

**MODA INCLUSIVA:
O USO DE TURBANTES NA ROTINA DE MULHERES EM TRATAMENTO
CONTRA O CÂNCER**

***INCLUSIVE FASHION:
THE USE OF TURBANS IN THE ROUTINE OF WOMEN UNDERGOING
CANCER TREATMENT***

DENISE JUSTINO FELIPE DA ROSA¹

RAFAELA BETT SORATTO²

Resumo: Uma das maiores preocupações das mulheres enquanto enfrentam o tratamento contra o câncer segundo pesquisa de Baitelo, Reis e Gradim (2015) é a perda de cabelo, efeito colateral da quimioterapia que causa ansiedade nas mulheres afetando-as em vários aspectos. A pesquisa tem como objetivo geral compreender de que forma a aplicação do uso de turbantes na rotina de uma mulher em tratamento contra o câncer contribui na diminuição dos impactos da perda dos cabelos, auxiliando na inclusão social. A pesquisa se caracteriza como qualitativa, descritiva e exploratória. Foi elaborado um estudo de caso dividido em duas partes através de entrevistas semiestruturadas com a persona Virgínia Cláudia, que está em tratamento contra o câncer. Além das entrevistas, visando minimizar o desconforto da entrevistada que sofre de alopecia, o estudo de caso propõe por meio da aplicação do design universal a confecção e utilização de turbantes em sua rotina minimizando o impacto da perda dos cabelos na vida social.

Palavras-chave: Moda Inclusiva; Design Universal; Turbante; Mulheres com Câncer; Alopecia.

Abstract: According to a research conducted by Baitelo, Reis, and Gradim (2015), one of the major concerns of women while undergoing cancer treatment is hair loss, a side effect of chemotherapy that causes anxiety in women. This loss affects women in several aspects. The general objective of the research was to understand how the use of turbans in the routine of a woman undergoing cancer treatment contributes to reducing the impacts of hair loss and helps in social inclusion. This study was characterized as qualitative, descriptive, and exploratory. A case study took place and it was divided into two parts through semi-structured interviews with the persona VirgíniaCláudia, who is undergoing cancer treatment. In addition to the interviews, to minimize the discomfort of the interviewee who suffers from alopecia, the case study proposes, through the application of universal design, the confection and use of turbans in her routine to diminish the impact of hair loss on social life.

Keywords: Inclusive Fashion; Universal Design; Turban; Women with Cancer; Alopecia.

¹ Graduanda em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC), Araranguá, SC, Brasil. E-mail: delix8375@hotmail.com

² Mestre em Tecnologias da Informação e Comunicação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Docente da graduação no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC), Araranguá, SC, Brasil. E-mail: rafaela@ifsc.edu.br

1 Introdução

O que impulsionou a realização deste trabalho foi perceber as dificuldades de mulheres que perderam os cabelos no tratamento contra o câncer e entender como a moda inclusiva através do uso de turbantes pode contribuir para a inclusão social dessas mulheres.

Buscou-se reunir informações com o propósito de responder ao seguinte problema de pesquisa: de que forma a aplicação do uso de turbantes na rotina de mulheres em tratamento contra o câncer pode contribuir para diminuir os impactos da perda dos cabelos na vida social?

A presente pesquisa tem como objetivo geral compreender de que forma a aplicação do uso de turbantes na rotina de uma mulher em tratamento contra o câncer contribui na diminuição dos impactos da perda dos cabelos, auxiliando na inclusão social.

De forma mais específica esta pesquisa pretende apontar o câncer feminino e a alopecia; conceituar sobre a moda inclusiva e o design universal; descrever o uso e costumes do turbante; interpretar a construção da autoestima na perspectiva da moda; detalhar os impactos da perda dos cabelos na vida social, através de entrevista e depoimentos sobre experiências em sociedade durante o tratamento contra o câncer; apresentar de forma qualitativa, como o uso de turbante na rotina de uma mulher em tratamento contra o câncer pode contribuir para recuperar a inclusão social.

2 Fundamentação teórica

Para dar suporte à coleta e análise de dados, como reforço de estudo e embasamento teórico será necessário pesquisar sobre câncer feminino e a alopecia, turbante, usos e costumes, Moda Inclusiva, Design Universal e a construção da autoestima na perspectiva da moda. Busca-se o entendimento literário sobre o tema mulheres em tratamento contra o câncer e focá-lo na área do Design de Moda.

2.1 Câncer Feminino e a Alopecia

O câncer é uma enfermidade não contagiosa, que pode surgir em qualquer indivíduo, mudando a rotina e trazendo incerteza da vida. São tumores ou neoplasias malignas formadas através do crescimento anormal e desordenado das células, que se dividem de forma agressivamente incontrolável invadindo tecidos e órgãos (BRASIL, 2011).

Atualmente, sem contar com a pandemia de COVID-19 que o planeta enfrenta, conforme dados do INCA o câncer é a quarta principal causa de mortes antes dos 70 anos, considerado como o principal problema de saúde pública no mundo. A estimativa para o Brasil é a de que nos próximos três anos (2020 a 2022), ocorrerão 625 mil novos casos de câncer a cada ano, sendo que, 316.140 serão em mulheres, onde, os tipos mais frequentes (exceto o câncer de pele não melanoma) serão os cânceres de mama, cólon e reto, colo do útero, pulmão e tireoide (BRASIL, 2019).

Percebe-se que o câncer de mama é o de maior incidência em mulheres e seu tratamento consiste, conforme Reis (2012), na terapia adjuvante, ou seja, a junção de vários tratamentos incluindo a quimioterapia, que dependendo das substâncias químicas necessárias, costumam acarretar dentre

os muitos sintomas desagradáveis a alopecia.

