxtil elaborado por Nogueira em sua tese de doutorado para a Universidade do Minho. Após a aplicação do questionário, os testes são feitos em três etapas de maneira ordenada.

No primeiro momento, é realizado um questionário para compreender a relação que o avaliador tem com a moda e os tecidos, além de conhecer melhor as pessoas que foram entrevistadas.

No segundo momento, é realizada uma avaliação das propriedades têxteis percebidas pelos avaliadores de forma descritiva livre.

No terceiro momento, são realizados três testes. O primeiro avalia a sensação dos materiais têxteis por comparação e por ordenação. O segundo avalia a intensidade, medida em escala de 1 a 5. E o terceiro avalia a reação afetiva diante das amostras, também por escala de 1 a 5, mais conhecido como análise hedônica.

Abaixo, a escala utilizada para o teste:

Fig.1: Escala de intensidade.

¹¹ Os questionários estão em anexo ao final da dissertação.

Para o Grupo C, o teste foi aplicado duas vezes. Uma vez com os olhos vendados e outra sem a venda nos olhos para que avaliadora pudesse fazer a análise visual-tátil, seguindo as mesmas etapas da avaliação tátil. Contudo, os resultados do teste sem a venda nos olhos só puderam ser comparados com o próprio Grupo C, cujo objetivo era observar se houve interferência da visão nas observações finais, facilidade de denominação de atributos e da memória tátil-visual das amostras.

Todos os testes têm o intuito de avaliar se a memória visual e os conceitos construídos pelos grupos com suas especificidades interferem nessas avaliações e o quanto isso faz diferença nas escolhas do produto final.

O método adaptado para a realização da análise sensorial desta pesquisa pode ser compreendido, resumidamente, desta maneira:

3ª etapa

Fig.2: Etapas de aplicação da análise têxtil.

3.1.1 Formação dos avaliadores: Fase 1

Segundo as Normas ISO 8586-1 e ISO 8586-2, citado por Nogueira (2011, 27p.) definem procedimentos a serem seguidos para a seleção e treino dos indivíduos *naïfes* até a passagem para a indivíduos peritos. Segundo a autora os avaliadores de uma análise sensorial podem ser definidos da seguinte forma, seguindo as normas ISO¹²:

- **Naïfe** - pessoa iniciada em análise sensorial, que desconhece as características do produto e metodologias de análise. São indivíduos que realizam pela primeira vez a este tipo de avaliação;
- **Qualificado** - pessoa que já conhece a metodologia e apresenta perfil de avaliador. Indivíduo escolhido pela sua capacidade de efetuar um ensaio sensorial e cujos desempenhos foram controlados.
- **Perito** - aquele que desenvolveu capacidades e experiências num domínio específico de resposta perceptiva. Indivíduo que tem uma excelente acuidade sensorial, que foi treinado para utilizar métodos de avaliação sensorial e que é capaz de efetuar de modo fiável todos os tipos de ensaios, individualmente ou em grupo.
- **Expert sensorial ou avaliador perito especializado** (specialized expert assessor) - avaliador qualificado que, pela sua grande experiência do produto é capaz de efetuar, individualmente ou em júri, a avaliação sensorial desse mesmo produto.
- **Expert industrial** – indivíduo perito com experiência adicional como especialista no produto e/ou processo e/ou marketing, com capacidade para efetuar ensaios sensoriais ao produto e avaliar ou prever os efeitos de modificações

¹² *Analyse sensorielle-Guide général pour la sélection, l'entraînement et le contrôle des sujets*

nas matérias-primas, receitas, processamento, armazenamento, envelhecimento, etc.). Ligados ao sector industrial do produto, por exemplo, industriais têxtil e de confecção. No dia-a-dia fazem permanentemente avaliações de toque (por exemplo acabamentos têxteis) e visuais (tinturaria, estamparia). (Nogueira, 2011, p.27)

No entanto, para esta pesquisa os avaliadores se mantiveram na classificação como indivíduos *Naifes*, pois para alcançar o objetivo desta pesquisa é preciso o mínimo de interferência possível para que a avaliadora possa descrever as amostras da forma mais particular possível, trazendo memórias, associações, experiências. Que não serão avaliadas de forma quantitativa nos testes, mas serão levadas em conta na avaliação geral da pesquisa de forma qualitativa.

Para a formação do grupo de avaliadores, determinou-se os seguintes critérios gerais: 45 indivíduos do sexo feminino com idade entre 18 e 65 anos que moram no estado de São Paulo, com disposição para participar das três etapas propostas.

Foram definidos critérios específicos para que fossem formados três grupos para análise:

Grupo A: 15 mulheres com cegueira congênita, pois assim não existe a memória visual.

Grupo B: 15 mulheres com cegueira adquirida, sem levar em consideração o tempo em que a mulher tem a deficiência visual, contando apenas o fato de a pessoa ter memória visual, porém esta não pode mais ser estimulada.

Grupo C: 15 mulheres videntes cuja memória visual se encontra em constante estímulo. Para este grupo, os testes foram aplicados duas vezes: com os olhos das participantes vendados e sem estarem vendados.

Para reunir os avaliadores do grupo A e B, foi preciso recorrer a instituições como Fundação Dorina Nowill, Fundação Padre Chico, Unidade para Reabilitação de Deficientes Visuais (URDV), além da Secretaria da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, que indicaram as participantes iniciais. Estas indicaram outras mulheres e assim sucessivamente. Para a formação do Grupo C, foram escolhidas algumas mulheres que convivem diretamente com a pesquisadora e que, por sua vez, indicaram outros contatos.

Esta técnica de amostragem é chamada de *snowball sampling* (em tradução livre, bola de neve) e consiste na utilização de cadeias de referência, uma espécie de rede. Segundo

Baldivim e Munhoz (2011, p. 333), “é uma forma de amostra não probabilística¹³ utilizada em pesquisas sociais onde os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes que por sua vez indicam novos participantes e assim sucessivamente, até que seja alcançado o objetivo proposto”. Neste caso, era o número exato de participantes com as características necessárias para a realização da pesquisa.

Foi levado em conta a disponibilidade de tempo e o interesse das participantes, assim como a maior variedade de idades possíveis, com o cuidado de ter um número aproximado de pessoas de 18 a 30, 30 a 40, 40 a 50 e 50 a 65 anos nos três grupos.

O grau de escolaridade, a classe social e as atividades no tempo livre não foram levadas em consideração para a aplicação do teste, porém foi questionado para que o entrevistador pudesse ter mais conhecimento sobre as características de cada grupo.

3.1.1.1 A escolha das amostras

Ao todo foram escolhidas 10 amostras de tecido que seguiram os critérios de diferenciação na textura, na composição, na construção e no acabamento. Todas as amostras apresentam em comum o fato de serem artigos têxteis “acabados”, ou seja, chegam ao consumidor final e geralmente são utilizados na fabricação de produtos de vestuário.

Todas as amostras possuíam o mesmo tamanho de 20x20cm com o mesmo acabamento nas laterais para que pudessem ser avaliadas de forma anônima. Para isso foram catalogadas e identificadas por números que seguiam a sequência de 1001 a 1010.

3.1.2 Painel sensorial: Fase 2

Para a formação do painel de amostras, é solicitado para o avaliador a descrição da amostra, com o máximo de atributos possíveis, táteis, afetivos, visuais, olfativos.

Os atributos citados nas avaliações são gravados, para que posteriormente sejam transcritos para a tabela correspondente ao grupo.

Ex.: Amostra 1005.

¹³ A amostra não probabilística é obtida a partir do estabelecimento de algum critério de inclusão, e nem todos os elementos da população alvo têm a mesma oportunidade de serem selecionados para participar da Amostra. Este procedimento torna os resultados passíveis de não generalização (BICKMAN & ROG, 1997 apud Baldivim e Munhoz).

GRUPO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1b														0
2b														0
3b														0
4b														0
5b														0
7b														0
8b														0
9b														0
10b														0
11b														0
12b														0
13b														0
14b														0
15b														0
														0

Tabela 1: Atributos por amostras aplicado a cada grupo

Indica o grupo que foi entrevistado.

Quantidade de atributos citados na descrição por avaliador.

Identificação do avaliador

Soma total de atributos por tabela.

Cada amostra tem um arquivo com 4 tabelas como a apresentada acima, cada tabela corresponde à descrição da amostra por grupo (A, B, C¹ e C²).

Após o preenchimento das tabelas, foram somados os números de atributos citados e comparados os resultados por grupo. Em seguida foi feita uma primeira triagem dos termos, de acordo com a metodologia de Nogueira (2011, pág. 72), em que foram descartados conforme os seguintes critérios, termos:

- que se referem ao uso final do tecido: atalhado, igual a pano de prato, entre outros.
- que caracterizem ou evidenciem os materiais utilizados na fabricação do tecido: algodão, linho.
- não quantificáveis: resistente (pois este atributo não pode ser medido através do toque).
- que não são relevantes ou não pertinentes, baseando-se no fato de não serem identificados pelo toque: incrível, ok, entre outros.

- que são caracterizados por outros sentidos, como olfato e a audição em conformidade com a recomendação da norma “NF ISO 11035 – Analyse Sensorielle: Recherche et sélection de descripteurs pour l’élaboration d’un profil sensoriel”, citado por Nogueira (2011, p. 74).

Em seguida, foi feita uma avaliação de frequência dos termos válidos por grupo. Muitos desses termos podem apresentar o mesmo significado, sendo necessário um agrupamento de termos, reduzindo a quantidade dos termos

Posteriormente, foi elaborada uma única tabela com o mínimo de atributos que mostrem o máximo de informação percebidas sobre a amostra. Assim foi possível verificar as principais diferenças e similaridades entre os três grupos com relação à amostra.

