



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE CULTURA E ARTE - ICA
PROGRAMA DE GRADUAÇÃO EM DESIGN E MODA

THIAGO JOSÉ MAIA

MOCHILA
UMA ANÁLISE ENTRE A ERGONOMIA E A ESTÉTICA

FORTALEZA
2016

THIAGO JOSÉ MAIA

MOCHILA

UMA ANÁLISE ENTRE A ERGONOMIA E A ESTÉTICA

Trabalho para Conclusão do Curso de Graduação em Design-Moda, do Instituto de Cultura e Arte, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: MsC. Maria do Socorro de Araújo

FORTALEZA

2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

T364m Thiago, José Maia.

Mochila : uma análise entre a ergonomia e a estética / José Maia Thiago. – 2016.
46 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2016.

Orientação: Profa. Ma. Maria do Socorro de Araújo.

1. Mochila. 2. Ergonomia. 3. Estética. 4. Conforto. 5. Moda. I. Título.

CDD 391

THIAGO JOSÉ MAIA

**MOCHILA
UMA ANÁLISE ENTRE A ERGONOMIA E A ESTÉTICA**

Trabalho para Conclusão do Curso de Graduação em Design-Moda, do Instituto de Cultura e Arte, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. MsC. Maria do Socorro de Araújo (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. MsC. Gabriela Vieira Rebouças
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. MsC. Rita Cláudia Aguiar Barbosa
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

Aos meus pais, minha irmã, meus amigos e
meu amor.

AGRADECIMENTOS

A Deus, sem Ele nada seria possível.

Aos meus pais: Paulo Soares Maia e Antônia Lelia Azevedo Maia; e minha irmã: Camila Maria Maia, que sempre me apoiaram nas minhas decisões e sempre me incentivaram.

Às minhas amigas de faculdade pela companhia, apoio e pelos bons momentos que vivemos na UFC.

À Professora Maria do Socorro de Araújo, orientadora desse trabalho que teve toda paciência, me deu apoio e me orientou para realização desse trabalho.

A todos os professores do Curso de Design Moda, pelos momentos de aprendizado e experiências.

Ao meu amor, que está sempre ao meu lado, apoiando-me e ajudando a concretizar meus sonhos.

“Às vezes, nossa vida não parece diferente da vida de nossos antepassados, você realmente precisa das mãos livres para negociar pela selva urbana. A solução natural e mais antiga, obviamente, é a mochila” (LIZA MELLER, 2011, p.104).

RESUMO

A mochila é um acessório de moda, que tem um grande poder estético. Nos dias atuais, no corre e corre da vida moderna, funcionalidade, conforto e ergonomia podem ser fundamentais na escolha deste acessório. O presente trabalho teve como objetivo analisar a importância da mochila na sociedade contemporânea de Fortaleza, e foi desenvolvido com estudantes que transitaram no campus das Humanas na Universidade Federal do Ceará - UFC, Bairro Benfica, em Fortaleza - CE. Para obtenção de dados da pesquisa foi realizado um estudo bibliográfico que embasou teoricamente o trabalho e pesquisa de campo, com aplicação de um questionário. O trabalho fez um levantamento sobre o contexto histórico da mochila, suas funções, e em seguida analisou as questões ergonômicas e simbólicas desse acessório como um elemento de moda. A pesquisa mostrou tanto a ergonomia quanto a estética são importantes para os usuários da mochila, participantes da pesquisa. No entanto, os atrativos estéticos são decisivos na compra desse acessório. Além disso, o estudo demonstrou que, o conforto da mochila, é fundamental na decisão de um uso mais frequente no dia-a-dia.

Palavras-chave: Mochila. Estética. Ergonomia.

ABSTRACT

The backpack is a fashion accessory, which has a great aesthetic power. Nowadays in the run-and-run of modern life, functionality, comfort and ergonomics can be key in choosing this accessory. The present work had as objective to analyze the importance of the backpack in the contemporary society of Fortaleza, and was developed with students who transited in the Campus of Humanas at the Federal University of Ceará - UFC, Bairro Benfica in Fortaleza - CE. To obtain data from the research, a bibliographical study was carried out, which theoretically supported the work, and field research, with the application of a questionnaire. The work surveyed the historical context of the backpack, its functions, and then analyzed the ergonomic and symbolic issues of this accessory as a fashion element. Research has shown that both ergonomics and aesthetics are important for backpack users participating in the research, however, the aesthetic appeal is decisive in the purchase of this accessory. In addition, the study demonstrated that, the comfort of the backpack is fundamental in the decision of a more frequent use in the day to day.

Keywords: Backpack. Aesthetics. Ergonomics.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|--|----|
| Figura 1 – Mulher negra carregando o filho | 16 |
| Figura 2 – Evolução das mochilas..... | 17 |
| Figura 3 – Revista The Outing Magazine | 17 |
| Figura 4 – Mochilas Antigas..... | 17 |
| Figura 5 – Mochila dos Soldados..... | 18 |
| Figura 6 – Soldados Belgas 1914..... | 19 |
| Figura 7 – Soldados Alemães 1914..... | 19 |
| Figura 8 – Dick Ketty e a logo de suas mochilas..... | 20 |
| Figura 9 – Alunos década de 1980..... | 21 |
| Figura 10 – Mochila Pocone..... | 21 |
| Figura 11 – Mochilas atuais..... | 22 |
| Figura 12 – Postura ao usar a mochila..... | 24 |
| Figura 13 – Estudante da Universidade Federal do Ceará | 37 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 – Amostragem número de entrevistados..... | 34 |
| Gráfico 2 – Amostragem de idade dos entrevistados..... | 34 |
| Gráfico 3 – Amostragem relacionando os principais materiais na confecção de uma mochila..... | 35 |
| Gráfico 4 – Amostragem relacionando os principais fatores na escolha de uma mochila..... | 36 |
| Gráfico 5 – Amostragem relacionando a combinação de roupa e mochila..... | 36 |
| Gráfico 6 – Amostragem relacionando os principais fatores na troca de mochila..... | 38 |
| Gráfico 7 – Amostragem de meios de transporte..... | 39 |

SUMÁRIO

| | | |
|------------|--|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO..... | 13 |
| 2 | REFERENCIAL TEÓRICO..... | 15 |
| 2.1 | Histórico da mochila..... | 15 |
| 2.2 | Ergonomia e conforto: pressupostos importantes para a concepção da mochila. | 22 |
| 2.3 | Simbolismo da mochila: estética como valor agregado..... | 26 |
| 2.4 | Mochila e consumo..... | 28 |
| 3 | METODOLOGIA..... | 30 |
| 4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO..... | 32 |
| 4.1 | Bairro Benfica..... | 32 |
| 4.2 | Análise dos Resultados dos Inquéritos..... | 33 |
| 5 | CONCLUSÃO..... | 39 |
| 6 | REFERÊNCIAS..... | 42 |

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta o resultado de pesquisa sobre a ergonomia e estética da mochila. Esse acessório surgiu da necessidade que o homem nômade teve no transporte de seus objetos pessoais. Ao longo da história, tem seu papel estético cada vez mais explorado como elemento de moda, mais até do que sua própria função prática de carregar objetos. Inicialmente esse transporte, na maioria das vezes, necessitava que o homem tivesse as mãos desocupadas, a fim de exercer outras atividades, enquanto isso transportava nas costas aquilo que viria a ser conhecida futuramente como mochila. As primeiras mochilas eram feitas de matérias rústicas, como por exemplo: peles de animais. Posteriormente materiais, como couro e a lona, passaram a ser mais comuns.

O objetivo geral desta pesquisa é estudar esse acessório, analisando a importância da estética e ergonomia como fatores predominantes na escolha da mochila. A escolha da mochila é feita em função do conforto e da preocupação com o tipo de vestuário que o usuário está utilizando. A pesquisa foi realizada com usuários desse acessório, estudantes escolhidos aleatoriamente, transitando no Campus de Humanidades, na Universidade Federal do Ceará (UFC), Bairro Benfica.

Dentre os objetivos específicos estão: estudar o contexto histórico da mochila, situando o surgimento do acessório de moda e sua evolução ao longo do tempo. Compreender sua funcionalidade e ergonomia.

A metodologia utilizada nesta pesquisa tem um caráter descritivo e exploratório, pois busca proporcionar maior familiaridade com esse acessório, estudando seu contexto histórico na sociedade, tornando-o mais explícito através dos resultados obtidos com a pesquisa. Também é de cunho bibliográfico.

A metodologia aplicada neste estudo tem caráter qualitativo e quantitativo. Foram entrevistados estudantes que transitavam pela UFC, no campus do Benfica, e que faziam uso desse acessório de moda.

Essa abordagem metodológica objetivou comprovar que uma mochila possuindo uma estética mais ousada, seja por uma estampa ou tecido diferenciado, é mais desejada pelo valor simbólico do que uma mochila que desempenhe a sua função prática, funcional e ergonômica, porém não tenha atrativos estéticos. Dessa maneira, foi feito uso de um método experimental, por meio da experimentação comprovada. Foi aplicado

questionário com pessoas aleatórias, mas que faziam uso de mochila, com intuito de obter os resultados desejados para pesquisa.