Existem vários tipos de alopecia, portanto, busca-se abordar o ponto de vista em relação ao tratamento quimioterápico contra o câncer, concordando com Reis (2012) em seu conceito, que consiste na reação cutânea adversa, onde uma ou duas semanas após iniciar o tratamento, as atividades mitóticas da matriz capilar são interrompidas, ocasionando a falta de produção capilar. Dessa maneira ocorre a queda parcial ou total dos cabelos e pelos de todo o corpo.

Deve-se considerar que a alopecia tem importância quando ocorre, por ser algo que está exposto, interferindo na autoimagem da mulher, como Baitelo, Reis e Gradim (2015, p. 9002) relatam “a alopecia carrega consigo uma representatividade que vai além das consequências físicas, afeta também aspectos emocionais e sociais”.

A mulher que enfrenta de forma positiva a alopecia tende a ter resultados igualmente positivos em todo o tratamento, nesse sentido Baitelo, Reis e Gradim (2015) corroboram que quando o enfrentamento é positivo e a mulher não se esconde da sociedade, mais busca alternativas como lenços, perucas etc., e com essa visão integrativa ela adquire maior segurança nos tratamentos e conseqüentemente no aumento da sobrevida.

2.2 Turbantes: Usos e Costumes

Desde a sua origem incerta, são muitas as culturas que adotaram o uso de turbantes, projetando a ele várias interpretações, Gaspar (2019) ressalta que o acessório é parte da formação cultural de vários povos e para cada um deles tem seu estilo e significado importante, como identificação de tribo ou casta, *status* religioso e social, riqueza, proteção, fé, ou como artigo *fashion*.

Na cultura africana o turbante tem forte influência, sendo usado de várias formas, conforme Gaspar (2019) e Santos, Santana e Silva (2017), o artefato faz parte do traje típico, e é usado em rituais religiosos, como acessório de cabeça, tendo a função de proteger os pensamentos e a fé no divino, e é usado no cotidiano das mulheres como acessório para carregar os filhos ou como cinturão para acentuar a silhueta.

Foi introduzido no Brasil através da cultura afro, pelos negros escravizados. Lima e Portela (2018) acreditam que foram os negros islamizados pela influência muçulmana que trouxeram o acessório para o País, recebendo, então, outros signos e forças culturais.

Atualmente o turbante é muito usado no Brasil, pelas mulheres negras para representar a identidade cultural, segundo Gaspar (2019), ele resgata a ancestralidade, a autoconfiança, e serve para empoderar e fortalecer a negritude, sendo considerado um patrimônio imaterial. Santos, Santana e Silva (2019) relatam que o uso do turbante afro não deve ser banalizado, para que seus significados não sejam esvaziados. Nesse sentido, Gaspar (2019, p. 34) nos traz:

O uso do turbante tem levantado grande polêmica acerca de ser apropriação cultural ou não, por ser essa peça um símbolo político, de resistência e de empoderamento, mas que, muitas vezes, as pessoas têm aderido a ele como um acessório de moda. Ele tem sido utilizado durante gerações, ressignificando-se e sobrevivendo à apropriação cultural.

Acerca da afirmação acima levanta-se o seguinte questionamento: seria o uso do turbante por

qualquer pessoa apropriação cultural? Em concordância com Santos (2017 *apud* GASPAR, 2019), o turbante pertence a várias culturas diferentes e não apenas a uma específica, podendo ser considerado como patrimônio mundial, não sendo precisamente propriedade de ninguém, então, por este ponto de vista, e na aplicação deste trabalho, considera-se o uso de turbante como não sendo apropriação cultural.

Como já visto antes, o turbante tem várias formas, usos e costumes e como na citação de Gaspar (2019) isso depende de quem, das circunstâncias e de onde será usado, atualmente ele “[...] tem ajudado as mulheres a aumentarem sua autoestima, a acreditarem novamente em sua beleza e feminilidade e a recuperarem-se quando perdem seus cabelos no tratamento contra o câncer na aplicação da quimioterapia” (GASPAR, 2019, p. 9). E é neste último sentido e significado citados que será aplicado o uso do turbante no presente artigo.

2.3 Moda Inclusiva

A exclusão social de um indivíduo acontece por diversos fatores que a sociedade impõe, o simples fato de ser ou estar diferente dos padrões pode ocasioná-la. Woltz e Carvalho (2008) salientam que ao ser impedida de se vestir do jeito que gosta, uma pessoa pode reduzir as suas habilidades de interação social, perdendo por meio do vestuário parte da capacidade de expressar a sua personalidade. Essa perda acontece muitas vezes pela falta de adequação do mercado da moda, que em muitas vezes produz para o “homem-padrão”.

A moda inclusiva vem com a proposta de promover a inclusão social de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida temporária ou permanente, facilitando a vestibilidade de roupas e acessórios de maneira confortável, proporcionando beleza (PEREIRA; CRUZ, 2016, VALÉRIO; MEDOLA; PASCHOARELLI, 2015).

A inclusão social por meio da moda inclusiva, como descrevem Pereira e Cruz (2016), torna-se possível pelo uso de vestuário adequado às características e gostos do usuário. Consequentemente, aumenta a segurança para interagir com outros membros da sociedade permitindo, assim, maior qualidade de vida e oportunidade de serem aceitas pela sociedade com suas dificuldades. O propósito não é tornar padrão o que é diferente, mais sim, tornar o diferente atraente e positivo de forma socialmente confortável.

Por isso, o uso da moda inclusiva juntamente ao Design Universal por intervenção dos seus princípios pode ser capaz de auxiliar na qualidade de vida de mulheres em tratamento contra o câncer.