Baseado nessas verificações, foram selecionadas as amostras para os testes da Fase 3, seguindo os seguintes critérios:

- semelhanças e diferenças de atributos citados por grupo de acordo com a amostra.
- semelhanças e diferenças de percepção por amostra.
- os principais atributos citados em todas as amostras.

3.1.3 Avaliação sensorial: Fase 3

Para a realização destes testes, o número de amostras foi reduzido para cinco, seguindo os critérios de seleção citados acima. O intuito era verificar se as sensações apontadas na fase 2 – avaliação do tecido isolado – eram iguais quando comparadas entre si, colocadas em ordem de intensidade e avaliada por escalas. Além disso, foi importante verificar se aparecia diferenças de respostas entre os três grupos. E no caso do Grupo C, se houve diferenças de respostas entre os testes com os olhos vendados e não vendados.

3.1.3.1 Teste de comparação múltipla

Para o teste de comparação múltipla foram escolhidos três grupos de três amostras para que fosse avaliado qual a amostra difere quanto ao peso, atrito e à temperatura.

Para a escolha da análise de peso, foram selecionadas duas amostras indicadas pelas avaliadoras na 2ª fase como tecidos pesados e uma amostra indicada como um tecido leve.

Para a análise de atrito, foram selecionadas duas amostras indicadas como tecidos macios e uma classificada como tecido áspero.

E para análise de temperatura, foram selecionadas duas amostras que são sentidas pela pele como frescas e uma amostra que foi classificada como quente.

As avaliadoras deveriam apontar a amostra diferente comparando as três amostras.

3.1.3.2 Teste de ordenação

Este teste consistiu em colocar em uma ordem crescente três conjuntos de três amostras: do mais macio para o mais áspero, do mais frio para o mais quente e do mais fino para o mais grosso.

As escolhas das amostras para este teste seguiram a classificação dada por frequência na Fase 2.

3.1.3.3 Escala de avaliação sensorial de atributos

O teste propôs avaliar a intensidade dos principais atributos de quatro amostras numa escala de 0 a 5, sendo que 0 corresponde à ausência de sensação, e 5, à sensação máxima, para assim obter uma média aritmética para facilitar uma posterior analogia dos resultados.

Foram avaliadas as seguintes qualidades das amostras:

- A intensidade de aspereza.
- A intensidade em que a diferença entre os lados do tecido é percebida.
- A espessura do tecido, o quanto ele é fino.
- A temperatura do tecido, o quanto ele é sentido como um tecido frio.

3.1.3.4 Avaliação hedônica

Para Nogueira (2011, p.45), este método visa avaliar a opinião do consumidor ou potencial consumidor, na medida em que este expõe o seu estado emocional ou reação afetiva em escolher um produto em detrimento de outro. É usado quando se pretende conhecer a opinião de um grande número de consumidores, de acordo com sua preferência, seu gosto e sua opinião. As escalas usadas são as de intensidade, atitude ou intenção. Este

método aplica-se a consumidores, cujo treino não é necessário, no entanto, devem conhecer o produto a testar. Para esta pesquisa, foi utilizado o método de avaliação por escala de intensidade, que se propõe avaliar o estado emocional do usuário final dos tecidos indicados para vestuário.

Partindo da organização de atributos da Fase 2, foram escolhidas seis amostras baseadas nos resultados hedônicos ignorados na Fase 2 e retomados agora para que seja medido o grau de predileção de cada amostra numa escala de 0 – 5, sendo 0 totalmente desconfortável (não gosto), 3 a média e 5 totalmente confortável (gosto muito), que também será demonstrada por uma média aritmética de cada análise. Porém, para a avaliação final, a pesquisadora também considerou observações que remeteram à memória, satisfação e tendência de consumo do avaliador.

4 RESULTADOS DA AVALIAÇÃO TÊXTIL NESTA PESQUISA

Através da análise dos resultados da pesquisa descrita no capítulo 3 torna-se possível compreender de forma mais clara o quanto a visão interfere na percepção tátil do tecido e saber o quanto esses resultados interferem nas preferências têxteis.

De acordo com Nogueira (2011, p. 65), o conforto sensorial tátil está diretamente ligado às propriedades mecânicas e as de superfície do material. Broega e Silva (2010, p.59) afirmam que quando um tecido entra em contato com a pele, é possível sentir o mecanismo de forças que atuam na pele resultante deste contato, como o peso e as tensões geradas pela deformidade do tecido de acordo com os movimentos do corpo.

Ainda citando as autoras, quando uma roupa é vestida as sensações do tecido que são sentidas são passivas, ou seja, não se procura intencionalmente quais sensações o tecido oferece, porém quando o tecido é tocado com as mãos de maneira intencional, busca-se obter informações adicionais.

Para a análise de dados ser efetiva, é necessário estabelecer critérios bem definidos quanto ao significado dos atributos.

Toda a análise mecânica, sensorial e termofisiológica exigem um teste de análise sensorial bastante aprofundado e complexo, porém o objetivo dessa pesquisa não é formar um painel sensorial profundo de cada amostra, mas sim comparar as sensações dos atributos principais citados pelas avaliadoras. As avaliadoras não eram indivíduos peritos¹⁴ e sim *naifs*, isto é, não foram treinadas para avaliar o tecido de maneira aprofundada. Foi explicado para cada uma delas algumas formas como o tecido é sentido pelo tato com foco na análise mecânica, termofisiológica e tátil sensorial de maneira que conseguissem ser o mais objetivas possível, dando mais ferramentas para a descrição do que sentiam no momento em que tocassem o tecido.

Todos os grupos foram submetidos as avaliações dos mesmos tecidos na mesma ordem e com a mesma explicação prévia.

¹⁴ Ver classificação de avaliadores no cap. 3

4.1 SELEÇÃO DE MATERIAIS: FASE 1

Os tecidos utilizados para o teste são bastante heterogêneos, buscando assim um maior contraste e variedade de possibilidades de sensações.

Nº de Identificação	Nome	Composição	Construção	Largura	Peso
1001	Veludo 16-canais	97% CO 3% PUE	Plano	1,47	147g/m ²
1002	Moletinho	63% CO 37% PES	Malha	1,6	102 g/m ²
1003	Sarja	82% CO 16% PES 2% PUE	Plano	1,45	272 g/m ²
1004	meia malha listras	48% CV 44% PES 8% PUE	Malha	1,69	64 g/m ²
1005	Cetim	100% PES	Plano	1,5	80 g/m ²
1006	Tricoline Maquinetada	100% CO	Plano	1,5	41g/m ²
1007	Renda borboletas	100% PES	renda	0,8	60g/m ²
1008	Viscolycra	96% CV 4% PUE	Malha	1,4	195 g/m ²
1009	Viscoseda	67% CV 33% PES	Plano	1,6	94 g/m ²
1010	Moletom Flanelado	60% Co 40% PES	Malha	1,8	325 g/m ²

Tabela 2: Informações técnicas das amostras selecionadas

4.1.1 Painel de amostras¹⁵

Amostra 1001

Fig. 3: Veludo Preto

Amostra 1002

Fig. 4: Moletom tricô

¹⁵ As amostras reais estão anexadas no Anexo 3 desta pesquisa.

Amostra 1003 *Fig. 5: Sarja Bege***Amostra 1004** *Fig. 6: Malha listrada P&B***Amostra 1005** *Fig. 7: Cetim Preto***Amostra 1006** *Fig. 8: Renda preta***Amostra 1007** *Fig. 9: Tricoline Branco***Amostra 1008** *Fig. 10: Viscolykra estampada*

Amostra 9 *Fig. 11: Viscoseda Cinza***Amostra 10** *Fig. 12: Moletom felpado cinza*

4.2 DETERMINAÇÃO DOS ATRIBUTOS: FASE 2

Para a realização da avaliação, as amostras foram avaliadas uma a uma seguindo sempre a mesma ordem para os três grupos. No primeiro momento, as avaliadoras tocam com a ponta dos dedos os dois lados do tecido e depois o manuseiam com toda a mão, obrigatoriamente, podendo estendê-lo para os braços, o rosto, o pescoço e as coxas, de acordo com o interesse e possibilidade da avaliadora.

Nenhuma informação sobre o tecido era fornecida nessa fase, porém eram feitas algumas perguntas ou mesmo uma orientação do que descrever quando a avaliadora apresentava alguma dificuldade de expressar o que sentia, até esta se sentir segura para descrever livremente, com muito cuidado para a pesquisadora não influenciar a resposta, como por exemplo: “você está sentindo a temperatura do tecido? É frio, fresco, morno ou quente? ”, “passe os dedos suavemente nessa parte do tecido... do outro lado... os lados são iguais? Agora descreva o tecido para mim como se eu não estivesse vendo ele também”.

4.2.1 Painel geral dos atributos selecionados

Ao final da segunda fase do teste, foram citadas um total de 3.902 palavras, incluindo repetições.

Na tabela abaixo é possível avaliar a quantidade de palavras citadas em cada tecido por grupo:

Resultados de quantidade de atributos obtidos				
Amostra	Gu A	GU B	GU C	GU C2
1001	86	102	118	107
1002	91	95	110	102
1003	85	109	108	99
1004	87	92	103	98
1005	100	106	107	109
1006	83	92	101	105
1007	96	90	104	95
1008	88	79	103	107
1009	80	79	102	105
1010	82	93	105	99
Total	878	937	1061	1026
				3902

Tabela 3: Resultados de quantidade de atributos obtidos.