Este trabalho foi dividido em cinco capítulos. Iniciou-se este estudo com um capítulo introdutório. Em seguida, o referencial teórico embasa a pesquisa com a história da mochila, ergonomia e suas funções, simbolismo e consumo da mochila como um elemento de moda. Além disso, o trabalho analisa as relações que os usuários têm com esse acessório de moda. Finalmente a última parte deste trabalho apresenta os resultados obtidos e a conclusão da pesquisa.

Essa pesquisa apresenta um valor pessoal, pois surgiu a partir do interesse e paixão por esse acessório, considerado atualmente muito democrático. O interesse pelo tema da pesquisa sobre mochila surgiu a partir do momento que o pesquisador, observou o quão poucas pesquisas existiam sobre esse acessório de moda, e a quantidade de pessoas a usá-lo atualmente. Incluindo não apenas estudantes de ensino fundamental, médio e universitário, mas também o uso comum da mochila por pessoas que não são estudantes e que frequentam o bairro escolhido para o estudo, o Benfica.

O trabalho tem importância, pois aprofunda o assunto e, também, traz contribuições à academia com novos saberes sobre a temática, levando em consideração a escassez de publicações com o foco nesse acessório.

2. REFERÊNCIAL TEÓRICO

O trabalho tem embasamento teórico em referenciais do histórico da mochila, considerando-a como um acessório de moda, além de conceitos de ergonomia, estética e conforto. As mochilas já não são vistas apenas como um objeto útil que guarda/acondiciona/transporta, conferindo ao seu usuário determinado estilo.

2.1 Histórico da Mochila

Desde o surgimento da espécie humana, o homem sempre teve a necessidade de se diferenciar e juntamente com a vontade de se distinguir dos outros levou o homem a adornar-se com acessórios.

Um item que completa o visual de um look. Desde a viragem do milênio, todas as casas de moda, passaram a dar grande importância aos acessórios, como ferramentas comerciais que consolidam uma maior exposição da marca de forma geral. Uma das razões para este fenômeno é que os acessórios, mais que as roupas, são verdadeiros ícones da essência de um determinado estilo (FEYERABEND, 2012, p.4).

Os acessórios de moda são conhecidos como vestuário, tanto que ocupam lugar de destaque até hoje em nossa sociedade. Vale salientar tanto a moda quanto os acessórios, em particular a mochila, surgiram muito antes de fazerem parte do universo da moda, tal e qual como conhecemos nos dias atuais.

Lipovestky (2010) afirma que a moda não é para todos os tempos, nem todas as civilizações, ou seja, a partir do fim da Idade Média é possível reconhecer a sua ordem como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus safanões e suas extravagâncias.

De acordo com o Dicionário Aurélio (2010), mochila é um tipo de bolsa, equivalente a um saco que se carrega nas costas, e onde guardam objetos de uso pessoal. Já Sabino (2007) considera a mochila como um tipo de bolsa levado nas costas usada por crianças, homens e mulheres, e que pode ser feita de diferentes materiais, tais como couro, lona, plástico, nylon e vários outros materiais.

Dessa forma é importante salientar que, paralelo ao desejo de ornamentação do homem primitivo, surgia também a necessidade de transportar os objetos de um lugar para o outro. Ao longo do tempo, esses objetos foram se diversificando, e logo ficou impossível carregá-los apenas nas mãos. Assim o homem passou a pendurá-los ou amarrá-los em seu próprio corpo, a fim de permanecer com as mãos livres para desempenhar outras atividades.

Conforme a história, a mochila primitiva foi criada no continente africano, onde as primeiras eram feitas de emendas de peles de animais. A sua principal função era carregar água, comidas em geral, e eventualmente os filhos. Naquela época a mochila possuía um formato diferente, da qual conhecemos hoje, em que as qualidades ergonômicas e estéticas não eram tão valorizadas (SITE RISCA).

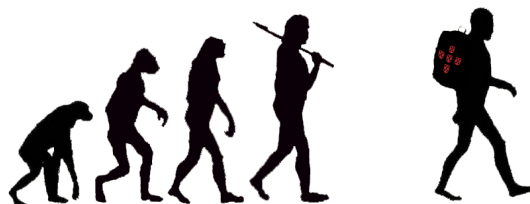
Figura 1 – Mulher negra carregando o filho



Fonte: <http://pretaegorda.blogspot.com.br/2013/02/empoderamento-da-mulher-preta-sim-mas.html>

Já no Império Romano os patrões cortavam os cabelos dos seus servos muito curtos, a fim de distingui-los socialmente. Devido a isso, eram chamados de “*mutilus*” (mutilado). Os cabelos compridos eram bastante apreciados em Roma antiga, a ponto de ser considerado aleijado aquele que não possuía cabelos longos. Portanto, “*mutilus*” acabou sendo sinônimo de “criado”. Após uma passagem pela região do Basco, a palavra passou a “*moxtil*”, o que acabou designando o saco que os servos costumavam levar nas costas para carregar os objetos dos patrões, ou seja, os princípios da mochila que conhecemos nos dias de hoje. A palavra mochila é derivada do latim. Porém, vale salientar que o conceito desta palavra no português está mais aproximado da palavra em inglês “*backpack*”, surgido nos Estados Unidos em 1914, e que, carrega todo o conceito de praticidade e liberdade (SITE RISCA).

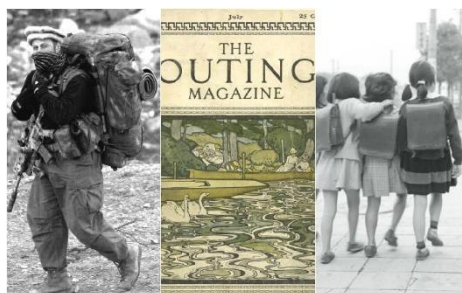
Figura 2 – A evolução das mochilas



Fonte: <http://mochilismoportugal.blogspot.com.br>

Os princípios de uma mochila, distinta dos modelos de hoje em dia, surgiu quando uma revista americana, chamada: “*Outing Magazine*”, ensinava seus leitores a dobrar uma coberta de forma que virasse um saco para carregar nas costas. O modelo apresentado pela revista caiu no gosto popular, sofrendo algumas modificações (SITE RISCA).

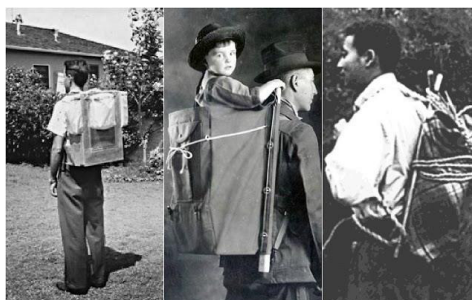
Figura 3 – Revista The Outing Magazine



Fonte: <http://www.todepassagem.com/2015/06/falando-de-mochila-e-sua-historia.html>

Inicialmente a mochila ocupava um papel mais funcional do que estético. A sua principal função era o seu desempenho, ou seja, carregar os objetos.

Figura 4 – Mochilas antigas



Fonte: <http://www.todepassagem.com/2015/06/falando-de-mochila-e-sua-historia.html>

No fim do século XIX, algumas pessoas faziam uso de escravos, que por sua vez, eram encarregados de transportar tudo que fosse útil ao seu senhor. Anos depois, surgiram os veículos de tração animal, depois barcos e dentre outros. Nessa mesma época surgia a necessidade de atender os serviços de entregas de encomendas (serviços postais), então, se originou a confecção padronizada de bolsas específicas. Nessa mesma época viajar não era coisa comum a todos, e quando se fazia era necessário carregar vários baús ou mesmo caixotes de madeira.

No início do século XX, com a ocorrência de guerras pela Europa, houve a necessidade de transporte dos itens individuais e essenciais dos soldados para os campos de batalhas. Desenvolveram-se então algumas bolsas para ser transportado (nas costas), fazendo com que os soldados pudessem ficar com as mãos livres. Estas bolsas dos militares, conhecidas como bornais, eram rústicas com tampa, apenas com duas alças. O bernal carregava tudo que era necessário ao soldado para a sobrevivência no campo. Dentro havia um saco de dormir, roupas, argolas, ferramentas de combate. Na parte traseira do bernal havia um bolso com abotoamento, onde eram colocados os alimentos (MELLER, 2011).

Figura 5 – Mochilas dos soldados



Fonte: <http://blog.rotaperdida.com.br/2016/07/28/conheca-as-mochilas-militares-da-invictus>

Meller (2011) enfatiza que as mochilas dos soldados eram muito práticas, sendo um excelente design de bolsas. O bernal M-1910 do exército americano é considerado um dos melhores exemplos de praticidade, funcionalidade e design. Era feito a partir de um corte simples de lona na cor cáqui, com duas alças largas para os ombros, que colaborava para que as mãos estivessem livres para uso das armas em determinadas situações. Um outro detalhe deste modelo, também, era que os soldados se prendiam a um cinto de lona na cintura.