2.4 Design Universal

O Design Universal consiste na ideia de projetar serviços, produtos e ambientes, para que todas as pessoas possam usar independentemente da idade, da capacidade, das habilidades e variadas características que diferem uma pessoa da outra. Conforme Pinto, Dolzan e Gomez (2011) a ideia do Design Universal é atender o maior número possível de pessoas com características antropométricas e sensoriais diversas procurando enxergar as diferenças com normalidade e respeito, considerando-os no desenvolvimento de produtos e serviços.

Conforme Gruber *et al.* (2014), no quadro a seguir constam definições e diretrizes para a aplicação dos 7 princípios do Design Universal, no desenvolvimento de produtos e serviços.

Quadro 1: Definições e diretrizes dos princípios do design universal

	DEFINIÇÃO	DIRETRIZES
P1	Uso equitativo ou igualitário: O design é usável e vendável para pessoas com habilidades diversas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prover os mesmos meios de uso para todos os usuários: idênticos quando possível ou equivalentes quando não for possível. 2. Evitar segmentar e estigmatizar qualquer usuário. 3. Oferecer privacidade, segurança e proteção a todos os usuários. 4. Fazer com que o design seja atraente a todos os públicos.
P2	Uso flexível ou adaptável: O design acomoda uma ampla gama de preferências e habilidades individuais.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proporcionar escolha nos métodos de uso. 2. Permitir que o acesso e o uso sejam possíveis para destros e canhotos. 3. Facilitar a precisão no uso. 4. Ser adaptável em todo o percurso de uso.
P3	Uso simples e intuitivo: O uso do design é simples de entender, independentemente da experiência, conhecimento, habilidades de linguagem ou nível de concentração do usuário.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eliminar complexidades desnecessárias. 2. Ser consistente com as expectativas e a intuição do usuário. 3. Acomodar ampla gama de habilidades de linguagem e graus de instrução. 4. Organizar as informações de acordo com sua importância. 5. Prover alertas efetivos e <i>feedback</i> durante e ao término da tarefa.
P4	Informação de fácil percepção: O design comunica efetivamente as informações necessárias para o usuário, independentemente das condições do ambiente ou das habilidades sensoriais do usuário.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apresentar as informações essenciais de diferentes formas (pictórica, verbal, tátil). 2. Aprimorar a legibilidade das informações importantes. 3. Diferenciar os elementos de maneiras que possam ser descritas. 4. Prover compatibilidade entre as várias tecnologias e dispositivos usados por pessoas com limitações sensoriais.
P5	Tolerância ao erro: O design minimiza erros ou consequências adversas de ações acidentais ou não intencionais.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar os elementos de forma a minimizar as chances de riscos e erros: elementos mais usados mais acessíveis; elementos perigosos eliminados, isolados ou protegidos. 2. Mostrar alertas de possíveis riscos e erros. 3. Prover recursos à prova de falhas. 4. Desencorajar ações inconscientes em tarefas que exigem maior atenção.
P6	Baixo esforço físico: O design pode ser usado com eficiência e conforto e com o mínimo de fadiga.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permitir ao usuário manter o corpo numa posição neutra. 2. Utilizar uma quantidade de força razoável. 3. Minimizar ações repetitivas. 4. Minimizar esforço físico continuado.
P7	Dimensão e espaço para aproximação e uso: Dimensão e espaço apropriado são fornecidos para aproximação, alcance, manipulação e uso, independentemente do tamanho do	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fornecer uma visualização clara dos elementos importantes para qualquer usuário, sentado ou em pé. 2. Prover alcance a todos os elementos confortavelmente para qualquer usuário, sentado ou em pé. 3. Acomodar variações de tamanho da mão e da pega. 4. Proporcionar um espaço adequado para o uso de

	corpo, da postura ou da mobilidade do usuário.	dispositivos assistivos ou de assistência pessoal.
--	--	--

Fonte: Story (2011 *apud* GRUBER *et al.*, 2014).

Além dos princípios citados no quadro acima, para o Design Universal ser aplicado de forma efetiva em um projeto, devem-se respeitar as prerrogativas da área em que será dirigido. Quando relacionado com a moda o uso do Design Universal recebe algumas adaptações sutis em seus princípios, e abre “a possibilidade de o vestuário tornar-se mais acessível e inclusivo a partir da utilização de medidas simples, porém efetivas” (GRUBER *et al.*, 2014, p. 5).

Cabe ao Designer de Moda estudar as adaptações dos princípios do Design Universal, para “[...] projetar um produto de moda mais acessível a grupos de pessoas com e/ou sem necessidades especiais e garantir a satisfação do usuário, independentemente de seus estados físicos e cognitivos”(MARTINS; MARTINS, 2012, p. 4734). Pode gerar, assim, maior responsabilidade social no desenvolvimento do produto.

2.5 A Construção da Autoestima na Perspectiva da Moda

A autoestima, segundo Floriani, Marcante e Braggio (2014), do ponto de vista positivo, equivale ao querer bem a si mesmo, contribuindo para a saúde mental, emocional, física e também para as relações sociais do indivíduo. Quando diminuída, passa a ser negativamente ativa e possibilita acarretar vários sintomas capazes de interferir no convívio interpessoal, refletindo como complexo de inferioridade, sentimento de incapacidade, apatia, desânimo, e outros sintomas podendo gerar indiferenças com os seus próprios valores como a negligência com a aparência pessoal.

A autora Reis (2012) confirma em seu trabalho que a queda dos cabelos e sobrancelhas é o pior momento de tratamento para mulheres com câncer que, além da debilidade física, sofrem pressão da sociedade a qual as vê como doentes. Além dos efeitos depressivos diante da doença, muitas precisam lutar na reconstrução da sua autoimagem.