Foram avaliados todos os atributos e descartadas as repetições formando o seguinte quadro geral com 272 atributos:

Tabela Geral de Palavras			
áspero	elástico	maleável	resistente
abafa	elegante	malha	respirável
absorvente	embaralha a vista	manta	rígido
acha q é escuro	empapelado	médio	risca de giz
adora	encorpado	medo de vestir	roupa de boneca
aflitivo	engomado	microfibra	roupa de ginástica
Agradável	esportivo	misto	roupa de trabalho
alfaiataria	esquisita	mole	roupa de verão
algodão	estampado	moletom	roupa muçumana
almofada	estilo	ñ amassa	roupa pra sair
amarrota	estranho	ñ é aveludado	roupas soltas
amassa	estruturado	não absorve	rugoso
anos 70	evita comprar	não amassa	rústica
anos 80	fácil de cuidar	não aperta	rustico
armado	Feio	não é absorvente	s dif lados
arrumadinha	felpadinho	não é pratico	saia
atoalhado	felpudo	Não Gosta	saia estruturada
aveludado	feminino	não imagina roupa	saia longa
babydoll	festa	não lembra nada	saída de praia
barra de saia	fim de tarde	não pensa em roupas	saquinho de aniversário
barulhento	fino	não pra vestir	sarja
básico	fio irregular	não sabe pra q usaria	sarjado
bata	firme	Não Transpira	seda
blusa	flanela	Não Usaria	sedoso
blusa meia estação	flanelado	natural	sem caimento
blusas de frio	flexível	neutro	sem elasticidade
boa	fluido	neutro	sensual

boa qualidade	fluído	nobre	sexy
bom	fofo	normal	simples
bom pra limpar vidro	formal	ok	sintético
Bonito	forração	opaco	social
brega	fralda de pano	oposto do 1º	sofisticado
brilhante	fraldinha	ótimo	soltinho
caimento	fresco	pano de prato	solto
calça	Frio	para noite	suave
calcinha	furadinho	parece capa	táctel
camisa	Gosta	parece o primeiro	tecido claro
camiseta	gostoso	parece q tem viscose	tecido de cortina
camisola	grossoiro	parece que tema acrílico	tecido de lenço
camurça	grosso	parecido com o primeiro	tecido de pijama
capa de alguma coisa	homogêneo	pelúcia	tecido de sofá
carocinho	horrível	peludinho	tecido nobre
carpete	indiana	peludo	tem desenho
casaco	informal	pensou em uma cor	tem listas
Cetim	interessante	perua	tem poiester
chamativo	inverno	pesado	tem roupas parecidas
chantung	jeans	pijama	tem uma blusa assim
chato	lã	pinica	textura
cheiro novo	legal	plano	textura abrasiva
chique	lembra alguma roupa	plush	textura de linha
cobertor	lembra blusinhas	pobre	toalha
compacto	lembra coisa antiga	pouco prático	toalha de mesa
complicado	lembra infância	pra calça	toque selado
Confortável	lembra uma blusa	pra casaco	trama aberta
cortina	lencinho	pra festa	trama fechada
crespo	lenço de natal	pra parte de baixo	transparente
crochet	lençol	prático	tricô
dá trabalho	leve	puxa fio	tricoline
delicado	lindo	quadrinhos	tridimensional
delicia	lingerie	quase lembra um guarda	tule
denso	linho	quente	usaria
Desagradável	liso	ref francesa	veludo
Desconfortável	luto	regatinha	verão
desenhos	luxuoso	relaxamento	versátil
detesta	lycra	remete a decoração	vestido
dif lados	macacão de neném	remete a mulher mais velha	visual ok
diferente	macio	renda	viúva
duro	mais frágil	resinado	volumoso

Tab. 4: Tabela geral de atributos.

Deste quadro foram retirados para a avaliação os atributos táteis citados na maioria dos tecidos e que tem a ver com a forma como o tecido dialoga com a pele, através da pressão exercida sob a pele, relação com movimento do corpo, da reação térmica, das características de superfície, dos termos hedônicos e de consumo.

Portanto, foram descartados para esta análise 188 termos. No entanto, nem todos esses termos inutilizados são menos importantes, pois o fato das avaliadoras não serem peritas em análise sensorial e sim indivíduos *naifs*, fez com que elas buscassem descrever o que sentiam por meio de associações com outros objetos, seja pela semelhança de textura, por memória visual e/ou afetiva.

Porém, para o objetivo desta pesquisa, esses termos são excessivos ou irrelevantes.

Atributos Descartados				
absorvente	desenhos	médio	pra parte de baixo	tecido nobre
acha q é escuro	elegante	medo de vestir	prático	tem desenho
adora	embaralha a vista	microfibra	puxa fio	tem listas
alfaiataria	engomado	misto	quadrinhos	tem poiester
algodão	esportivo	moletom	quase lembra um guarda	tem roupas parecidas
almofada	esquisita	ñ amassa	ref francesa	tem uma blusa assim
amarrota	estilo	ñ é aveludado	regatinha	textura de linha
amassa	estranho	não amassa	relaxamento	toalha
anos 70	evita comprar	não aperta	remete a decoração	toalha de mesa
anos 80	fácil de cuidar	não é absorvente	remete a mulher mais velha	toque selado
arrumadinha	felpado	não é pratico	renda	tricô
atoalhado	felpudo	não imagina roupa	resinado	tricoline
babydoll	festa	não lembra nada	resistente	tridimensional
barra de saia	fim de tarde	não pensa em roupa	risca de giz	tule
barulhento	flanela	não pra vestir	roupa de boneca	usaria
bata	flanelado	não sabe pra q usa	roupa de ginástica	veludo
blusa	forração	natural	roupa de trabalho	verão
blusa meia estação	fralda de pano	nobre	roupa de verão	versátil
blusas de frio	fraldinha	normal	roupa muçumana	vestido
boa	furadinho	ok	roupa pra sair	viúva
bom	grosseiro	opaco	roupas soltas	textura
bom pra limpar vidro	indiana	oposto do 1º	rústico	aveludado
calça	inverno	ótimo	saia	peludinho
calcinha	jeans	pano de prato	saia estruturada	neutro
camisa	lã	para noite	saia longa	
camiseta	legal	parece capa	saida de praia	
camisola	lembra alguma roupa	parece o primeiro	saquinho de aniversário	
camurça	lembra blusinhas	parece q tem viscosidade	sarja	
capa de alguma coisa	lembra coisa antiga	parece que tema aquecimento	sarjado	
carocinho	lembra infancia	parecido com o primeiro	seda	
carpete	lembra uma blusa	pelúcia	sedoso	
casaco	lencinho	peludo	sintético	
Cetim	lenço de natal	pensou em uma cor	soltinho	
chantung	lençol	perua	solto	
chato	lingerie	pijama	suave	
cheiro novo	linho	plano	tactel	
cortina	lycra	plush	tecido claro	
crochet	macacão de neném	pouco prático	tecido de cortina	
dá trabalho	mais frágil	pra calça	tecido de lenço	
delicia	malha	pra casaco	tecido de pijama	
denso	manta	pra festa	tecido de sofá	

Tab5: Tabela de atributos descartados.

Resultando neste quadro com 55 atributos:

Atributos para análise					
aflitivo	detesta	flexível	maleável	rígido	fio irregular
Agradável	dif lados	fluído	mole	rugoso	fluido
armado	duro	fofo	Não Gosta	s dif lados	gostoso
áspero	elástico	fresco	Não Transpira	sem caimento	homogêneo
bonito	empapelado	Frio	Não Usaria	sem elasticidade	horrível
caimento	encorpado	Gosta	abrasivo	volumoso	lindo
Confortável	estruturado	grosso	pesado	trama aberta	neutro
crespo	feio	leve	pinica	trama fechada	
Desagradável	fino	liso	quente	usaria	
Desconfortável	firme	macio	respirável	abafa	

Tab.6: Atributos para análise

Entretanto, muitos desses atributos apresentam os mesmos significados como por exemplo (flexível, maleável, mole, fluído) e serão agrupados para objetivar a avaliação das amostras.

TERMOS AGRUPADOS

armado empapelado sem caimento	crespo rugoso	duro encorpado estruturado firme rígido	flexível fluído maleável	Gosta Agradável gostoso	Desagradável detesta Não Gosta
SEM CAIMENTO	RUGOSO	RÍGIDO	FLEXÍVEL	AGRADÁVEL	DESÁGRADÁVEL
bonito lindo	feio horrível	crespo abrasivo fio irregular	fofo volumoso	liso homogêneo	
BONITO	FEIO	CRESPO	FOFO	LISO	

Termos Não Agrupados				
aflitivo	Confortável	fresco	Não Usaria	s dif lados
áspero	dif lados	Frio	pesado	sem elasticidade
caimento	elástico	grosso	pinica	trama aberta
Confortável	fino	leve	quente	trama fechada
Desconfortável		macio	respirável	usaria

Tab. 7: Tabela de termos agrupados e não agrupados

Resultando num total de 35 termos que foram avaliados por frequência de citações por amostra para determinar a avaliação da Fase 3.