Figura 6 – Soldados Belgas 1914



Fonte: <http://1guerramundial-historiaecuriosidades.blogspot.com.br/>

Passado o período das guerras, descobriu-se outra atividade para quais os bornais de costas seriam bastante úteis. As atividades aventureiras como por exemplo: a escalada de montanhas. Sobretudo a Europa, necessitava de um objeto para que o montanhista carregasse consigo todo um aparato para sua sobrevivência, e logo pudessem ter as mãos livres para escalar. Os primeiros exemplares desses acessórios indispensáveis para essas atividades de escaladas eram feitos de materiais simples e rústicos, como peles de animais e couro.

Figura 7 – Soldados Alemães 1914



Fonte: <http://1guerramundial-historiaecuriosidades.blogspot.com.br/>

O crescimento das atividades de escalada e caminhada, permitiu que as mochilas se tornassem muito comuns entre os alpinistas. Um dos pioneiros na criação desse acessório foi Dick Ketty, um alpinista, que em 1952, com a ajuda de sua esposa, desenvolveu a bolsa com objetivo de carregar o seu equipamento de escalada. Foi dele a ideia de buscar materiais mais leves como o alumínio, e, também, adicionou alças de

almofadas e bolsos com zíper. Assim, Ketty tornou a fabricação de mochilas um negócio (SITE ITALIA MILANO).

Figura 8 – Dick Ketty e a logo de suas mochilas



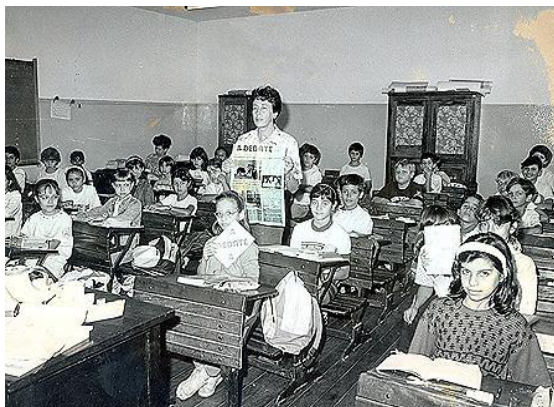
Fonte: <http://www.todepassagem.com/2015/06/falando-de-moda-mochila-e-sua-historia.html>

A década dos movimentos sociais foi 1960/1970, período marcado por preocupações com a natureza, com a saúde e com um estilo de vida mais simples. Os jovens dessa época evitavam produtos em série, tornando as mochilas grandes sacos de ombro. As viagens que faziam tornaram populares esse acessório.

Durante a década de 1980, com estilo unissex, alguns objetos eram pertencentes a ambos os gêneros masculino e feminino. Portanto, mochila viria a ser um exemplo disso. Também durante esse período houve crescimento da moda desportiva, o famoso estilo “*Dress for succes*”, e a preocupações com a saúde e o desenvolvimento de esportes, estimulou a criação de mochilas mais esportivas. Nesse período, o mundo alcançou certa estabilidade política e econômica. Para Lehnert (2010) a moda foi marcada pelo culto do êxito e pela ideia de que tudo era possível. Esse quadro é enriquecido ainda pela simultaneidade de tendências subversivas, como a moda *punk*, e também, do *look* que valorizava o tempo livre com o consequente incremento do vestuário desportivo.

A mochila escolar surgiu como modismo no Brasil, na década de 1980. Foi adotada por crianças e adolescentes como o utensílio mais utilizado para o transporte de material didático no trajeto de casa para escola e vice-versa. Quando comparadas com outros meios de transporte de material escolar (fichário ou bolsa a tiracolo), a mochila apresenta inegáveis vantagens: permite a repartição simétrica do peso por ambos os ombros, deixando livres as mãos (COSTA et al., 2005; LOPES, 2002).

Figura 9 – Alunos década de 1980



Fonte: <http://www2.uol.com.br/debate/1529/cadd/cadernod08.htm>

De acordo com Lopes (2002), diversos estudos foram empreendidos no sentido de ser encontrada outras formas alternativas, mais eficazes, para se transportar cargas. Contudo, a mochila tem mantido maior consenso quanto à eficácia oferecida. Atende a algumas variáveis, como dimensão, quantidade e volume da carga transportada, ou mesmo a distância e o tipo de terreno em que se realiza o percurso com transporte da mesma.

Em 1985, a marca *Prada* criou a mochila “*Pocone*”, ícone de estilo, feita em poliéster preto e com a logo da marca na frente. Foi um dos primeiros modelos unissex, obteve aclamação geral e durante muito tempo ela se tornou a “*it bag*” de sua época, influenciando uma geração inteira de imitações e variações (MELLER, 2011).

Figura 10 – Mochila Pocone



Fonte: <http://www.bolsaetc.com/prada-mochila-pr-117-324093.htm>

A mochila se tornou um símbolo de mobilidade e consagração como um acessório urbano na década de 1990, utilizado basicamente por jovens, para carregar os

livros escolares. As reverberações da mochila da *Prada* ainda são sentidas atualmente como no modelo da marca *Sportmax*.

Sempre acompanhando as evoluções da moda, grandes ou pequenas, as mochilas conquistaram seu lugar na sociedade e os públicos masculino e feminino de forma irrefutável e definitiva. Nos dias de hoje, as mochilas são feitas de diferentes materiais, tais como: fibra de vidro ou carbono, nylon, jeans, sarja, plástico, etc. Também podemos salientar a infinidade de aviamentos que ajudam a ornamentar esse acessório de moda. Foi quase um século de evolução de formatos e materiais (SITE RISCA).

Figura 11 – Mochilas atuais



Fonte: <http://www2.uol.com.br/debate/1529/cadd/cadernod08.htm>

2.2 Ergonomia e conforto: pressupostos importantes para a concepção da mochila.

O conceito de Ergonomia, de acordo com Iida (1993), é compreendido como o estudo que relaciona o homem e seu trabalho, equipamento e ambiente, e particularmente a aplicação dos conceitos de anatomia, fisiologia e psicologia na solução dos problemas sugeridos desse relacionamento. Já para Wisner (1987), a ergonomia é o conjunto de conhecimentos científicos relativos ao homem e necessários para a concepção de produtos e ferramentas, máquinas e dispositivos que possam ser usados com o máximo de conforto, segurança e eficácia, baseando-se nos conhecimentos do homem. Com relação à antropometria, sociologia, psicologia e fisiologia, é útil para criação de diversos produtos e serviços.

As atividades motoras, do ponto de vista que envolvem movimentos e esforços físicos, como por exemplo, carregar a mochila nas costas, exigem um grau de atenção por conta do impacto do peso em relação à atividade exercida. De acordo com

Gomes Filho (2003) as atividades motoras envolvem o uso de critérios e métodos adequados, assim, o projeto do objeto deve ser previsto, principalmente relacionando o esforço físico aos parâmetros de velocidade e o grau de precisão para realizar a atividade em questão.

Entretanto, não se deve focar apenas na maneira correta de se carregar a mochila. É fundamental o controle da carga transportada, principalmente pelos usuários, que transportam diariamente uma quantidade exagerada. Se por um lado a mochila é ideal para dividir a carga, por outro, quando mal utilizada, pode representar um perigo para quem faz uso de maneira incorreta.

Os problemas ergonômicos relacionados a esse fator dizem respeito ao projeto inadequado de peças e componentes de manuseios que exijam esforços físicos incompatíveis com a capacidade física do usuário, principalmente em postos de trabalhos e atividades. Naturalmente, aqui também esse fator se condiciona, fundamentalmente, às características de biótipo, sexo e idade do usuário (GOMES FILHO, 2003, p.33).

Segundo Teixeira (1997), a idade escolar é uma fase em que os alunos necessitam carregar muito material escolar diariamente. Devido a uma má distribuição de peso ou ao mau uso da mochila, usando apenas a distribuição de peso em uma das alças sobre um dos ombros ou a falta de informação sobre os possíveis riscos. Ainda segundo o autor, durante a infância e adolescência, principalmente, é de importância fundamental, o uso correto da mochila, pois nessa fase os jovens encontram-se com suas estruturas ósseas e muscular em formação, tornando-se muito vulneráveis as alterações na coluna, podendo resultar em graves problemas posturais. Dentre as principais doenças, as mais comuns, causadas pelo uso indevido da mochila, destacando a lordose e escoliose.

Gardner (1988) afirma que uma curvatura da coluna vertebral de concavidade posterior, também chamada de curvatura secundária, é denominada de lordose. Já para Knoplich (1958) a lordose é a curva que se observa no perfil de uma coluna vertebral, na convexidade da região cervical e da região lombar. O comum é que se associe a ideia da lordose ao aumento da curva na região lombar. Estudos demonstram que o peso da mochila está diretamente relacionado com o aparecimento de alterações de postura, sobretudo ao nível de lordose.

Kahle (2000) afirma que uma curvatura lateral é denominada escoliose, e escolioses mínimas são observadas com frequência em radiografias. A curvatura lateral para direita do plano sagital mediano é mais frequente do que à esquerda.

As posturas inadequadas, adotadas pelas pessoas usuárias de mochila, principalmente crianças e adolescentes, levam a desequilíbrios musculares e conseqüentes alterações posturais. E ainda podendo inclusive promover distúrbios de crescimento, principalmente durante a faixa etária de 10 a 15 anos, frequência ampliada em que ocorrem alterações posturais.