Floriani, Marcante e Braggio (2014) conceituam autoimagem como a percepção que a pessoa tem de si e seus reflexos, diante do retorno de sentimentos ou ações em seus relacionamentos interpessoais, e pode estar vinculada com alterações na imagem influenciando, conseqüentemente, nos relacionamentos, na autoestima e na autoaceitação.

Por isso existe a necessidade de alinhamento entre o indivíduo e a identidade visual na intenção de que diminuam as chances de conflitos com a autoimagem, refletindo assim na autoestima.

Estabelecer um canal de comunicação, através da dimensão formal de um artefato, significa projetar de forma coerente a sintaxe dos elementos estéticos, para que estes se integrem ao fluxo de códigos vigentes no contexto do usuário e, por conseguinte, sejam identificados, assimilados e, finalmente, absorvidos como valores simbólicos (SANCHES; MARTINS, 2015, p. 111).

Usar a coerência entre a identidade visual da mulher com as suas aspirações e desejos é essencial para que se possa produzir artefatos como turbantes, através das informações de moda

representando o usuário sem nenhum constrangimento.

3 Metodologia

Em relação aos procedimentos metodológicos, o artigo se caracteriza como qualitativo, descritivo e exploratório. Na coleta de dados foram feitas entrevistas *on-line* com perguntas semiestruturadas divididas em duas etapas com a persona referente ao estudo de caso.

Após as entrevistas, foram confeccionados turbantes para a persona com as adaptações dos sete princípios do design universal. Foram desenvolvidos quatro modelos de turbantes, como proposta para facilitar o dia a dia de mulheres em tratamento contra o câncer, procurando proporcionar conforto, beleza e inclusão social.

A pesquisa trata-se de um estudo de caso e segundo Yin (2001) são utilizadas várias fontes de evidências investigando um fenômeno da atualidade dentro do seu contexto de realidade, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas.

A pesquisa qualitativa estabelece, de alguma forma, “uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números” (SILVA; MENEZES, 2005, p. 20).

Como forma de obter dados para alcançar o objetivo geral, este estudo utilizou a metodologia da pesquisa exploratória onde Gil (2008, p. 27) afirma que “pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato [...]”, através de pesquisas com caráter descritivo e explicativo com técnica de entrevista semiestruturada, analisando os dados qualitativamente.

Após a aplicação da entrevista junto à persona, este momento da pesquisa caracterizou-se como *a posteriori*, exigindo da mensagem emitida pelo entrevistado a “transcrição escrita da palavra verbal e manipulações várias” (BARDIN, 2011, p. 48) que, conforme o vocabulário do sujeito, consideram-se os significados na extensão das frases e as entonações e pausas provocados pelo sujeito (BARDIN, 2011).

Após entrevista, os dados foram convergidos em informações, possibilitando o desenvolvimento de artefatos físicos de acordo com a necessidade da persona. Conforme Yin (2001), em um estudo de caso, um artefato físico pode ser considerado como uma fonte de evidências, possibilitando ser utilizado extensivamente na pesquisa antropológica, e pode ser coletado ou observado como parte de uma visita de campo.

Os turbantes foram utilizados pela entrevistada e registrados por meio de um ensaio fotográfico, sendo assim, apresentar-se-á o delineamento da pesquisa, para alcance do objetivo geral definido neste artigo, qual seja: analisar de que forma a aplicação do uso de turbantes na rotina de uma mulher em tratamento contra o câncer pode contribuir para diminuir os impactos da perda dos cabelos em sua rotina, auxiliando na inclusão social.

3.1 Entrevista com a persona: primeira etapa da análise de dados

O estudo foi realizado através de uma entrevista on-line com 21 perguntas respondidas através de

áudio, realizadas em duas etapas com a persona Virgínia Cláudia Lima Pessoa, de 46 anos, que foi diagnosticada aos 45 anos, no dia 26 de setembro de 2019, com câncer de mama. A primeira análise das entrevistas foram perguntas voltadas à alopecia, para apontar os impactos da perda dos cabelos em sua vida social durante o tratamento contra o câncer. Já na segunda etapa da entrevista foi registrada a experiência com a utilização do turbante.

Na primeira pergunta, a persona foi questionada sobre como tem sido a queda do cabelo durante o tratamento e ela responde:

Depois do primeiro impacto que eu sofri, que foi a primeira vez que eu fui na UNACON para fazer as agendas de médico, de consulta e tudo, que eu vi a quantidade de pessoas que tinha não só com câncer de mama, mas com vários outros tipos de câncer, e criança e tudo, a queda de cabelo foi o segundo impacto que eu tive, foi muito impactante. Quando tu vais dar entrada no processo da quimio que tu faz a primeira, vem uma folhinha falando todas as reações que podem dar, daí fala que a queda de cabelo ela vem eu acho que na segunda quimio, 5 dias depois da segunda que começa a cair o cabelo e eu fiz a primeira daí passei pelos sintomas eles todos, daí na segunda eu fiz, e começou a cair o cabelo, aí começou a cair, assim, eu via na roupa.

Na segunda pergunta, a persona foi questionada sobre se a queda de cabelos foi gradativa. Virgínia respondeu:

[...] eu procurava não pentear muito o cabelo né, aí naquela semana eu tinha feito a quimio e depois a gente foi para a praia, e eu não lavei o cabelo, aí quando eu cheguei em casa, que eu lavei o cabelo, no chuveiro eu já sentia, o cabelo ficou tudo "enosado" (cheio de nó) e caía, aí quando eu fui pentear eu não consegui, eu não tive coragem, pedi para o meu marido pentear, e ele disse: "Ai não penteia", daí que eu percebi que ele também não teve coragem de pentear, aquilo ali para mim já foi bem difícil.