O próximo passo foi separar os termos seguindo as seguintes classificações:

Termos táteis - 23				
aflitivo	elástico	Frio	pinica	sem caimento
rugoso	fino	grosso	quente	trama aberta
áspero	flexível	leve	macio	trama fechada
caimento	fofo	Não Transpira	respirável	
rígido	fresco	pesado	liso	
comparação da Superfície têxtil - 2				
Diferença entre avesso e direito		Sem Diferença entre avesso e direito		
Atributos hedônicos				
Agradável	desagradável	Confortável	Desconfortável	
Bonito	Feio			
Consumo				
Usaria	Não Usaria			

Tab. 8: Termos táteis

Foram separados 24 atributos visuais e termos associados a conceitos pessoais que tiveram citações inexpressivas em quantidade, porém todas as avaliadoras recorreram a essas associações para determinar se aprovavam ou não as amostras.

Atributos Visuais	Atributos associados a Conceitos		
brilhante	básico	diferente	pobre
estampado	boa qualidade	feminino	sensual
transparente	brega	formal	sexy
visual ok	chamativo	informal	simples
	chique	interessante	social
	complicado	luto	sofisticado
	delicado	luxuoso	

Tab. 9: Atributos associados a conceitos.

4.2.2 Apresentação dos resultados: fase 2

Os testes foram realizados em lugares distintos de modo a facilitar o encontro e a participação das avaliadoras. No entanto, os lugares escolhidos para o encontro deveriam dispor de uma mesa ou um lugar onde elas pudessem manusear e apoiar as amostras, lugares sem muita circulação de pessoas ou estímulos que pudessem tirar a atenção. Os lugares foram em grande maioria na casa das avaliadoras, nas instituições como Dorina Nowill, ADEVA, Instituto Padre Chico, URDV, EACH, alguns locais de trabalho e uma cafeteria.

Foram realizados dois encontros individuais, com duração média de 30 minutos cada.

Teste com Grupo A

Fig.13: F. S., 30 anos

Fig.14: F. S., 30 anos

Teste com Grupo B:

Fig.15: L. C., 65 anos

Fig.16: V., 52 anos

Teste com Grupo C:

Fig.17: T. D., 33 anos

Fig.18: T. D., 33 anos

4.2.3 Descrição perceptiva das amostras

Foram avaliados os atributos acima de sete pontos na escala, pois correspondem basicamente à metade das participantes por grupo.

a) Amostra 1001

Gráficos 1- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1001

Principais atributos táteis percebidos:

GU A: Quente, macio, fino.

GU B: Quente, rígido, macio, pesado.

GU C1: Quente, rígido pesado, áspero.

GU C2: Quente, pesado, rígido.

Em comum: quente, rígido, macio, pesado.

A diferença de superfície foi notada por todos os grupos de forma unânime.

A maioria das avaliadoras não citou muito os atributos hedônicos e de consumo, porém pelo gráfico consideraram o tecido agradável e bonito e usariam. O grupo B foi o que mais citou esses atributos.

b) Amostra 1002

Gráficos 2: Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1002

Principais atributos táteis percebidos:
 GU A: Leve, quente, áspero, flexível.
 GU B: Leve, fresco (mais para o quente), flexível, macio.
 GU C1: Leve, fresco (mais para o quente).
 GU C2: Leve, quente, flexível, macio.
Em comum: leve, flexível, macio e mais quente. Este tecido teve opiniões muito parecidas entre os grupos.

A diferença de superfície foi difícil ser notada principalmente pelo GuC1.

A maioria das avaliadoras considerou o tecido agradável e bonito porem não usariam. Para o GU A foi a falta de compreensão do tecido. O GU B e C gostaram do tecido, porém quando o grupo C pode ver o tecido a cor foi

c) Amostra 1003

Gráficos 3- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1003

Principais atributos táteis percebidos:

GU A: **Rígido**.

GU B: **Áspero, rígido, leve, quente**.

GU C1: **Rígido, áspero, quente, pesado**.

GU C2: **Rígido, áspero, quente**.

Em comum: rígido, áspero, quente. Este tecido teve opiniões muito parecidas entre os grupos.

A diferença de superfície foi notada, sendo mais divergente para o Grupo C1.

A maioria das avaliadoras considerou o tecido desagradável, porém teve mais aceitação pelo GU A. O grupo C1 não gostou do tecido, porém quando podiam ver, acharam bonito e sua aceitação melhorou como mostra o gráfico na parte C2.

d) Amostra 1004

Gráficos 4- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1004

Principais atributos táteis percebidos:

GU A: Flexível, macio, leve.

GU B: Macio, flexível, leve, fresco.

GU C1: Leve, macio, flexível, frio

GU C2: Leve, macio, flexível.

Em comum: leve, macio, flexível, temperatura: fresco para frio. Este tecido teve opiniões muito parecidas entre os grupos.

A diferença de superfície foi notada com mais dificuldade pelos grupos em especial pelo C1.

A maioria das avaliadoras considerou o tecido agradável e usariam.

e) Amostra 1005

Gráficos 5- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1005

Principais atributos táteis percebidos:

GU A: Leve, macio.

GU B: Leve, frio, macio.

GU C1: leve, frio

GU C2: Leve.

Em comum: leve, macio, frio. Este tecido teve opiniões muito diferentes e bastante contraditórias.

A diferença de superfície foi notada de forma clara e óbvia, acredita-se que por isso foi pouco citada.

O grupo que mais gostou do tecido foi o A. Este tecido apresenta opiniões de gosto bem variadas, o GuC2 apresentou uma opinião baseada no que este tecido representa para elas socialmente.

f) Amostra 1006

Gráficos 6- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1006

Principais atributos táteis percebidos:

GU A: Leve, macio.

GU B: Leve.

GU C1: Leve, rígido

GU C2: Leve.

Em comum: leve, macio. Este tecido teve opiniões muito diferentes e bastante contraditórias devido à sua dificuldade de identificação e/ou associação.

A diferença de superfície foi notada de forma clara e óbvia, acredita-se que por isso foi pouco citada.

O grupo que mais gostou do tecido foi o B. Este tecido apresenta opiniões de gosto bem variadas. O Gu A apresentou mais dificuldade de descrição por não conseguir associá-lo a nada conhecido, muitas acharam estranho.

g) Amostra 1007

Gráficos 7- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1007

Principais atributos táteis percebidos:

GU A: Leve, áspero.

GU B: Leve, áspero.

GU C1: Leve, áspero.

GU C2: Leve, áspero, quente.

Em comum: leve, áspero. Este tecido teve opiniões muito parecidas nesses aspectos, porém variadas com pouca frequência.

A diferença de superfície foi notada por quase todos os grupos, exceto o C1 que apresentou bastante dificuldade em avaliar.

Quanto aos atributos hedônicos e de consumo, nota-se uma aceitação maior pelos grupos A e B. O Grupo C (1 e 2) tem um conceito negativo sobre este tecido, já o grupo B e, principalmente, o A tem um conceito mais favorável.

i) Amostra 1009

Gráficos 9: Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1009

Principais atributos táteis percebidos:

GU A: Leve, macio.

GU B: Leve.

GU C1: Leve, frio.

GU C2: Leve.

Em comum: leve, macio, frio. Este tecido teve opiniões muito parecidas nesses aspectos, porém apresentou muitos atributos com pouca frequência.

A diferença de superfície (avesso e direito, gerou muitas dúvidas e foi pouco citado, os lados eram muito iguais sendo notado mais quando se podia ver. Quanto aos atributos hedônicos e de consumo, o tecido é bem aceito por todos os grupos. O grupo A apresentou uma certa variação pois não conseguiam associar o tecido muito bem.

j) Amostra 1010

Gráficos 10- Avaliações dos grupos A, B, C e C2 da amostra 1010

Principais atributos táteis percebidos:

GU A: Quente, macio, pesado.

GU B: Quente, macio, pesado.

GU C1: Quente, pesado.

GU C2: Quente, pesado.

Em comum: quente, pesado, macio. Este tecido teve opiniões muito parecidas, porém apresentou pouca frequência nos outros atributos.

A diferença de superfície (avesso e direito) era clara e bastante óbvia.

Quanto aos atributos hedônicos e de consumo, o tecido é bem aceito por todos os grupos. Os grupos A e B apresentaram um pouco menos de aceitação por considerar o

4.3 AVALIAÇÃO SENSORIAL: FASE 3

4.3.1 Teste de comparação múltipla

Partindo da análise dos resultados da Fase 2, foram escolhidos tecidos para a Fase 3, baseados nos atributos mais citados: leve-pesado, macio-áspero, rígido-flexível, quente-fresco-frio, fino-grosso. Portanto, foram escolhidos os tecidos para as seguintes avaliações:

Quanto ao peso (qual o tecido mais pesado): **1004, 1006, 1007**

1006	Grupo B	1006	Grupo C1	1006	Grupo C2	1006
10 avaliações		8 avaliações		9 avaliações		8 avaliações

Tab. 10: Atributos associados ao peso.

Quanto ao toque (qual tecido mais áspero): **1005, 1008, 1009**

Grupo A	1005	Grupo B	1005	Grupo C1	1008	Grupo C2	1008
	10 avaliações		7 avaliações		6 avaliações		11 avaliações

Tab. 11: Atributos associados ao toque.

Quanto à sensação térmica (qual tecido mais fresco): **1005, 1006, 1009.**

Grupo A	1006	Grupo B	1006	Grupo C1	1006	Grupo C2	1005
	12 avaliações		10 avaliações		8 avaliações		11 avaliações

Tab. 12: Atributos associados à sensação térmica.

Nota-se uma resposta semelhante entre os três grupos na maior parte das três avaliações, porém quando o Grupo C repetiu o teste podendo ver as amostras, mostrou outros resultados em duas das três questões.