Figura 12 – Postura ao usar a mochila



Fonte: <http://www.fisioweb.com.br/porta/artigos/categorias/46-Posturologia/1207-alteracoes-posturais-em-escolares-relacionadas-ao-uso-de-mochilas.html>

A maneira a qual se utiliza a mochila, como carregar, levantar a mesma e retirá-la das costas são repetições que ao final do dia fazem muita diferença na coluna vertebral, trazendo dores e alterações posturais progressivas, caso seu uso não seja executado de maneira correta.

A mochila ideal para se usar é aquela que possui as alças largas e acolchoadas, não devendo ultrapassar a cintura e a largura não deve ser maior do que o dorso da pessoa. Vale salientar que o peso ideal não deve ultrapassar 10% do peso da pessoa (SITE FISIOWEB).

O fato de principalmente os jovens usarem mochilas pesadas pode ser considerado como um hábito, que gerará, não só no futuro, mas também no presente, uma série de problemas posturais, que conforme Bradford (1994) afirma: os hábitos posturais continuaram a ser considerados como a causa da escoliose durante o século XIX.

Conforme Iida (2005) o conceito de ergonomia é abordado como uma ciência multidisciplinar, por fazer uso de diversas áreas do conhecimento, no campo das ciências

humanas, biológicas, tecnológicas, relacionando-se com os profissionais que desenvolvem produtos para ser utilizado pelo homem. Os objetivos práticos da ergonomia são, a segurança, a satisfação e o bem-estar dos trabalhadores e clientes no seu relacionamento com os sistemas produtivos, e com os produtos propriamente ditos, como por exemplo, a relação do ser humano com a mochila.

As empresas, diante de um mercado cada vez mais competitivo, não devem apenas prezar pela qualidade do produto ou serviço, mas apresentar maiores vantagens ao usuário, em relação aos concorrentes. Principalmente empresas, de moda, devem oferecer produtos que desempenhem bem as qualidades ergonômicas, pois essas muitas vezes não são tão visíveis quanto às qualidades simbólicas, como estampas, cores, texturas.

O desenvolvimento bem-sucedido de novos produtos exige que se estabeleça uma organização eficaz, para administrar o processo, que vai desde a origem das ideias, até o planejamento de marketing para seu lançamento. Portanto, o processo de desenvolvimento de produtos deve ser bem planejado, para que o produto seja ergonômico e tenha uma estética agradável ao consumidor final.

Projetar um produto, compreende uma expectativa em que a ergonomia fornece subsídio para o designer atender às necessidades física, psicológica e social do usuário. Além de aumentar o conforto, a segurança e o desempenho do produto.

Na concepção de um produto, o principal objetivo é criar a função adequada para o aumento do desempenho do objeto, de modo que satisfaça as necessidades e expectativas do usuário.

Para Lobach (2000) as funções práticas são colocadas em primeiro plano de interesse por se situarem no nível orgânico-corporal, ou seja, nos aspectos de uso, por isso, devem agregar os aspectos relacionados à segurança, facilidade de manutenção, manuseio, usabilidade e conforto.

A qualidade ergonômica do produto é a que garante uma boa interação com o usuário. Inclui a facilidade de movimento, adaptação antropométrica, fornecimento claro de informações, facilidades de “navegação”, compatibilidades de movimentos e demais itens de conforto e de segurança (Iida, 2005).

O Conforto é uma condição de comodidade, bem-estar e segurança, percebida pelo usuário nos níveis físico e sensorial. O conforto de um vestuário deve, ainda, proporcionar ao seu usuário liberdade de movimentos, conforto tátil, conforto térmico, conforto visual e bem-estar emocional (MARTINS, 2005). Para Leininger (1985), o

conforto significa o cuidado para aliviar as dores e desconfortos, ou tornar alguém livre de ameaças próprias, internas ou externas.

O conforto é essencial na escolha de um produto, principalmente no caso do objeto em estudo, a mochila, em que o usuário usa geralmente escolhe a partir de um conjunto de características, nos quais são abordadas na pesquisa. Já para Broega (2006) o conforto é uma necessidade universal e fundamental para os seres vivos, pois todas as realizações podem ser consideradas como um esforço.

Assim, para melhorar os nossos níveis de conforto na vida, é desejável um estado de harmonia fisiológica, psicológica e física entre o ser humano e o ambiente. Ainda segundo Broega (2006), citando Slater (1986), conforto é a ausência de dor e de desconforto em estado neutro. A autora divide o conforto em quatro tipos: termofisiológico, sensorial, ergonômico e psico-estético (BROEGA, 2006).

Conforto termofisiológico está relacionado ao estado térmico e a umidade da superfície da pele confortável, que envolve a transferência de calor e de vapor de água através dos materiais têxteis. Levando em consideração ao uso da mochila, podemos dizer que esse conforto está relacionado com a temperatura que o acessório causa ao entrar em contato com o corpo de quem utiliza. Já o conforto sensorial está relacionado ao conjunto de sensações neurais, ou podemos citar como sendo a sensação de toque, quando o indivíduo entra em contato com o objeto.

Com relação ao conforto ergonômico, podemos destacar a capacidade que a mochila tem de adequação ao corpo, como também a possibilidade de permitir os movimentos do corpo de quem a usa.

E por fim o conforto psico-estético é a percepção subjetiva de avaliar a estética, com base na visão, toque, audição e olfato, que contribuem para o bem-estar total do portador da mochila.

2.3 Simbolismo da Mochila: estética como valor agregado

A função estética é a que responde pelo contato primário e direto com o usuário. Ela envolve elementos de comunicação como as percepções humanas, em que a beleza das formas tem como objetivo atrair a atenção e cativar o usuário.

Segundo Löbach (2000), a função estética dos produtos é um aspecto psicológico da percepção sensorial durante o seu uso. Já para Pugh (1990), ao analisar o

ponto de vista do mercado, lembra que para qualquer produto, o cliente vê isto (a estética) primeiro, antes de comprar. O desempenho físico vem depois.

A função estética está relacionada com o aprimoramento visual da aparência externa buscando o “encantamento” do cliente como sua principal característica. O desempenho visual vem sempre em primeiro lugar. Visto por esse ângulo, a estética ganha ares de elemento de diferenciação, contribuindo diretamente para o sucesso de muitos produtos. Uma das características que diferencia essa função das outras, conforme citado anteriormente, é seu caráter subjetivo.

As funções simbólicas estão ligadas a comportamentos e motivações psicológicas individuais ou partilhadas pela coletividade, e cada um reage em função de um sistema de valor próprio, e de um sistema de referências sociais e culturais. Suprem, portanto, necessidades subjetivas tais como: aparência (forma, cor, textura), status social, dentre outros, estando diretamente vinculadas ao contexto social e cultural (ONO, 2006).

Por meio da função simbólica, um produto desperta confiança na medida em que reflete a “auto-estima do consumidor” e ajuda a construir a sua imagem perante os outros. Além disso, a aparência visual do produto, sua imagem visual, “construída pela incorporação do estilo de vida, valores de grupos e emoções”, ajuda a transmitir a impressão sobre o aspecto funcional do produto, quanto ao seu desempenho, mesmo antes do consumidor ter tido a oportunidade de verificar seu funcionamento efetivo (BAXTER, 2001).

Um consumidor percebe o símbolo de uma empresa quando um produto industrial, durante seu uso, faz lembrar o seu fabricante, suas experiências no passado com este fabricante ou outros produtos da mesma marca. Diante do exposto, ficou evidente que a função estética e a função simbólica têm estreita relação e interdependência entre si. Para executar a função para a qual foi criado os produtos precisam ter qualidades que satisfaçam seus usuários.

Para Iida (2005) a qualidade estética é a que proporciona prazer ao consumidor. Envolve a combinação de formas, cores, materiais, texturas, acabamento e movimentos para que os produtos sejam considerados atraentes e desejáveis aos olhos dos consumidores. A mochila, assim como outras categorias de produtos, apresenta seu papel estético de forma atrair o consumidor para comprar.

O desenvolvimento de produto deve contemplar aspectos mais abrangentes do que a mera estilização do produto, primando por sistematização das informações e decisões na conduta projetual (TREPTOW, 2003).

Rech (2002) conceitua produto de moda como qualquer elemento ou serviço que conjugue as propriedades da criação (*design* e tendências de moda), qualidade (conceitual e física), vestibilidade, aparência (apresentação) e o preço a partir das vontades e anseios do segmento de mercado ao qual o produto se destina. Estes são altamente orientados para o mercado e devem contemplar, além da função de abrigo e proteção, os valores simbólicos dos códigos estéticos.

O conceito estético-formal do objeto, a organização visual da forma contribui com um importante papel. Desse modo, no *design* deve-se pensar e articular os conceitos e atributos projetivos referentes à configuração do produto que, sem dúvida alguma, se relaciona e influencia na melhor qualidade de seu padrão estético. Como, por exemplo, com relação aos princípios ditados pelas leis da *Gestalt* conectadas às categorias conceituais de harmonia, equilíbrio, contraste visual e adequada pregnância visual, incluindo as categorias conceituais relativas às técnicas visuais aplicadas (GOMES, 2008).