No período da alopecia a vida da mulher muda em vários aspectos e os relatos da persona corroboram com a seguinte afirmação de Reis (2012, p. 52): "nesse período ocorrem mudanças em seu cotidiano de vida pessoal, familiar, profissional e ela tem seu estado emocional abalado, visto que, na maioria das vezes, não está preparada para vivenciar essa etapa do tratamento." E mesmo que tenha recebido orientações acerca do que virá futuramente essa mulher não se encontra preparada para tal experiência.

No questionamento seguinte foi perguntado como eram os cuidados com os cabelos nessa etapa, a entrevistada respondeu:

Cada vez que eu passava a mão era muito cabelo que saía, eu acordava e olhava no travesseiro, tinha muito cabelo, eu sabia que eu não tinha mais que três dias para perder os cabelos, e aquilo é muito angustiante não tem, cabelo por tudo, na minha mesa, no meu trabalho, tinha cabelo mesmo curtinho, aí no final de semana, disse para minha cunhada vir aqui, para ela raspar para mim, [...] estavam eu, ela e a minha filha, o meu marido ele deu uma saidinha, eu percebi que era porque ele não queria ver eu ia ficar triste, e na hora eu fiquei, [...] e eu fiquei assim por muitos dias, e só ela raspou eu já coloquei o lenço, aí ela passou um creme na minha mão

e pediu para eu passar a mão no cabelo, eu não conseguia tocar na minha cabeça, imediatamente, já coloquei o lenço, que eu assim que eu fui diagnosticada né, eu e a minha irmã a gente já foi numa loja, já compramos lenços, ela já fez para mim os lenços e tal. Mas mesmo com o lenço, eu não consegui ainda assim, me olhar muito no espelho.

Na quarta pergunta, a entrevistada foi questionada sobre como ficou a sua autoestima. A inquirida respondeu:

Eu sou muito vaidosa então um dos lados que é a doença me afetou bastante no começo e ainda me afeta, não vou negar que ainda me afeta, é a vaidade, na minha vaidade pegou bastante, às vezes eu até me senti envergonhada, passando por dores maiores durante o tratamento, e eu me sinto às vezes um pouco fútil, por tá me apegando a isso, se eu não fizer isso não serei eu, entende, eu sempre procurei cada vez que eu ia fazer quimioterapia se eu pudesse, eu sempre ia de salto sempre arrumada, eu sempre ia cada vez com lenço diferente, ia de brinco, ia maquiada, ia de batom eu toda vida eu fui assim, Deus me livre se alguém me enxergasse com cara de doente, odeio passar essa sensação de pena para as pessoas, entende, não suporto isso.

A persona buscou por alternativas que contribuíssem para a manutenção da autoimagem elevando assim a sua autoestima, onde segundo Floriani, Marcante e Braggio (2014, p. 11), a “autoestima contribui para a saúde mental, emocional, física e também para com as relações sociais de uma pessoa, já que um desequilíbrio pode acarretar sintomas capazes de interferir no convívio interpessoal do indivíduo”. A persona decidiu por um enfrentamento positivo em relação a sua autoimagem acerca da alopecia no tratamento contra o câncer.

Na última pergunta questionou-se sobre as mudanças na sua vida social. A entrevistada respondeu:

Mudou, algumas coisas mudaram, no começo quando tu começa a ir nos médicos, eles começam a dizer: “Vai ser vida normal, vai poder fazer tudo,” eu gosto muito de atividade física de academia e musculação principalmente, então eu estava assim bem focada em academia e musculação, eu tinha muito medo de ter que parar. [...] Quando meu cabelo caiu eu fui para academia mesmo assim, lá tive todo apoio dos profissionais, mas as pessoas me olhavam meio assim, então eu fui me adaptando aos poucos, só que aí no meio do tratamento quando eu comecei a fazer as químios branca, daí uma das reações deixa a musculatura mais fraca né, senti um pouco de dor nas articulações, aí o médico me proibiu de fazer atividade física.

Em concordância com bibliografias pesquisadas anteriormente, através dessa etapa da entrevista realizada com a persona Virgínia Cláudia, percebe-se a dor e sofrimento que a alopecia no câncer pode causar, juntamente a interferências na rotina social, segundo a entrevistada, depois do primeiro impacto na primeira consulta, ao ver o Centro de Oncologia lotado de pessoas, e crianças com câncer, o segundo maior impacto para ela foi a queda dos cabelos, afetando sua autoestima.

Ao ser indagada sobre a autoestima, a persona demonstrou culpa por estar preocupada com a aparência, mas segundo pesquisa bibliográfica, os cuidados com a autoimagem resultam em

autoestima, que por sua vez auxiliam no bom ânimo, para enfrentamento do câncer.

3.2 Entrevista com a persona: segunda etapa de análise de dados

Para apresentar a forma como o uso de turbante na rotina da mulher em tratamento contra o câncer contribui na recuperação e inclusão social, foi elaborada uma segunda rodada de análise das entrevistas com a persona Virgínia Cláudia, com relatos adicionais e sugestões, voltadas para o uso de turbantes durante o período de alopecia.

Quando questionada sobre alternativas para alopecia, a inquerida relatou:

Comecei a ver as perucas, eram todas muito caras, daí uma sobrinha que mora em São Paulo, viu aquelas que eram a metade de cabelo humano, metade sintético, bem boas, com aparência bem legal, mas aí eu achei muito cara e eu pesquisei que ia usar pouco.