4.3.2 Teste de Ordenação

Este teste avaliou três amostras baseado em um atributo por meio de comparação e intensidade. Foram escolhidas as amostras 1001, 1002, 1003, 1004, 1005, 1006.

As avaliadoras tiveram que colocar em ordem crescente de maciez as amostras 1001,1004,1006:

Grupo A	1004, 1006, 1001	Grupo B	1004,1006,1001	Grupo C1	1004,1006,1001	Grupo C2	1004,1006,1001
	13 avaliações		14 avaliações		12 avaliações		11 avaliações

Tab. 13: Ordem crescente de maciez.

As avaliadoras tiveram que ordenar as amostras 1001, 1003, 1005, com relação à temperatura, do mais frio para o mais quente:

Grupo A	1005,1003,1001	Grupo B	1003,1005,1001	Grupo C1	1005,1003,1001	Grupo C2	1005,1003,1001
	13 avaliações		14 avaliações		15 avaliações		15 avaliações

Tab. 14: Ordem crescente de temperatura.

E colocaram em ordem com relação à espessura, da amostra mais fina para a mais grossa os tecidos 1001, 1002, 1003:

Grupo A	1003,1001,1002	Grupo B	1002,1003,1001	Grupo C1	1003,1001,1002	Grupo C2	1003,1001,1002
	1002,1003,1001		9 avaliações		1002,1003,1001		1002,1003,1001
	6 avaliações de cada				6 avaliações de cada		5 avaliações de cada

Tab. 15: Ordem crescente de espessura.

Neste teste observa-se que a questão da maciez houve maior semelhança, os três grupos apresentaram certeza do que diziam e de forma mais rápida.

A avaliação de temperatura também foi rápida e as avaliadoras apresentaram certeza nas escolhas. Porém o Grupo B, em sua grande maioria, apresentou uma outra ordem, também avaliando com menos certeza. Foi possível notar uma maior atenção na sensação térmica do que no conceito preestabelecido que tem do tecido. Muitas sabiam que estavam tocando no cetim e este é automaticamente associado a roupas mais frescas e este foi sentido como um tecido frio. Porém ressaltaram desconforto por não ser um tecido que propicia a respiração da pele, as avaliadoras dos três grupos levantaram essa questão.

O mesmo fato ocorreu com a avaliação de espessura. Foi possível observar a semelhança dos resultados dos Grupos A, C¹ e C². Novamente, o Grupo B apresentou uma resposta mais coesa entre as avaliadoras. Foi possível notar a associação que as avaliadoras fizeram entre a espessura do tecido e a sua rigidez. Muitas tocaram o veludo e automaticamente falaram da sua rigidez e o classificavam como mais grosso. O tricozinho, por ser mais mole, associavam ao mais fino, como é possível observar na tabela 15. Ainda observando esta tabela, é possível notar que essa associação ocorreu nos três grupos e também na repetição da avaliação pelo Grupo C.

Porém algumas se autoquestionavam com relação à sensação do que é grosso ou fino e acabavam por dar outras respostas. No entanto, o tecido 1003, uma sarja, foi considerado mais fino, como de fato é.

Estas observações não apresentam relação com o fato da pessoa ver ou não, mas sim com o perceber de cada avaliadora.

4.3.3 Teste de avaliação de intensidade dos atributos

Para este teste foi usada uma escala de 0 a 5, sendo 0 a sensação mínima e 5 a sensação máxima para avaliar a intensidade de aspereza, do quanto o lado avesso e direito da amostra é notável a diferença, o quanto a amostra é fina e o quanto é fria.

As amostras escolhidas foram 1002, 1005, 1008, 1009.

	1002			
	Grupo A	Grupo B	Grupo C	Grupo C2
aspereza:	3,5	4	4	3
diferença dos lados:	3	3	1	4
espessura: (fino):	1,5	2	1,5	2
Temperatura (frio):	2,5	2	1,5	1,5
	1005			
	Grupo A	Grupo B	Grupo C	Grupo C2
aspereza:	2	3	3	3
diferença dos lados:	5	5	4,5	5
espessura: (fino):	4	3,5	3	3
Temperatura (frio):	3,5	3	5	2
	1008			
	Grupo A	Grupo B	Grupo C	Grupo C2
aspereza:	2	3	2	2
diferença dos lados:	1,5	1	1,5	4
espessura: (fino):	3,5	3,5	4	4
Temperatura (frio):	4	3,5	3,5	4
	1009			
	Grupo A	Grupo B	Grupo C	Grupo C2
aspereza:	2	2,5	2,5	2
diferença dos lados:	0,5	1,5	1,5	0,5
espessura: (fino):	4	4	3,5	4
Temperatura (frio):	3	3,5	3,5	3

Tab. 16: Teste de intensidade.

Neste teste foi possível constatar que não houve diferenças gritantes nas avaliações entre os grupos, somente em dois momentos o Grupo C (avaliadoras vendadas) tiveram dificuldade em notar a diferença de superfície entre os lados do tecido 1002 (tricô) e considerou o tecido 1005 mais frio. Este resultado confere com os atributos observados neste grupo na Fase 2 do teste).

4.3.4 Resultados da avaliação hedônica

	1001	1005	1006	1007	1009	1010
Grupo A	3	4,5	4	4	4,5	3,5
Grupo B	3	3	3,5	2	4	4
Grupo C	2	2,5	3,5	2	4	4
Grupo C2	2,5	2,5	4	2	3,5	5

Tab. 17: Avaliação hedônica.

Este teste foi avaliado tecido por tecido, pois este processo chamou bastante atenção sobre como se forma o conceito do gosto e de conforto de cada amostra.

A amostra 1001 (veludo) foi considerado um tecido médio (mais desconfortável) na escala de conforto e gosto. Não houve muita diferença nessas avaliações entre os grupos, o fato do tecido ser mais rígido e pesado foi muito associado a um “tecido de sofá” ou um casaco que precisaria de forro, mesmo ele sendo considerado um tecido “chique” e “bonito”. Porém, seu toque pouco agradável na pele chamou mais atenção.

Já a amostra 1005 (cetim) foi bastante controversa ao longo dos testes. O tecido tem uma representação no imaginário das pessoas, está bastante ligado a conceitos difundido no meio onde as avaliadoras circulam. Podemos observar que o Grupo A considerou confortável e gosta deste tecido. Para elas, esse tecido remete à elegância, a roupas para serem usadas em eventos sociais, ou seja, são conceitos preestabelecidos.

Assim como os conceitos das mulheres do Grupo C¹ que acharam mais desconfortável. Elas não gostam do que o tecido representa mais do que do seu toque exatamente, muitas definiram o tecido como brega, difícil de lidar, não gostam do brilho, acham o tecido cafona e outros adjetivos. Porém também são conceitos baseados no ambiente em que circulam e o que recebem de informação deste meio.

A amostra 1006 (tecido com detalhes bordados) apresentou resultados bem parecidos entre os grupos, um pouco acima da média de conforto e gosto. Este tecido dividiu bastante a opinião das avaliadoras. As mulheres com deficiência visual não compreendiam o tecido e não gostavam, enquanto outras notavam os detalhes táteis, o que o tornava atrativo para as mulheres do Grupo C na Avaliação 1. Já na Avaliação 2, muitas delas acharam o tecido bonito visualmente e assim elevaram o conceito na escala.

A amostra 1007 (renda) teve um resultado parecido com a amostra 1005. As mulheres do Grupo A tem um conceito oposto das mulheres com memória visual. Para o Grupo A, a

renda também é associada à beleza, elegância, a algo chique e deve ser usada quando quer se arrumar. Já as mulheres que têm memória visual muitas não acham confortável pelo fato de ser áspera e pinicar a pele, até o acharam bonito, mas não saberiam onde usar, outras acham feio e brega também. Portanto, nota-se o conceito preestabelecido interferindo na percepção do tecido.

A amostra 1009 (viscoseda) foi considerado um tecido agradável por todos os grupos, devido ao toque sedoso e, ao mesmo tempo leve e fresco. Porém no Grupo C, na Avaliação 2, houve uma pequena baixa; muitas avaliadoras não gostaram da cor e disseram que o leve brilho incomodava.

As avaliadoras acharam a amostra 1010 muito quente e pesado, mesmo para o frio, porém, por ser macio e fofo, remete ao aconchego. O fato dele ser volumoso fez com que as mulheres do Grupo A não o considerasse tão confortável, sendo que o Grupo B e C¹ consideraram este atributo como um fator de conforto. O tecido obteve nota máxima de conforto pelo Grupo C²; quando puderam olhar o tecido, consideraram a amostra visualmente atraente, além do toque agradável.

4.4 CONCLUSÃO DA ANÁLISE

Apesar de ser uma análise sensorial que utilizou de métodos quantitativos, esta é uma pesquisa de caráter investigativo e qualitativo, pois levou em conta os dados apresentados nos questionários e o comportamento e os comentários durante o teste.

Para avaliar os resultados, foi feita uma comparação entre os Grupos A, B, C, seguida de uma comparação dos grupos com o Grupo C² (lembrando o que o Grupo C² são as mesmas avaliadoras do grupo C, porém sem venda nos olhos). Esta comparação considerou o tempo de duração dos testes, o que mais chamou a atenção das respostas dadas e os resultados efetivos.

Na Fase 1, em que as avaliadoras deveriam dizer o que sentiam livremente, para que fossem observados os atributos fornecidos por elas e também a forma como elas avaliavam e as observações que faziam durante esta etapa.