Atualmente, um produto de *Design* não deve valorizar apenas o sentido da visão, apesar de ser este que o melhor aprecia a estética e harmonia, deverá de contemplar cada vez mais o conforto do seu utilizador (SHIMID, 2005). Apesar da estética apresentar um importante papel que influencia o consumidor da mochila no ato da escolha desse produto, não deve apenas apresentar uma estética agradável aos olhos, mas tem que acima de tudo desempenhar sua função ergonômica.

Baldini (2006) afirma que a moda joga um papel central nesta mudança intencional, que nos convida a escolher entre a sedução e a elegância, entre otimismo e a contestação, entre a juventude e a maturidade. Com efeito, nos dias de hoje, esta tornou-se um fenômeno social de difícil definição dada a sua amplitude e diversidade de opiniões de que tem sido objeto.

2.4 Mochila e Consumo

Segundo Isherwood (2006), o consumo é uma questão cultural, um código que nos permite classificar coisas e pessoas, produtos e serviços, grupos e indivíduos e

respectivas marcas que podem ser entendidas como uma parte visível diante do processo social como um todo.

O consumo é algo ativo e constante em nosso cotidiano e nele desempenha um papel central como estruturador de valores que constroem identidades, regulam relações sociais, definem mapas culturais (...) e demanda, insistentemente, a elaboração de um pensamento capaz de desvendar seus significados culturais (ROCHA in DOUGLAS E ISHERWOOD, 2006, p.08).

Para Doulgas e Isherwood (2006), o consumo é um sistema de significação que supre as “necessidades simbólicas” e sugerem que os bens de consumo e conseqüentemente, as marcas de produtos que escolhemos, almejamos ou recusamos para nosso convívio não existem e nem podem ser entendidos fora de seu contexto de uso, afinal eles constituem o próprio sistema. Também sugerem que o consumo atende, sobretudo, à necessidade social de nos relacionarmos com outras pessoas, e atendam a função cultural dos produtos, ou daquilo que denominaram “mediadores materiais” de nossas relações sociais.

Ao falar de moda e consumo, torna-se necessário apontar o papel da publicidade, sendo esta considerada por Lipovetsky (2010) como “apoteose da sedução”, e responsável por levar o consumo e a moda para dentro de nossos lares, despertando desejos adormecidos ou até então inexistentes. É através dela que os desejos aparecem impulsionando novas formas de consumo.

Jean Baudrillard (2003) conceitua a moda e o processo de consumo “fora do esquema da alienação e das pseudonecessidades” e a inclui como “lógica social” que está presente no cotidiano, e que não pertence ao processo de manipulação. A ideia do autor refere-se à necessidade de uma cadeia produtiva, cujo consumo é responsável pelo ciclo de produção, consumo e empregos, fator necessário para que as sociedades sejam constituídas e desenvolvidas.

Segundo Lipovetsky (1989), a sociedade de consumo poderia ser caracterizada de forma empírica através dos seguintes traços: elevação do padrão de vida, abundância de produtos e serviços, culto dos objetos e lazeres, moral hedonista e materialista, entre outros.

O hedonismo do consumismo moderno, tal como ele o define, não se refere a satisfação da necessidade, mas a busca da experiência do prazer pelo prazer, o que está associado a uma ênfase na intensificação das experiências emocionais, compreendidas como experiências situadas no mundo interno do eu (CAMPBELL, 2009).

O comportamento de compra dos consumidores de mochilas pode ser explicado através de fatores como: racionais, sociais, psicológicos, fisiológicos, emocionais, pessoais e culturais. Esse comportamento pode ser explicado pela necessidade de expressar significados mediante a posse de determinado produto, no caso das mochilas seria um novo modelo. Esse tipo de produto comunica à sociedade como o indivíduo que se percebe enquanto integrante com grupos sociais.

Os consumidores, enquanto indivíduos, sentem vontades constantes de classificar as necessidades, e ajudam a compreender como estas poderão ser satisfeitas. Logo o comportamento de compra é um dos fatores que mais condiciona a aquisição de bens.

Para Karsaklian (2004) o consumidor de moda é o indivíduo que adquire produtos e/ou serviços, porém como qualquer indivíduo traz, dentro de si mesmo, elementos que vão interagir com estímulos exteriores, e que vão fazer com que ele tenha um comportamento até certo ponto previsível.

3. METODOLOGIA

O presente trabalho foi desenvolvido a partir de uma pesquisa qualitativa e quantitativa, feita com um grupo de estudantes que transitaram no Campus da Humanas da UFC no bairro Benfica.

Quando tratamos de pesquisa qualitativa, frequentemente as atividades que compõem a fase exploratória, além de antecederem a construção do projeto, também a sucedem. Muitas vezes, por exemplo, é necessária uma aproximação maior com o campo de observação para melhor delinear outras questões, tais como os instrumentos de investigação e o grupo de pesquisa (MINAYO, 1992, p.31).

O pesquisador desenvolveu uma pesquisa exploratória, a fim de observar e interagir com pessoas usuários de mochila que frequentam a UFC, campus localizado no bairro Benfica, aplicou um questionário para obtenção de dados para sua pesquisa. Essa fase, sem dúvidas, foi das mais importantes, pois a partir da análise dos dados da pesquisa exploratória, foi possível ter dados suficientes para obtenção de respostas.

A pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. Para Minayo (1992) os métodos quantitativos têm o objetivo de mostrar dados, indicadores e tendências observáveis, ou produzir modelos teóricos abstratos com

elevada aplicabilidade prática, assim como foram aplicados no desenvolvimento dessa pesquisa. Suas investigações evidenciam a regularidade dos fenômenos. Como afirma Demo (1991) o cientista, em sua tarefa de descobrir e criar, necessita questionar. Foi feito um estudo bibliográfico a respeito desse acessório de moda e aplicação de um inquérito com perguntas abertas e fechadas, com um grupo de 100 participantes.

Oliveira (2007) apresenta uma distinção quanto as duas modalidades de pesquisa. Para a autora, a pesquisa bibliográfica é uma modalidade de estudos e análise de documentos de domínio científico, tais como livros, periódicos, enciclopédias, ensaios críticos, dicionários e artigos científicos.

Já como características diferenciadoras, ela pontua que a principal finalidade da pesquisa bibliográfica seria o contato direto do pesquisador com a obra, artigo, documentos que tratem do tema estudado. Portanto, o trabalho realizado teve um caráter bibliográfico, levando em consideração a dificuldade encontrada de autores que tratavam sobre o tema mochila.

Quando não há mais documentos para analisar, quando a exploração de novas fontes leva à redundância de informação ou a um acréscimo muito pequeno, em vista do esforço despendido, e quando há um sentido de integração na informação já obtida, é um bom sinal para concluir o estudo (Ludke e André, 1986, p. 44).

As informações captadas a partir da aplicação dos inquéritos servirão para a pesquisa, já que muitas informações, encontradas no estudo bibliográfico, são insuficientes para a análise no tema a ser apresentado.

Através da pesquisa bibliográfica apresentada no trabalho, pode-se conhecer a mochila como um acessório democrático, e que há muitas gerações está inserida na sociedade, sendo cada vez mais funcional e de moda.

A pesquisa baseia-se no estudo do público consumidor desse tipo de acessório, na maioria das vezes jovens, mas que tem uma grande aceitação nos dias atuais por outras faixas etárias. Com base no processo histórico da mochila, analisou-se o comportamento das pessoas perante o acessório.

O trabalho, de modo geral, metodologicamente foi feito por meio de pesquisa bibliográfica com o estudo de autores que tratam da temática específica no levantamento de dados, através das entrevistas com os jovens e na codificação, análise de conteúdo e interpretação dos dados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Bairro Benfica

O bairro escolhido para o desenvolvimento da pesquisa se trata de um bairro boêmio e estudantil, onde é grande o número de pessoas que fazem uso desse acessório de moda, a mochila. No Benfica está localizada a Universidade Federal do Ceará, onde foi feita a pesquisa com os estudantes universitários. De acordo com Francisco Andrade Barroso (2004), em seu livro: *O Benfica de ontem e de hoje*, a instalação da UFC no bairro, que na época era Universidade do Ceará, deu-se em 1955, região que ficava próximo do centro comercial de Fortaleza. Esse empreendimento viria a mudar a cara do bairro, não apenas com relação à paisagem física, mas também as formas de socialização de seus moradores, comerciários e frequentadores na época.

A Universidade do Ceará (UC), que passaria a ser a Universidade Federal do Ceará (UFC) em 1965, foi criada pela lei 2.373 de 16 de dezembro de 1954 e teve sua instalação celebrada um ano depois, no dia 25 de junho. Nessa época existiam algumas escolas de Ensino Superior em Fortaleza, entre elas, cinco fizeram parte do corpo inicial de formação da Universidade: a Faculdade de Direito, Faculdade de Farmácia e Odontologia, a Escola de Agronomia, a Faculdade de Ciências Econômicas e a Faculdade de Medicina.