Na segunda pergunta, a entrevistada relatou sobre como decidiu assumir os lenços e turbantes e como isso contribuiu para a rotina com a alopecia:

Aí eu resolvi criar coragem, e assumir os lenços e investir em acessórios, ao invés da peruca eu preferia o acessório, aí foi onde a gente fez mais lenços e a minha sobrinha que mora em São Paulo, pesquisando, ela achou na internet um site que vende turbantes e lenços para mulheres em tratamento. E ela achou, aí comprou dois e me deu de presente e eram muito maravilhosos, porque ele é daqueles tecidos tipo malha de ginástica, sabe, e ele ficava bem certinho na cabeça, tinha tipo um passante, que tu podia ficar trocando uns lencinhos, além do turbante eu queria sempre algum lenço, alguma coisa que caísse no meu ombro, para eu ter a sensação ainda que eu tinha cabelo, aí vem turbante, veio a faixinha, eu trocava a faixinha sempre... e ele é confortável, ficava certinho na cabeça e ele tinha proteção UV também, foi bem legal.

Em confirmação à fala e busca da persona, Martins e Martins (2012) ressaltam que o crescimento das inovações tecnológicas está cada vez mais contribuindo para o crescimento de estudo sobre o usuário, nesse contexto com a aplicação do design universal e tecidos inteligentes, fica claro que o reconhecimento das diferenças de habilidades e limitações estão caminhando para que se diminua a estigmatização.

No questionamento seguinte, foi perguntado sobre a recuperação da rotina com os lenços e turbantes. Virgínia respondeu:

Aos poucos eu fui criando coragem de aparecer nos lugares com os lenços, sempre que eu estava acompanhada do meu marido, da minha família, assim eu me sentia um pouco mais segura, aí eu fui aprendendo a lidar com os lenços com turbantes né, usando a meu favor como acessório de beleza, a sobancelha eu corrigi, fiz a micropigmentação, aí eu me maquiava, e isso tudo me ajudou, me ajudou com a minha autoestima para eu poder chegar legal nos lugares, não queria nunca tá com

cara de doente ou alguma coisa desse tipo.

Segundo relatos da persona, são visíveis os resultados positivos do uso do turbante em seu período de tratamento, demonstrando que os turbantes juntamente aos lenços são possibilidades viáveis para a elevação da autoestima da mulher que passa pelo tratamento contra o câncer, sofrendo de alopecia.

Através dos depoimentos, várias sugestões de conforto, estilo e melhoria de produto surgiram acerca do turbante, e foram aproveitadas no desenvolvimento, com o intuito de elaborar um produto usável e confortável para todas as pessoas e ocasiões.

3.3 Desenvolvimento dos turbantes

Partindo das informações levantadas através da coleta de dados, entrevista aplicada, tendências atuais de moda e seguindo os parâmetros da moda inclusiva juntamente às adaptações dos sete princípios do design universal, foram desenvolvidos quatro modelos de turbantes, como proposta para facilitar o dia a dia de mulheres em tratamento contra o câncer, procurando proporcionar conforto, beleza e inclusão social.

No quadro seguinte, a autora sugere algumas adaptações realizadas através dos sete princípios do design universal, para o desenvolvimento dos turbantes como artefato de moda inclusiva, conforme as necessidades levantadas pelo usuário (persona entrevistada).

Quadro 2: Adaptações dos princípios do design universal para os turbantes.

	SOLUÇÃO	OBJETIVO
P1	Uso equitativo ou igualitário: Turbantes confortáveis e esteticamente atraentes	Design atraente para qualquer indivíduo, sem desprezar o conforto.
P2	Uso flexível ou adaptável: Turbantes em tamanho único	Produzido com malha inteligente Fluity, flexível e confortável que se adapta a qualquer tamanho de cabeça proporcionando mobilidade. Além de proporcionar conforto térmico.
P3	Uso simples e intuitivo: Turbantes prontos em formato de toucas dupla face	Possibilita ser usado nas diversas formas: frente, verso, direito, avesso, sem restrições.
P4	Informação de fácil percepção: Turbantes em tamanho único. Bases produzidas com cores sóbrias e discretas	Evitar erros na variedade de informações quanto ao tamanho e evitar exageros nas cores mantendo a discrição e elegância.
P5	Tolerância ao erro: Turbantes confortáveis sem apertar a cabeça e de alta qualidade	Produzidos com tecido dupla face para evitar marcações na pele e desconfortos, uso da malha Fluity, que é extremamente confortável e tem proteção UV protegendo a cabeça dos raios solares.

P6	Baixo esforço físico: Turbantes fáceis de colocar	Confeccionados para não promover esforço físico ao indivíduo, facilitando o seu uso diário ao vestir.
P7	Dimensão e espaço para aproximação e uso: Cuidados adequados com a modelagem	Modelagem produzida para que o usuário sinta conforto, sem que o turbante deslize pela cabeça e fique saindo do lugar causando desconforto.

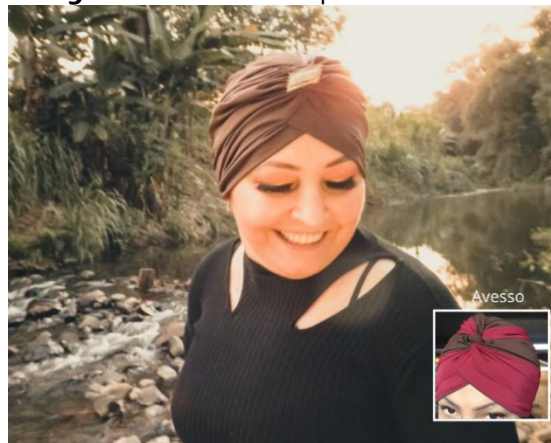
Fonte: Elaborado pela autora (2020).

As bases dos turbantes foram confeccionadas com a malha Fluity, que segundo o fabricante Santa Constância (2017) é um tecido tecnológico brasileiro, que inova oferecendo toque de extrema maciez, ajuste flexível e agradável, boa absorção da umidade, conforto térmico e proteção UV. Além das múltiplas funções que o tecido tecnológico oferece, ele é biodegradável, as peças nesse tecido são facilmente decompostas, em processo que antes levava décadas, agora ocorre em menos de três anos.