A maioria das avaliadoras ao tocar no tecido tentou adivinhar o tipo de tecido e o produto final mais viável. Dentro deste imaginário, elas expunham seus conceitos sobre o tecido que são preestabelecidos. Por exemplo, a avaliadora E.R.B., 30 anos, tocou na amostra 1008 e logo falou: “esse é tipo uma viscolycra, não? Dá pra fazer vestido, saia. Aquelas calças

mais largas. Eu gosto! Acho mole e fresco”. Ela disse quase sem tocar no tecido, mas trouxe sensações obtidas pela memória do que ela já usou, das roupas que foram feitas com aquele tecido. E isso não foi apenas observado por mulheres que tinham memória visual. P.O., 30 anos, que apresenta cegueira adquirida estabelecia uma relação curiosa com as amostras. Todos os tecidos que não apresentavam nenhum detalhe tátil, ela achava muito simples e pobre. Para ela, um tecido chique, nobre tinha que ter algum detalhe têxtil.

A maioria delas recorria a associações visuais ou experiências para escolher os atributos. Diziam coisas baseadas na memória visual ou no conceito que ouviam dizer. Poucas delas conseguiram se desvincular dos conceitos, limitando-se somente a dizer sensações táteis, o que demonstra o quanto essas associações influenciam na atenção que se dá a determinados atributos táteis, fazendo com que outros atributos que não estão tão vinculados a experiências ou ideias pessoais recebam pouca atenção ou mesmo nenhuma.

Outro fato curioso que apareceu durante os testes, que foi possível reparar em todos os grupos, porém com maior frequência pelo Grupo C, foram as reações de espanto e um certo desconforto momentâneo quando o tecido não era reconhecido pela memória através do toque. A amostra 1006 (tricoline com detalhes bordados) não foi um tecido que elas tocavam e já logo associavam a algo conhecido. Elas ficaram mais tempo tocando e usaram adjetivo “estranho” para qualificar o tecido. Para o Grupo C, isso foi um sinônimo de desconforto, pois proporcionava uma certa insegurança em relação à aparência do tecido, não conseguindo imaginar o que poderia ser feito. No entanto, este estranhamento foi notado nos três grupos, mas somente o Grupo C ficou desconfortável, o que pode levar a concluir que a falta da certeza visual, mesmo que somente na memória, causa um conceito mais negativo. Quando elas puderam ver o tecido (no caso exclusivo do Grupo C), elas não citaram o termo “estranho” em nenhum momento, e diziam instantaneamente o que fariam com este tecido, mesmo não sendo considerado atraente visualmente. Porém ao observar a escala hedônica de intensidade na fase 3, nota-se a baixa aceitação deste tecido em todos os grupos.

Observa-se que as sensações que remetem a algum desconforto simbólico ou perceptivo causam uma menor aceitação do tecido mesmo ele tendo características sensoriais do toque consideradas positivas para as avaliadoras, que é a leveza, a espessura fina e a maciez.

O grupo de mulheres com uma memória visual, que são os Grupos B e C¹, buscam através de associações com a memória e experiências traduzidas em imagens e conceitos do

meio social onde viviam. Elas tentavam adivinhar o que era e a partir desse ponto descreviam a amostra, o que sentiam e o que percebiam daquele tecido baseado na sua experiência pessoal, descritas de forma visual, como exemplo: “esse tecido me lembra a cortina da casa da minha avó, é macio”.

Já o Grupo A associava a conceitos que remetiam à experiência mais tátil e também aos conceitos do meio onde viviam, porém com filtro, pois esses conceitos se formam baseados na percepção do outro que pode ver: “Gosto muito de detalhes nas roupas. Quase todas as minhas roupas têm detalhes. Faz eu me sentir bonita, é chique, não é?”.

No entanto, os Grupos A e B demonstraram mais rapidez na descrição e mais certeza ao interpretar a amostra enquanto a tocava, mesmo quando recorriam a experiências eram mais objetivos: “ Eu tive uma calça com esse tecido, ou um bem parecido, ele aquece e você consegue se mexer sem problemas”. O Grupo C¹, por sua vez, demonstrou mais insegurança ao descrever. Todas tentavam adivinhar e quando o que sentiam não correspondia ao que imaginavam, isso causava um estranhamento. Algumas delas paravam de descrever e diziam que já haviam descrito tudo e outras conseguiam se desligar da memória visual e descreviam os dados de forma mais tátil, mas ainda assim de forma mais cuidadosa.

Quando o mesmo teste foi refeito com o Grupo C, porém sem a venda nos olhos, sendo denominado C², notou-se que as candidatas, nesta etapa, respondiam muito mais rápido e com muito mais objetividade. O tempo de teste foi reduzido pela metade e a forma de tocar mudou, elas já não exploravam tanto o tecido com as mãos para dizer os atributos, elas viam as características e confirmavam com o tato, somando atributos estéticos a visuais que foram considerados nesta etapa.

Notou-se um fato curioso. A espessura da amostra 1002 apresentou uma intensidade maior quando elas podiam ver o tecido do que quando elas não podiam. Elas alegaram que visualmente ele era mais espesso, quando elas só tocavam o tecido, o sentiam mais fino, pois ao tocar, o tecido fofo diminuía sua espessura. Quando foram questionadas sobre qual resposta elas achavam mais coerente com a realidade, elas diziam que era o resultado do teste C². Isso demonstra como a visão determina o que é real e seguro, no entanto, algumas depois de refletirem e pedirem para rever os resultados, afirmaram já não saber mais.

Avaliando os resultados dos testes de escalas de intensidade e comparação, da Fase 3, foi possível reparar nas semelhanças gerais de resultados, tornando mais evidente e de

maneira objetiva que a forma para obter percepções do tecido são diferentes, mas chegam a resultados de análise física-tátil muito parecida.

Já avaliação hedônica obteve resultados parecidos, porém foi possível constatar como os símbolos visuais contemporâneos são absorvidos pelo indivíduo quando não existe um referencial de imagem, quando este referencial existe, mas não é mais alimentado, e quando existe a referência de imagem e está atuante.

Todas as mulheres demonstraram interesse na cor. As que podem ver se baseavam em preferências visuais, as que perderam a memória se baseavam nas cores que gostavam quando viam. Já as que nunca viram diziam ter cores favoritas baseado na forma como foram ensinadas ou o que ouviram falar ao longo da vida. A entrevistada A., do Grupo A, dizia que não gostava das cores preto e marrom, pois disseram a ela que eram cores mais escuras e fechadas e ela queria ser aberta e queria aparecer no mundo.

Alguns dados interessantes surgiram ao serem questionadas sobre qual cor elas achavam que tinha cada amostra. Todas as mulheres associavam cores escuras para tecidos pesados e cores claras para tecidos leves (com exceção da renda que lembrava lingerie ou véu de luto, então a maioria citou a cor preta), evidenciando o quanto o julgamento da aparência visual está ligado a uma caracterização social. As cores preferidas eram associadas aos tecidos que mais gostavam, e as amostras citadas como desconfortáveis eram relacionadas a cores que não gostavam, expondo o quanto a estética do tecido remete ao conforto e, por consequência, influenciam na escolha do vestuário.

Pôde ser notado na análise sensorial aplicada que a forma como se percebe o tecido tem muita relação com os conceitos que se criam sobre cada atributo, por exemplo o quanto se considera desconfortável, o pesado incômodo, o que é leve é muito associado ao que é macio, o áspero é considerando inicialmente desagradável. Só que esta percepção sozinha não é determinante para que um tecido seja aceito ou não.

O teste apresentou algumas dificuldades como o fato de as candidatas não receberem um treinamento de avaliação e descrição do produto têxtil, o que comprometeu uma descrição mais objetiva. Muitas tinham bastante dificuldade para verbalizar o que sentiam, não porque não sentiam, mas porque nunca foi pensado de forma consciente. A falta de treinamento deveu-se ao tempo de realização da pesquisa e a busca por saber como era realizada essa percepção com o mínimo de indução possível por parte da pesquisadora.

Contudo este mesmo fator foi interessante para avaliar o usuário da moda (público final) que não tem treinamento analítico sensorial, mas sente e interpreta essas percepções de acordo com as experiências e memórias pessoais.

Houve uma dificuldade em classificar o significado de termos semelhantes (ex.: felpudo, flanela, pelúcia, peludo), que podem querer dizer a mesma coisa a grosso modo, mas devido à falta de treino das avaliadoras, esses atributos podem querer expressar mais de uma sensação.

Este estudo mais objetivo foi de grande importância para que fosse possível compreender o quanto é sentido pelo tato, quais sensações chamam mais atenção em uma amostra têxtil e o quanto está ligada aos conceitos discutidos nos Capítulos 1 e 2, demonstrando a importância de vincular estudos mais empíricos a métodos de análise científicas para a observação da moda, identidade e o corpo vestido no meio social em que interagem.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso percorrido para a realização desta pesquisa permitiu assimilar de maneira mais objetiva as múltiplas maneiras possíveis de estabelecer relações de sensorialidade sob a perspectiva da corporeidade em contato com o têxtil, tendo como base para pesquisa um grupo de 45 mulheres que foram categorizadas pelas seguintes características: mulheres com cegueira congênita, cegueira adquirida e que apresentam visão normal.

Abordar a questão da deficiência visual nesta pesquisa foi de grande importância para compreender o corpo que sente. Ao questionar a hierarquia da visão em relação aos outros sentidos no contexto social atual, abriu-se espaço para a aproximação da forma como as mulheres com deficiência visual interagem com o ambiente, resultando no aprofundamento sobre como o sentido do tato age sem a influência direta dos signos visuais.