Ao longo de sua história, o Benfica veio a construir uma imagem de si diante da cidade, primeiro como área rural e propícia para o descanso, depois como setor onde residiam abastados comerciantes, em seguida a classe média, composta por profissionais liberais. E, por último, a universidade que consolida o bairro como reduto cultural da cidade (PEREIRA, 2009, p.51).

De acordo com Woodward (2004) a identidade de um lugar é relacional, ou seja, depende para existir de algo que esteja fora dela, um outro que espelha e da qual ela se distingue.

O Benfica é apresentado de forma linear e não contraditória como se a cada momento um novo elemento se inserisse o outro desaparecesse ou se integrasse de forma não conflituosa. A imagem deste lugar, diante da cidade, atualmente, é de que há uma cultura inerente ao local, composta pela tradição, pela memória arquitetônica e pela sociabilidade diferencial de seus moradores (PEREIRA, 2009, p.52).

Podemos dizer que essa identidade do bairro Benfica de hoje, está intrinsecamente relacionada com seus frequentadores, a maior parte deles universitários, criando assim, uma imagem jovem ao lugar.

De acordo com Haesbaert (1997):

Não é propriamente o espaço que vai fundar uma identidade, mas a força política e cultural dos grupos sociais que nele se reproduzem e sua capacidade de produzir/estimular uma determinada escala de identidade, territorialmente mediada. (HAESBAERT, 1997, p.50)

Sendo assim, a escolha do lugar para realização da pesquisa não é apenas por uma questão geográfica, mas também por uma questão que envolve muito mais, como por exemplo, uma identidade e pluralidade de universitários frequentadores do Benfica.

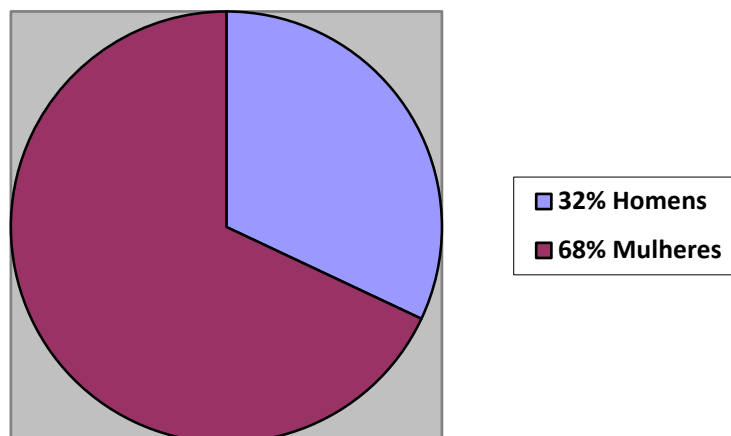
SILVA (2004) diz que a diferença não é a origem das identidades, mas o resultado do processo onde se constroem. Ambas são produzidas, o ponto inicial é a relação que funda o processo de diferenciação. Dessa forma, tal diferenciação no perfil dos universitários em estudo, parte do ponto de vista do acessório de moda, o objeto em questão a Mochila.

4.2 Análise dos Resultados dos Inquéritos

Foram realizadas entrevistas com 100 estudantes que transitaram na UFC, no Campus de Humanidades, do Benfica, no período de agosto de 2015 a janeiro de 2016. Foi realizada aplicação de um inquérito com perguntas abertas e fechadas sobre o uso da mochila.

A partir dos inquéritos aplicados, o pesquisador pôde constatar informações relevantes para sua pesquisa, quanto à usabilidade do acessório, ergonomia, simbolismo e conforto como se poderá verificar nos resultados abaixo.

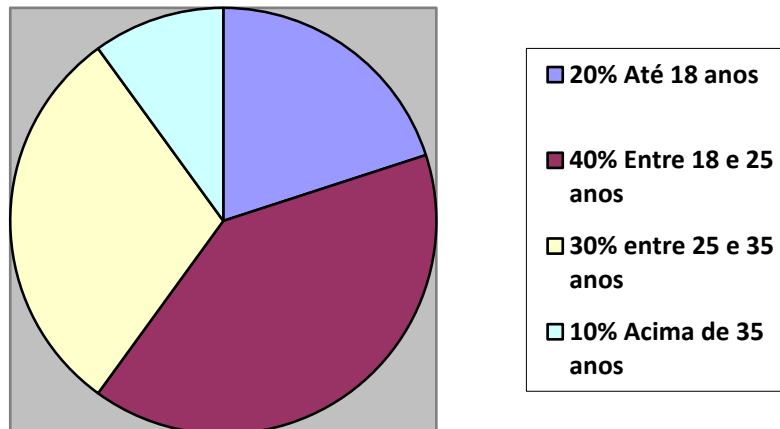
Gráfico 1 – Amostragem número de entrevistados



Fonte: Entrevista com estudantes na UFC

A quantidade de pessoas entrevistadas, a maioria foi do sexo feminino, como podemos observar no gráfico acima.

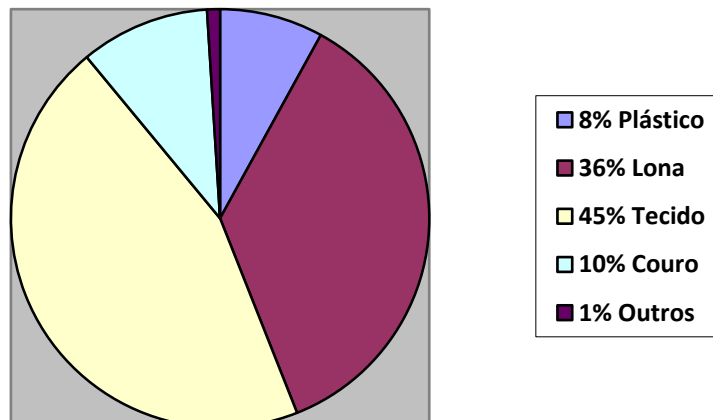
Gráfico 2 – Amostragem de idade dos entrevistados



Fonte: Entrevista com estudantes na UFC

Já em relação à idade, a maioria dos entrevistados, cerca de 40%, está na faixa etária entre 18 e 25 anos, porém não se pode desconsiderar outra parcela de pessoas, 30% que estão na faixa entre 25 a 35 anos.

Gráfico 3 – Amostragem relacionando os principais materiais na confecção de uma mochila

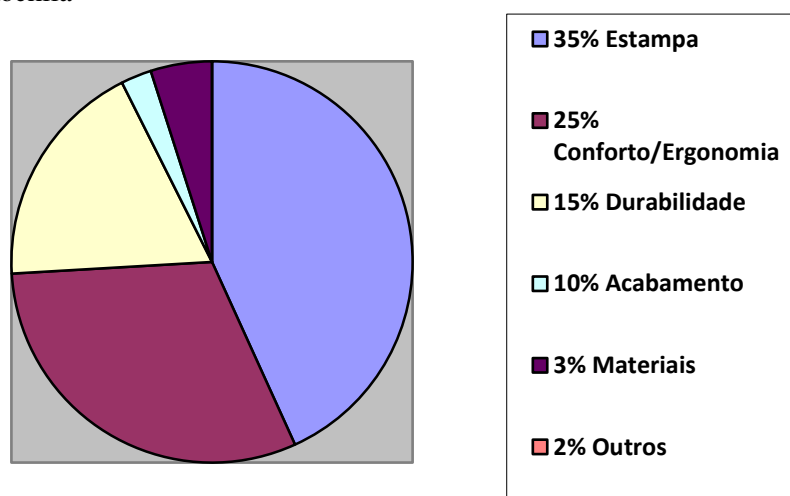


Fonte: Entrevista com estudantes na UFC

Segundo Broega (2006), as características dos tecidos são muito importantes para a determinação do conforto sensorial, e consequentemente está ligado ao toque, que engloba propriedades mecânicas de conforto, de uso e de sensoriais, dependendo de numerosos parâmetros que vão de matéria-prima ao acabamento da peça, a mochila.

45% dos entrevistados escolheram o tecido plano como material ideal para uma mochila. Acredita-se que esta escolha tenha relação com o toque. Em segundo lugar 36% escolheram a lona, ficando em última colocação materiais, como couro 10% e plástico 8%.

Gráfico 4 – Amostragem relacionando os principais fatores na escolha de uma mochila



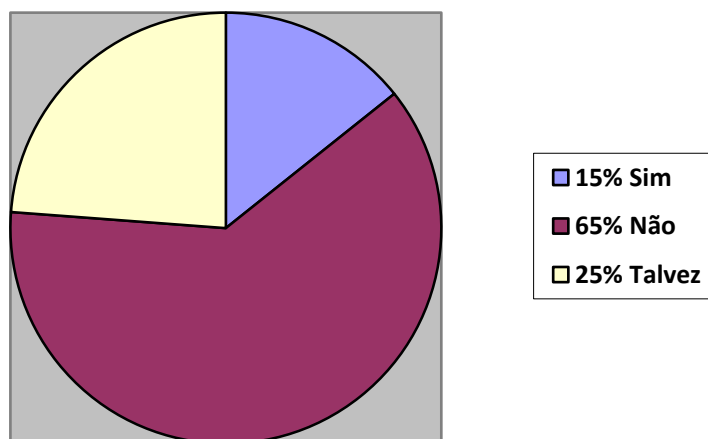
Fonte: Entrevista com estudantes na UFC

O gráfico acima representa os principais fatores relacionados à escolha da Mochila entre os entrevistados. O fator estético é para maior parte deles o mais importante do que o fator funcional e ergonômico.