3.4 Avaliação das peças

Para concluir a pesquisa, após a confecção e devida higienização dos turbantes, foram feitos o uso e avaliação dos artefatos, registrados através de um ensaio fotográfico feito em um sítio, local retirado para evitar contaminação com COVID-19, onde a entrevistada relatou a experiência de uso das peças confeccionadas através de entrevista.

Fotografia 1: Turbante dupla face com broche



Fonte: Fotógrafa Kely Braz (2020).

No modelo de turbante da figura 1, a entrevistada relatou que: "me senti muito confortável e confiante, apesar de preferir modelos com lenços que caem sobre os ombros a peça me deixou segura até para usar em ocasiões mais sofisticadas já que tem uma opção de broche".

Figura 2: Turbante dupla face drapeado



Fonte: Fotógrafa Kely Braz (2020).

No modelo acima, o conforto e a versatilidade da peça para o dia a dia agradaram a modelo que afirmou: “eu encontrava dificuldades em achar modelos de turbantes ou lenços que combinassem com o meu estilo e esses foram confeccionados pensando em todos os detalhes”.

Figura 3: Turbante dupla face com passante para lenços



Fonte: Fotógrafa Kely Braz (2020).

Esse turbante foi sugerido pela persona por tratar-se de um modelo altamente versátil, podendo ser usado com ou sem lenços, segundo Cláudia, o modelo quando usado como lenço lhe traz a sensação dos cabelos proporcionando segurança, conforto visual e trazendo de volta a feminilidade. Em relação ao conforto da vestibilidade, a persona afirmou que: “não tem comparação aos modelos de lenços de amarração que costumam ser incômodos onde ficam os nós e escapam da cabeça aos poucos, trazendo insegurança e desconforto”.

Figura 4: Turbante dupla face transpassado com lenço embutido



Fonte: Fotografia Kely Braz (2020).

Com design arrojado e moderno o modelo da figura 4 foi o de que Cláudia mais gostou. Ela relatou que: “se eu aparecer no hospital com um modelo desses, todas as meninas que fazem tratamento vão desejar um igual”. Ela elogiou a versatilidade de uso dos lenços com modelagens inteligentes, ressaltando também o conforto da peça.

Ao perguntar informalmente durante o ensaio fotográfico se os turbantes confeccionados ficaram confortáveis e visualmente agradáveis, a entrevistada respondeu imediatamente que “sim”. E ao questionar se ela usaria no dia a dia para fazer as tarefas diárias como ir trabalhar, ir ao mercado, entre outras atividades rotineiras, ela respondeu com alegria e sem hesitar que “sim”, determinando assim o sucesso deste estudo de caso.

Por meio das peças desenvolvidas e das entrevistas e relatos de Cláudia Virgínia, foi possível perceber os benefícios que a moda inclusiva pode trazer para a vida de mulheres em tratamento contra o câncer, elevando a autoestima para manutenção e segurança do convívio social.

4 Considerações Finais

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como a moda inclusiva juntamente ao design universal podem ser aplicados para melhorar o cotidiano das pessoas, promovendo a inclusão social. Demonstra ser uma promissora vertente do mundo da moda, desconjuntando padrões preestabelecidos.

O questionário, com perguntas semiestruturadas em uma primeira etapa, conseguiu mostrar o sofrimento que a alopecia no câncer causou na vida da persona, ocasionando interferências em sua rotina. Diante das falas da entrevistada em uma segunda etapa de análise da entrevista, ficou evidente que os turbantes são possibilidades viáveis para a elevação da autoestima da mulher que passa pelo tratamento contra o câncer sofrendo de alopecia. Obteve-se a captação de informações

sobre melhorias para alcançar o turbante ideal, que foram aplicadas na confecção das peças.

A aplicação dos sete princípios do design universal juntamente ao tecido inteligente Fluity na confecção dos turbantes foi fundamental para o sucesso da ergonomia das peças, sendo responsável pelo conforto de cada modelo de turbante, concluindo-se assim que os objetivos específicos foram alcançados.

Ao realizar a prova de uso e ensaio fotográfico dos turbantes confeccionados com design universal, de acordo com a valorização da autoimagem da persona, verificou-se a satisfação sincera da usuária, permitindo perceber os benefícios que a moda inclusiva pode trazer para a vida de mulheres em tratamento contra o câncer, elevando a autoestima para manutenção e segurança do convívio em sociedade.

Por causa das limitações presentes nesta pesquisa, sendo a maior delas a pandemia de COVID-19 que acabou não permitindo que este fosse um estudo de campo feito com várias mulheres em um Hospital Sul Catarinense de alta complexidade em tratamento contra o câncer, coibindo o estudo dentro da Instituição de saúde, optou-se pelo estudo de caso de uma mulher em tratamento contra o câncer, onde os cuidados necessários para evitar contaminação foram tomados em todas as etapas, principalmente no ensaio fotográfico.

Devido à importância do assunto de pesquisa, torna-se necessário o desenvolvimento de projetos de moda destinados a este público que luta para reconstruir a sua autoimagem em busca da autoestima. Assim como é necessário o incentivo de projetos que propõem o aperfeiçoamento do design universal e seus princípios na área da moda, possibilitando o desencadear de uma moda inclusiva, que atenda às necessidades reais do usuário.

Portanto, neste estudo de caso, a forma como a aplicação do uso de turbante na rotina de uma mulher em tratamento contra o câncer pode contribuir para diminuir os impactos da perda dos cabelos na sua vida social se deu aplicando o turbante em alinhamento com a identidade visual da usuária, valorizando a sua autoimagem, através do design universal visando conforto e usabilidade e por meio de tendências de moda visando beleza e informação de moda, para existir representatividade sem nenhum constrangimento de uso.