Existem vários fatores que interagem na relação do corpo com o tecido, além da proteção do corpo das ações do meio ambiente. Sentir o pano possibilita a obtenção de experiências. Os sentidos são a porta de entrada para as sensações processadas pelo indivíduo, somada a suas emoções, memórias e associações culturais. Todo este movimento resulta na composição da identidade do sujeito social. Esta integração ocorre mesmo quando falta um dos sentidos, neste caso, a visão.

Para isso, fez-se necessário observar como os grupos pesquisados reconheciam as qualidades táteis oferecidas pelas amostras têxteis. As características táteis das amostras captadas pelo sentido do tato como aspereza, maciez, maleabilidade, rigidez, por exemplo, apresentaram resultados muito parecidos. Portanto, um objeto têxtil pode ser descrito de maneira tátil por todas as pessoas independente se elas podem ver ou não.

As informações tridimensionais do tecido podem ser obtidas tanto pela visão como pelo tato em conjunto e podem ser um importante apoio na falta de um deles. Entretanto, um objeto pode ser identificado tanto pela visão como pelo tato separadamente, porém perdem-se informações que são obtidas somente pelo tato como a sensação de textura e o conforto do corpo ou somente pela visão como as características da imagem do tecido como a sua cor e/ou estampa.

Os grupos apresentaram diferenças na maneira como lidavam com a linguagem tátil e como processavam esses dados influenciados ou não pela interferência de linguagens

visuais, ficando mais evidente as diferenças nas análises hedônicas.

Foi possível notar que as informações de moda como as tendências de cores, modelos e comportamentos são absorvidos por quem não pode ver. Constatou-se que esses dados muitas vezes passam por um filtro de alguém que possui a visão e que possui de antemão conceitos pessoais que influenciam bastante nas decisões referentes à construção da imagem da mulher cega. Apesar disso, este fato não impede que esta mulher desenvolva conceitos pessoais sobre o uso das roupas e a formação de sua própria identidade visual.

As mulheres com deficiência visual, avaliadas nesta pesquisa, buscam independência e autonomia através do vestuário desde a escolha do que irá vestir, a forma como utilizam essas peças e como elas fazem a composição no dia a dia. Para facilitar este processo, foi muito exigido por elas o acesso a informações básicas das peças, como cor, tamanho e composição. Essa sensação de “liberdade de escolha” da imagem que quer transmitir à sociedade, seguindo tendências ou as negando, contribui para a formação identitária tanto do sujeito que vê como o que não pode ver, cada um com as suas especificidades, porém com um efeito similar sob o ponto de vista social.

A conjunção das qualidades táteis oferecidas ajuda a determinar como a roupa irá se comportar no corpo vestido e isso influencia na linguagem visual de quem está usando a peça. Tanto as mulheres que não podem ver como as mulheres que podem se preocupam com a forma como querem se apresentar para o meio onde circulam. As mulheres videntes e algumas que perderam a visão têm mais definido o conceito do estilo, que tem relação não apenas com tendências de moda associadas a um estilo de vida, classes sociais ou mesmo a uma “tribo”, mas principalmente o que a pessoa demonstra na maneira como quer ser vista pelo outro, de modo a expor a sua identidade social, que está em constante construção, porém não na mesma velocidade das tendências de moda atuais.

Sob este aspecto, a pessoa que nunca viu ou perdeu a visão muito nova trabalha com a imaginação baseada nas informações visuais que foram transmitidas e no modo como ela assimilou essas referências baseada na sua própria experiência de vida. Suas associações de imagem de moda foram construídas com o auxílio de quem pode ver, além dos conceitos formados através do tato. A imagem que elas transmitem para quem as vê é baseada nas sensações dela e nessas construções.

A análise desta pesquisa considerou as sensações transmitidas pelas experiências,

pelas memórias e pela atenção dada ao oferecer uma outra forma de perceber o tecido que se poderia utilizar em um vestuário, além da descrição tátil e visual das amostras pelos grupos. Dessa forma, é possível compreender que existem configurações desenhadas pelas experiências dos sujeitos ao tocar em um tecido que determinam se as sensações táteis que obtiveram são agradáveis e se usariam determinado tecido das amostras ou não.

Ou seja, as sensações fornecidas pelos sensores humanos têm de ser avaliadas de maneira categórica e discriminativa, mas também deve-se levar em conta como o cérebro processa e expõe os resultados sob a forma de uma interpretação única que pode ser compreendida como o corpo reconhece os próprios registros sensoriais. Assim como um corpo se distingue do outro, cada indivíduo sente, percebe de maneira diferente e interage com seu meio social assumindo posturas, movendo-se, comportando-se de forma particular, o que reflete na maneira com que sente a roupa que veste e na forma como quer se expor nesta sociedade.

Este estudo não pretendeu encontrar uma verdade na forma como ocorre a percepção sensorial do tecido, mas apontar a possibilidade de várias verdades, já que a moda pode ser entendida como a maneira como os sujeitos se relacionam através do corpo vestido e como este virou quase uma regra única para determinar as formas de pertencimento. E assim contribuir na busca de uma linguagem de moda universal, apresentando como base de exploração, o tecido. O profissional da indústria têxtil ou mesmo o design de roupa pode explorar essas formas de percepções, ampliando o campo de exploração da relação corpo e tecido, e com isso olhando para o consumidor final, não o classificando apenas como números, classes sociais e etc... Tentando cativá-lo pelo sentido visual, mas também através do tato. Sendo assim, o vestuário convida a todos a olhar para si como usuário de moda, com a sua história e cultura por meio da experiência dos sentidos de maneira cada vez mais consciente.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACKERMAN, Diane. **Uma história natural dos sentidos**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996. 368 p.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** E outros ensaios. Tradução de Honesko. V.N. Chapecó, Argos. 2013. 90 p.

AVELAR, Suzana. **Moda, globalização e novas tecnologias**. 2ª ed. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2011. 180 p.

BALDIN, N.; MUNHOZ, E.M.B. **Snowball (Bola de Neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária**. X Congresso Nacional de Educação – EDUCRE/I Seminário Internacional de Representações Sociais, Subjetividade e Educação - SIRSSE. Curitiba, PR, 7ª 10 de novembro, 2011. Anais..., p.329-41

BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos objetos**. São Paulo, Perspectiva, 2015. 232 p.

BAUMAN Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução de Carlos A. Moura. Zahar, Rio de Janeiro, 2008. 199 p.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Tradução de Sérgio Millet. 2ª ed. Rio de Janeiro. Nova Fronteira. 2009. 935 p.

BIBLIOTECA VIRTUAL DE DIREITOS HUMANOS- USP. **Declaração universal dos direitos humanos**. 1948. Disponível em: < <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Declara%C3%A7%C3%A3o-Universal-dos-Direitos-Humanos/declaracao-universal-dos-direitos-humanos.html> > Acesso: 10/2014.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. 2ª ed. Porto Alegre. Zouk. 2011. 556 p.

BRASIL. **Cartilha do Senso 2010: pessoas com deficiência**. Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República do Brasil (SDH/PR). 2012. 29 p.

BROEGA, Ana Cristina; SILVA, Maria Elizabete Cabeço. *Conforto Total do Vestuário: Design para os 5 sentidos*. Palermo: Revista **Actas de Diseño** – nº9, Universidade de Palermo – Argentina, 2010. p. 59-64.

CALEFATO, Patrizia. **The Clothed Body**. Oxford: Bloomsbury Academic, 2004. 224 p.

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da cultura visual**. Rio de Janeiro. DP&A. 2001. 278p.

CARVALHO, Fátima. **Análise sensorial de têxteis: Classificação de tecido através do tato**. Artigo apresentado no 11º Colóquio de moda, Curitiba. 2015. 9 p. Disponível em:

http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda_2015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO2-ENSINO-E-EDUCACAO/CO-2-ANALISE-SENSORIAL-DE-TEXTOS.pdf ; Acessado em: 15/11/2015

CORREIA, Luiz Gustavo Pereira de Souza. **A pupila dos cegos é seu corpo inteiro:** compreendendo as sensibilidades de indivíduos cegos através das tessituras narrativas. Tese de Doutorado. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2007. 219 p.

CRANE, Diana. **Ensaio sobre moda, arte e Globalização.** São Paulo: Senac 2011, 272 p.

_____. **A moda e seu papel social:** classe, gênero e identidade das roupas. 2ª Ed. São Paulo: Senac, 2006. 529 p.

CHATAIGNIER, Gilda. **Fio a fio:** tecidos, moda e linguagem. São Paulo: Estação das Letras, 2006. 165 p.

CHAUÍ, Marilena. *Janela da Alma, Espelho do Mundo.* In: Novaes, Adauto. **O Olhar.** São Paulo: Companhia das Letras, 1988. p. 32-61.

DEFLEUR, Melvin L, BALL ROCKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa.** Rio de Janeiro. Zahar. 1993. 397 p.

ECO, Humberto. **Psicologia do vestir.** Lisboa. Assírio & Alvim. 2ª edição. 1982. 82 p.

FLÜGEL, John. **C. A psicologia das roupas.** Tradução de Antonio Cardoso. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1966. 242 p.

FOUCAULT, Michael. *Os corpos dóceis.* In: **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** 29ª ed. Tradução de Raquel Ramalhe. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004a. p. 125-52.

FUNDAÇÃO DORINA NOWILL. **Deficiência Visual.** Disponível em: < <http://www.fundacaodorina.org.br/deficiencia-visual/>> Acesso: 08/2014.