Estampas são antes de tudo imagens, ou seja, linguagem visual. São sempre aplicadas em alguma superfície e, nesse sentido, agregam valores, e podem ser lembradas e usadas como referência e trazem encantamento aos produtos, portanto, as imagens possuem potencialidades comunicativas que não podem ser ignoradas.

Segundo Arnheim (2005) a imagem consegue nos comunicar alguma ideia de maneira mais rápida, pois a recebemos por mediação de nossos sentidos e sensações. Imagem é comunicação não verbal, e é por meio da imagem que se chega mais próximo a uma linguagem universal.

Gráfico 5 – Amostragem relacionando a combinação de roupa e mochila



Fonte: Entrevista com estudantes na UFC

Como pode ser observado no gráfico anterior, a maioria dos entrevistados não faz questão de combinar esteticamente acessórios de moda com vestuário, apenas uma pequena minoria acabou optando por escolher um acessório condizente com a roupa em uso.

De acordo com Dondis (2003), a experiência visual humana é fundamental para que possamos compreender o meio ambiente e reagir a ele: a informação visual é o mais antigo registro da história humana.

A Figura 13 mostra uma estudante do curso de pedagogia da UFC, ilustrando o uso da mochila e sua roupa, ambos com estampas que não se coordenam visualmente.

Pode-se observar que 65% dos entrevistados não se importam na combinação de mochila e roupa, como por exemplo: se a roupa for estampada, usaria uma mochila sem estampa e se o visual fosse mais básico, ou com uma estampa localizada, poderia usar uma mochila *full print*.

Figura 13 – Estudante da UFC



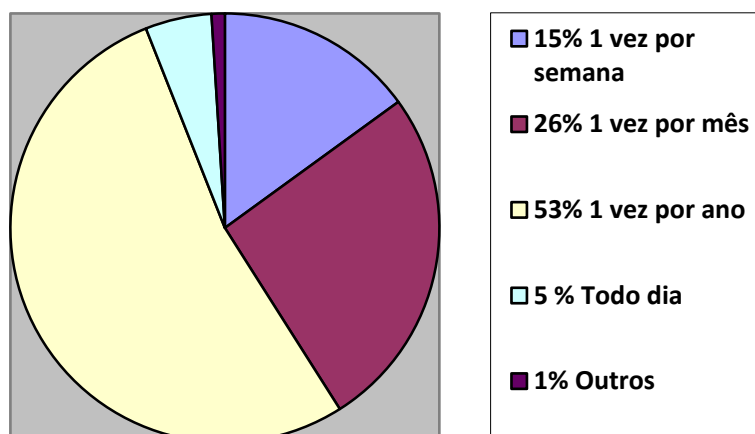
Fonte: Acervo pessoal do autor

Apenas 15% dos entrevistados pensam na combinação do *look*, enquanto 25% dos entrevistados talvez façam algum tipo de combinação do acessório com a roupa.

Podemos considerar as informações obtidas através do inquérito, a respeito das combinações acima de mochila e roupa, como um dado para o próximo item a ser analisado. Quando questionados a respeito de quanto em quanto tempo trocavam de bolsa, a maior parte dos entrevistados trocam de mochila 1 vez a cada ano. Levando em consideração que o número de roupas/dias é bem maior que a quantidade de mochilas que os entrevistados possuem, acredita-se que a maior parte deles acaba não se incomodando em combinar a mochila com a roupa do dia.

O gráfico a seguir mostra o tempo de troca da mochila, pelas pessoas entrevistadas, como acessório de moda por estudantes universitários da UFC.

Gráfico 6 – Amostragem relacionando o tempo de troca de mochila

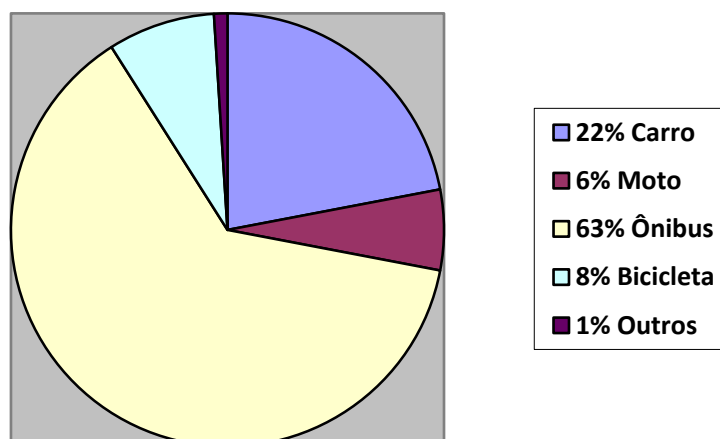


Fonte: Entrevista com estudantes na UFC

De acordo com a pesquisa realizada, o gráfico acima mostra que a maior parte dos entrevistados compra uma nova mochila uma vez a cada ano. Uma pequena parcela dos entrevistados troca de mochila a cada dia, semana e mês. Outros trocam de mochila a cada 6 meses ou no período de 2 anos, ou quando a mochila é danificada.

Podemos concluir que a maior parte dos entrevistados tem um consumo consciente. A sociedade de consumo produz incessantemente carências e desejos (materiais e simbólicos). Os indivíduos passam a ser reconhecidos, avaliados e julgados por aquilo que consomem, por aquilo que vestem ou calçam, pelo carro e pelo celular que exibem em público, pelos aparelhos de última geração e dentre outros. O próprio indivíduo passa a se auto avaliar pelo que tem e pelo que consome. Mas é muito difícil estabelecer um limite entre consumo e consumismo, pois a definição de necessidades básicas e supérfluas está intimamente ligada às características culturais da sociedade a que esse grupo pertence.

Gráfico 7 – Amostragem de Meios de transporte



Fonte: Entrevista com estudantes na UFC

O gráfico acima revela a amostragem com relação aos meios de transporte que os entrevistados utilizam.

A grande maioria, 63% das pessoas, faz uso do transporte público, o ônibus. Sendo assim, elas necessitam de uma mochila, para que possam ter praticidade durante a utilização desse meio de transporte, para que fiquem com as mãos livres. Outro dado interessante, é que 22% dos entrevistados utilizam o carro, um meio de transporte que, se compararmos com a moto (6%) e a bicicleta (8%), está em segundo lugar entre os meios mais utilizados.

5. CONCLUSÃO

Face ao trabalho desenvolvido ao longo deste estudo, na área de *design* de moda, e cujo tema escolhido foi: “Mochila uma análise entre a ergonomia e a estética”; e face toda a informação recolhida e tratada, com o inquerito aplicado com estudantes que transitaram no Campus de Humanidades da UFC, pode-se afirmar que as mochilas tiveram e ainda possuem sua contribuição na história da moda, passando por processos e influências culturais, sociais, econômicas e políticas, até chegarmos às mochilas como conhecemos na atualidade.

Esses acessórios não são apenas vistos como um objeto que serve para transportar coisas, mas possuem acima de tudo um valor estético e ergonômico embutidos como um elemento de moda e com valor agregado.

Quando analisamos os dois principais assuntos que envolve o trabalho, a questão ergonômica e estética, podemos concluir que a estética prevalece na decisão de compra como foi observado no inquerito. Porém, vale salientar que não menos importante é a ergonomia. Entende-se à primeira vista, o que chama atenção dos consumidores na compra desse tipo de acessório, é a questão visual e simbólica. Considera-se, que, esse tipo de bolsa quando é escolhida para o uso no dia a dia, o motivo da escolha, pelo tipo de produto, advem do fato de ser um acessório prático, que deixa os usuários com as mãos livres para poder se locomover com liberdade.

Na análise dos resultados, verificou-se que embora, para os entrevistados a questão da estética prevaleça como sendo a mais importante, a liberdade, praticidade, ergonomia e conforto, de certa forma já está embutido no modelo de bolsa que escolhem.

Conclui-se que as mochilas atuais, necessitam acima de tudo de um *design* que atenda as necessidades das pessoas que as utilizam, seja fazendo uso do transporte público ou transporte particular. Com o estudo é possível considerar a importância da ergonomia na concepção deste produto, com materiais mais apropriados, melhor *design* para distribuição adequada dos objetos no seu interior.

Também, é possível se verificar que é fundamental a correta utilização da mochila por todos, principalmente os de idade jovem, entre 10 e 15 anos, conforme os estudos, visto que, a estrutura óssea está em constante desenvolvimento e o mau uso. O peso mal distribuído pode ocasionar doenças, como lordose e escoliose, e também dores na coluna e costas. Assim, é importante possuir uma mochila ergonomicamente confortável, e ter o peso ideal, que não deve passar de 10% do peso total da pessoa, dividido entre as duas alças.