Referências

BAITELO, T. C.; REIS, A. P. A.; GRADIM, C. V. C. A atuação da enfermagem na alopecia da mulher com câncer de mama: revisão integrativa. **Revista de Enfermagem UFPE On-Line**, Recife, p. 9898-9905, nov. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistaenfermagem/article/download/10783/11933>. Acesso em: 9 fev. 2020.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 1. ed. São Paulo: Almedina, 2011.

BRASIL. Ministério da Saúde. Instituto Nacional de Câncer. **ABC do câncer**: abordagens básicas para o controle do câncer INCA. Rio de Janeiro: MS; INCA, 2011. Disponível em: https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/abc_do_cancer.pdf. Acesso em: 19 fev. 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. Instituto Nacional de Câncer. **Estimativa 2020**: incidência de câncer no Brasil. Rio de Janeiro: MS; INCA, 2019. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/publicacoes/livros/estimativa-2020-incidencia-de-cancer-no->

brasil. Acesso em: 19 fev. 2020.

FLORIANI, F. M.; MARCANTE, M. D. S.; BRAGGIO, L. A. **Autoestima e autoimagem**: a relação com a estética. 2014. Dissertação (Curso de Cosmetologia e Estética) – UNIVALE, Balneário Camboriú, 2014. Disponível em:

<http://siaibib01.univali.br/pdf/Flavia%20Monique%20Floriani,%20M%C3%A1rgara%20Dayana%20da%20Silva%20Marcante.pdf>. Acesso em: 4 mar. 2020.

GASPAR, P. C. V. **As Tessituras do Turbante**: narrativas de força e beleza. 2019. 75 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Moda) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, Juiz de Fora, 2019. Disponível em: <http://www.ufjf.br/moda/files/2019/10/TCC-Turbante-Paula.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas SA, 2008. 248 p.

GRUBER, C. *et al.* Design universal do vestuário. *Irr*. Ergodesign – USIHC, 14., 2014, Joinville. **Anais [...]**. Joinville: Univille, 2014. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/279852940_Design_Universal_do_Vestuário. Acesso em: 7 mar. 2020.

LIMA, I. J. S. S; PORTELA, A. L. Beleza negra de cabeça feita. **Achiote.com-Revista Eletrônica de Moda**, v. 6, n. 1, p. 70-89, set. 2018. Disponível em:

<http://www.fumec.br/revistas/achiote/article/download/6225/3178>. Acesso em: 25 abr. 2020.

MARTINS, S. B.; MARTINS, L. B. Ergonomics, design universal and fashion. **Work: A Journal of Prevention, Assessment and Rehabilitation**, Amsterdam, v. 1, p. 4733-4738, 2012. Tradução Google tradutor. Disponível em: <https://content.iospress.com/articles/work/wor0761>. Acesso em: 7 mar. 2020.

PEREIRA, A; CRUZ, M. A. X. Moda inclusiva: a necessidade da moda inclusiva no mundo hoje. **Revista Tecnológica da Fatec Americana**, São Paulo, v. 4, n. 1, p.125-150, set. 2016. Disponível em:

<https://fatecbr.websiteseuro.com/revista/index.php/RTecFatecAM/article/view/67>. Acesso em: 25 abr. 2020.

PINTO, T. C. L.; DOLZAN, J. E.; GOMEZ, L. S. R. Design universal sob a ótica dos estudantes e profissionais brasileiros. **DAPesquisa**, v. 6, n. 8, p. 608-625, 2011. Disponível em:

<http://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/14038/9143>. Acesso em: 9 mar. 2020.

REIS, A. P. A. **Alopecia**: cotidiano da mulher com câncer de mama em tratamento quimioterápico. 2012. 109 f. Dissertação (Mestrado em Enfermagem) - Universidade Federal de Alfenas, Alfenas, 2012.

Disponível em: <https://bdtd.unifal-mg.edu.br:8443/handle/tede/328>. Acesso em: 4 mar. 2020.

SANCHES, M. C. F.; MARTINS, S. R. M. Projetando mensagens visuais: a contribuição das ferramentas de síntese imagética no design de moda. **Revista Estudos em Design (online)**, v. 23, n. 1, p. 108-117,

2015. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/200>. Acesso em: 4 mar. 2020.

SANTACONSTANCIA. **CO² Control**. c2017. Disponível em: <http://santaconstancia.com.br/noticias/co2-control-3/>. Acesso em: 20 mar. 2020.

SANTOS, D.L; SANTANA, R. B. J; SILVA, R. L. O Turbante como Representatividade da Identificação

Negra. **RELACult-Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade**, Jaguarão, v. 3, n. 2,

p. 121-128, ago. 2017. Disponível em: <http://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/420>. Acesso em: 25 abr. 2020.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

VALÉRIO, D; MEDOLA, F. O; PASCHOARELLI, L. C. Moda inclusiva com foco em mulheres no pós operatório do câncer de mama. **Blucher Design Proceedings**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 1582-1590, maio 2015. Disponível em: <http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/moda-inclusiva-com-foco-em-mulheres-no-ps-operatrio-do-cncer-de-mama-19110>. Acesso em: 25 abr. 2020.

WOLTZ, S; CARVALHO, M. A. F. Vestuário inclusivo: a adaptação do vestuário às pessoas com necessidades especiais. *In*: COLÓQUIO DE MODA, 4., 2008, Novo Hamburgo. **Anais [...]**. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2008. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/42438.pdf>. Acesso em: 25 abr.2020.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução: Daniel Grassi. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 212 p.