GATJENS, Luis Fernando Astorga. **A situação das pessoas com deficiência na América Latina e no Caribe.** In: III ENCONTRO NACIONAL DE CONSELHOS DE DIREITOS DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA, 2007. Brasília. Disponível em: <http://www.planetaeducacao.com.br/porta/artigo.asp?artigo=1385>. Acesso em 23 abril 2015.

HELLER, Morton; BALLESTEROS, Soledad: **Touch and Blindness: psychology and neuroscience.** Lawrence Erlbaum Associates, London, 2006. 231 p.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas: A evolução do traje moderno.** Tradução de Alexandre Tort. Rio de Janeiro. Rocco. 1996. 260 p.

- HOUAISS, A. VILLAR, M. de S.; FRANCO, F. M. M. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.
- JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1997. 431 p.
- KATZ, Helena. *Por uma teoria crítica do corpo*. OLIVEIRA, A.; CASTILHO, K. (Org.). In: **Corpo e Moda: por uma compreensão do contemporâneo**. São Paulo, Estação das Letras 2008. p.69 a 74.
- LIMA JÚNIOR, Geraldo Coelho. **Conexões Táteis: Sensorialidade no Design de Moda no Segmento do Vestuário Masculino**. São Paulo: Dissertação (tese de Mestrado. Faculdade Anhembimorumbi, 2008. 115f. Disponível em <<http://www.anhembibr/ppgdesign/pdfs/geraldo.pdf>>. Acesso em 20 abril 2015.
- _____. *Moda e Consumo: um olhar para os deficientes visuais*. CASTILHO, K.; DEMETRESCO, S. (Org.). In: **Consumo: práticas e narrativas**. São Paulo: Estação das Letras. 2011. p.313-321.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. 352 p.
- LOWENSTEIN, Otto. **The Senses**. Baltimore. Penguin Books. 1966. 212 p.
- MACIEL, Maria Regina Cazzaniga. *Portadores de deficiência e a Questão da Inclusão Social*. In: **Revista São Paulo em Perspectiva**, nº 14(2), São Paulo, 2000, p. 51-56.
- MERLEAU-PONTI, Maurice. **Fenomenologia da Percepção**. Tradução de Carlos A. R Moura, Martins Fontes: São Paulo. 2006. 662 p.
- MARTINS, Michele S.F. A sensação, a percepção e as desordens da percepção. *Psicologando*. 2011. Disponível em: < <https://psicologado.com/neuropsicologia/a-sensacao-a-percepcao-e-as-desordens-da-percepcao>> Acesso: 23/02/2016
- MONTAGU, Ashley. **Tocar: o significado humano da pele**. São Paulo: Summus, 1988. 432 p.
- NOGUEIRA, Clarinda da Glória Santos. **Análise Sensorial de Produtos Têxteis**. Tese de Doutorado. Minho: Universidade de Minho. 2011.190 p.
- OLIVEIRA, Everton Luiz de. **Concepções sobre beleza de jovens com cegueira congênita**. Dissertação de Mestrado. São Carlos: UFSCar. 2012. 172 p.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Relatório Mundial sobre a deficiência. Secretaria da pessoa com deficiência**. 2011. Disponível em: < <http://docplayer.com.br/3595093-Relatorio-mundial-sobre-a-deficiencia.html>> Acesso: 08/2014.

ORMELEZI, Eliana Maria. **Os Caminhos da Aquisição do Corpo ao Universo Simbólico**. São Paulo: Dissertação de Mestrado. São Paulo: FE-USP. 2000. 273 p.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos**: história, tramas, tipos e usos. 2ª ed. São Paulo: Senac, 2007. 327 p.

QUEIRÓZ, Julia. ROCHA, Andréa F. COSTA, Maria Alice. **Análise da percepção sensorial dos diferentes lados de tecidos**. In: VIII Colóquio de Moda. Rio de Janeiro. 2012. Disponível em: file:///C:/Users/Renata/Documents/TCCeMestrado/Artigos/Analise_da_percepcao_sensorial_dos_diferentes_lados_do_tecido.pdf> Acesso 03/2015

SALDANHA, Paula. **Moda em Braille**, Mulher.net, 2013. Disponível em <<http://mulher.net/2013/01/16/moda-em-braille/>>. Acesso: 25 maio 2015.

SARAMAGO, José. **O Ensaio sobre a Cegueira**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. 312 p.

SALTZMAN, Andrea. **El Cuerpo Diseñado** (em espanhol), 1ª ed., Buenos Aires: Paidós, 2004. 174 p.

SCHWARCZ, Lilia M. STARLING, Heloisa. **Brasil – Uma biografia**. São Paulo. Companhia das Letras. 2015. 846 p.

TOUSSAINT-SAMAT, Maguelonne. **Historia técnica y moral del vestido**: 2 Las telas. Madrid: Alianza Editorial, 1994. 237 p.

UDALE, Jenny. **Tecidos e Moda**: explorando a integração entre o design têxtil e o design de moda. Porto Alegre: Bookman, 2015. 199 p.

ANEXOS

1- Questionários

Grupo A e B

Nome: _____ Idade: _____ Estado Civil: _____ Grau de instrução: _____

Profissão: _____ Principal atividade no tempo livre: _____

- 1) O que é a beleza, pra vc?
- 2) Você é uma pessoa vaidosa? O que vc faz pra se sentir bonita?
- 3) O que é uma roupa bonita, pra vc?
- 4) Qual a importância da moda na sua vida?
- 5) O que mudou em relação ao seu conceito de beleza depois que vc perdeu a visão **(só para o grupo B)**
- 6) Como você escolhe as suas roupas no dia a dia?
- 7) Você sabe que a escolha da roupa diz muito sobre vc? Você se dá importância para o que as pessoas que estão te vendo pensam sobre o que vc está vestindo?
- 8) Você tem alguma roupa favorita? Por que?
- 9) O que você entende por estilo? Qual o seu?
- 10) Como você organiza as suas roupas no guarda roupa, existe algum critério de organização que te ajude a identificar as peças?
- 11) Como você cuida das suas roupas: quem lava? Passa? E guarda?
- 12) Você costuma emprestar ou pegar roupas emprestadas? O que vc acha dessa prática?
- 13) Quando eu te digo a palavra tecido o que vem na sua cabeça?
- 14) Qual a relação que você faz do tecido com o seu dia-a dia?
- 15) Você conhece as possíveis construções têxteis, materiais utilizados na fabricação? Isso é importante pra vc? E por quê?
- 16) Você gosta de comprar coisas? O que vc mais compra (livros, perfume, comida, roupas)
- 17) Com que frequência vc compra roupas?
- 18) Qual critério vc usa pra escolher o que vai comprar?
- 19) Quando vc toca numa roupa em uma loja o que vc busca?
- 20) Quais são suas maiores dificuldades?
- 21) O que você mudaria pra que a experiência de compra seja melhor?
- 22) O que vc acha das iniciativas que a moda vem propondo, chamada de moda inclusiva

Vc pensou em alguma cor ou na aparência do tecido enquanto fazia o teste?

Questionário Grupo C

Nome: _____ Idade: _____ Estado Civil: _____ Grau de instrução: _____

Profissão: _____ Principal atividade no tempo livre: _____

- 1) O que é a beleza, para você?
- 2) Você é uma pessoa vaidosa? O que vc faz para se sentir bonita?
- 3) O que é uma roupa bonita, para você?
- 4) Qual a importância da moda na sua vida?
- 5) Você sabe que a escolha da roupa diz muito sobre vc? Você se dá importância para o que as pessoas que estão te vendo pensam sobre o que vc está vestindo?
- 6) Você tem alguma roupa favorita? Por que?
- 7) O que você entende por estilo? Qual o seu?

- 8) Quando eu digo a palavra Tecido, o que vem na sua cabeça?
- 9) Qual a relação que você faz do tecido com o seu dia-a dia?
- 10) Você conhece as possíveis construções têxteis, materiais utilizados na fabricação? Isso é importante para você? E por quê?
- 11) Você se considera consumista? O que você mais compra (livros, perfume, comida, roupas)
- 12) Com que frequência você compra roupas?
- 13) Qual critério você usa para escolher o que vai comprar?
- 14) Qual a importância uso da visão na hora de escolher?
- 15) Você toca na roupa antes de compra-la, para que você faz isso?
- 16) Qual a relevância que o tecido tem na hora de escolher o que irá vestir? (Essa questão só será feita caso a pessoa não usar o tecido como critério)

Provocação: Você já imaginou uma situação em que não pudesse ver mais as coisas a sua volta?

Depois do teste feito é feita uma pergunta: Você pensou na cor ou no aspecto visual dos tecidos enquanto fazia o teste?

2 Amostras Têxteis

1001
Veludo 16-canais
97% CO 3% PUE
L: 1,47 / 147g/m²

1002
Moletinho
63% CO 37% PES
L: 1,6 / 102 g/m²

1003
Sarja
82% CO 16% PES 2% PUE
L: 1,45 / 272 g/m²

1004
Meia Malha Listrada
48% CV 44% PES 8% PUE
L: 1,69 / 64 g/m²

1005
Cetim
100% PES
L: 1,50 / 80 g/m²

1006
Tricoline Maquineta
100% CO
L: 1,50 / 80 g/m²

1007
Renda
100% PES
L: 0,80 / 60 g/m²

1008
Viscolycra
96%CV 4%PUE
L: 1,40 / 195 g/m²

1009
Viscose da
67%Cv 33%PES
L: 1,60 / 94 g/m²

1010
Tricoline Maquetada
100% CO
L: 1,80 / 325 g/m²