Sobre o consumo observamos que a troca de mochila é algo que demanda um certo tempo, sendo na maioria das vezes necessário trocar quando acontece algum tipo de dano a mesma. Levando em consideração esse fato, e dada as rotinas diárias das pessoas de hoje em dia, em que muitas estudam e trabalham, passam o dia fora de casa, o que normalmente se troca é a roupa e não a mochila.

O estudo demonstra que não há uma preocupação de combinar/coordenar o *look* com o acessório na grande maioria das pessoas entrevistadas. Podemos ainda destacar os modelos com uma estética mais ousada, com uso de modelos estampados, no público feminino. Enquanto o público masculino opta por modelos mais “básicos” e cores únicas, em que prevalece mais a questão ergonômica.

Contudo, este estudo fica como recomendação para o *designer* de moda identificar todos os fatores que poderão influenciar na escolha da mochila, para assim, criar o produto adequado às necessidades do consumidor. No entanto, tais produtos devem proporcionar qualidades técnicas da ergonomia e conforto que proporcionem a liberdade e bem estar esperado ao escolher previamente esse tipo de bolsa. Além disso, a qualidade estética tão importante como requisito primordial na primeira intenção da compra, não pode ser desconsiderada, sendo necessário oferecer elementos do *design*, que traga para o usuário, uma satisfação pessoal e emocional, e significância com acessório escolhido.

6. REFERÊNCIAS

- ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual: Uma psicologia da visão criadora.** Nova versão. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- Baudrillard, Jean. **A Sociedade de Consumo.** Lisboa, Edições 70, 2003.
- BALDINI, Massimo. **A invenção da moda – As teorias, os Estilistas, a História.** Edições 70. Lisboa, 2006.
- BAXTER, M. **Projeto de Produto: Guia prático para desenvolvimento de novos produtos.** São Paulo: Edgard Blücher, 2001.
- BARROSO, Francisco de A. **O Benfica de ontem e de hoje.** Fortaleza, 2004.
- BRADFORD, David S. et al. **Escoliose e outras deformidades da coluna: O livro de Moe.** São Paulo: Santos, 1994.
- BROEGA, A. **A avaliação do conforto como um parâmetro de controle de qualidade no processo têxtil.** Anais: XXII CNTT, Congresso Nacional de Técnicos Têxteis. Pernambuco, 2006.
- CAMPBELL, Colin. **Eu compro, logo sei que existo: As bases metafísicas do consumo moderno.** in BARBOSA, Livia; CAMPBELL Colin: *Cultura Consumo e Identidade.* Rio de Janeiro: FGV, 2009.
- DEMO, P. **Pesquisa e Construção do conhecimento: Metodologia Científica no Caminho de Habermas.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.
- Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa – Ed. Histórica 100 anos.** Positivo Editora, 2010.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual.** 2ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O Mundo dos bens: Para uma antropologia do consumo.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004. 304p.
- FEYERABEND, F.V. **Acessórios de Moda.** GG Moda, Gustavo Gili, Barcelona, 2012.
- GARDNER, Ernest; GRAY, Donald J.; RAHILLY, Ronan O'. **Anatomia - Estudo Regional do Corpo Humano.** Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1988.
- GOMES FILHO, João. **Design do objeto: Bases conceituais.** São Paulo: Escrituras Editora. 2003.
- HAESBAERT, Rogério. **Des-territorialização e Identidade: A rede gaúcha no Nordeste.**
- IIDA, I. **Ergonomia: projeto e produção.** São Paulo: Edgar Blucher, 1993.
- IIDA, I. **Ergonomia: projeto e produção.** São Paulo: E. Blucher, 2TM Ed., 2005.

KAHLE, Werner; LEONHARDT, Helmut; PLATZER, Werner. **Atlas de Anatomia Humana com texto comentado e aplicações em Medicina, Reabilitação e Educação Física:** Aparelho de Movimento. São Paulo: Editora Atheneu, 2000.

KARSAKLIAN, Eliane (2004). **Comportamento do consumidor.** Editora Altas, São Paulo.

KNOPLICH, José. **A Coluna Vertebral da Criança e do Adolescente.** São Paulo: Paramed, 1958.

LEHNERT, Gertrud. **História da moda – Do século XX.** Könnemann Verlagsgesellschaft mbH, Colônia, 2010.

LEININGER, M. **Transcultural nursing: Concepts, theories and practices.** New York: Willey, 1985.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero – A moda e o seu destino nas sociedades modernas.** Dom Quixote, Lisboa, 2010.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial.** São Paulo: Blücher, 2000.

LOPES, J. T. F. **O transporte de cargas em mochilas escolares e o desenvolvimento motor harmonioso das crianças** - Estudo das repercussões biomecânicas agudas na marcha e na equilíbrio, com cargas diferenciadas. [Dissertação de Mestrado]. Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física. Porto. Universidade do Porto. 2002.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M.E.D.A. **Pesquisa em educação:** Abordagens qualitativas. São Paulo, EPU, 1986.

MARTINS, Suzana Barreto. **O conforto no vestuário:** Uma interpretação da ergonomia. Metodologia para avaliação de usabilidade e conforto no vestuário. Florianópolis, 2005. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina.

MELLER, Liza. **Cinquenta Bolsas que Mudaram o Mundo/ Design Museum –** Belo Horizonte. Autêntica Editora, 2011.

MINAYO, Maria.C.S. **Pesquisa social – Teoria, método e criatividade.** Rio de Janeiro, Vozes, 1992.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa.** Petrópolis, Vozes, 2007.

ONO, Maristela Mitsuko. **Design e Cultura:** Sintonia essencial. Curitiba: Edições da Autora, 2006.

PEREIRA, Ilana Damasceno. **Identidade de Lugs no Benfica:** Distinção, Discurso e Divisão Simbólica no Bairro. GeoTextos, vol. 5, n. 2. 2009.

PUGH, Stuart. **Total Design:** Integrated methods for successful product engineering. Cornwall: Addison-Wesley Publishing Company, 1990.

RECH, S. R. **Moda:** Por um fio de qualidade. Florianópolis: UDESC, 2002.

SABINO, Marco (2007). **Dicionário da Moda.** Editora Campus, Rio de Janeiro.

SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2004. p. 7-72.

SITE, **Como surgiu: Mochilas.** <<http://www.depoisquecrescemos.com/2013/11/como-surgiu-mochilas.html>> visitado em 18.11.15 as 09:06

SITE, **História e evolução das mochilas.** <<http://www.madbag.dihitt.com/n/moda-beleza/2011/02//23/historia-e-evolucao-das-mochilas>> visitado em 08.10.14 as 10:00

SITE, **A história da Mochila.**< <http://www.mochilismoportugal.blogspot.com.br>

SITE, **A Origem da Mochila.**<<http://blogrisca.blogspot.com.br>

SITE, **Histórico da Mochila.**<<http://www.todepassagem.com/2015/06/falando-de-moda-mochila-e-sua-historia.html>

SITE, **A Origem da Mochila.**<<http://blogrisca.blogspot.com.br>

SITE, **Histórico da Mochila.**<<http://www.todepassagem.com/2015/06/falando-de-moda-mochila-e-sua-historia.html>

SITE, **Postura ao usar a Mochila:**
<http://www.fisioweb.com.br/portal/artigos/categorias/46-posturologia/2017-alteracoes-posturais-em-escolares-relacionadas-ao-uso-de-mochilas.html>

SLATER, K. **The Assessment of Comfort**, in Journal Textile Institute, Vol. 77, nº03, 1986. pp.79-91.

SCHMID, Aloísio Leoni. **A idéia de conforto:** reflexões sobre o ambiente construído. Curitiba: Pacto Ambiental, 2005.

TEIXEIRA, A. (1997). **Educação para a democracia.** Rio de Janeiro: Ed.UFRJ. (Original publicado em 1936)

TREPTOW, Doris. **Inventando moda:** planejamento de coleção. Brusque: Doris Treptow, 2003.

WISNER, Alain. **Por Dentro do Trabalho:** Ergonomia: Método & Técnica. Tradução Flora Maria Gomide Vezzà. São Paulo. FTD: Oboré,1987.

WOODWARD, Katryn. **Identidade e diferença:** Uma introdução teórica e conceitual. 12º Edição, Editora vozes, 2006.

APÊNDICE

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO PARA COLETA DE DADOS

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE- ICA
CURSO: DESIGN-MODA
DISCENTE: THIAGO JOSÉ MAIA**

O questionário a seguir tem o objetivo de coletar informações que serão utilizadas exclusivamente como resultados para o Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Design- Moda-Universidade Federal do Ceará. Os dados coletados neste questionário têm como objetivo identificar o perfil dos usuários de mochilas de pessoas que frequentam o Campus de Humanas da UFC, a fim de extrair informações sobre relevantes sobre esse acessório de moda.

Agradecemos a sua colaboração.

01) Nome: _____

02) Idade: _____

03) Escolaridade _____

04) Qual sua renda Familiar:

ATÉ UM SALÁRIO MÍNIMO

ENTRE 2 E 3 SALÁRIOS MÍNIMOS

ENTRE 3 E 5 SÁLARIOS MÍNIMOS

MAIS DE 5 SÁLARIOS MÍNIMOS

05) Você usa mochila?

SIM NÃO) TALVEZ

06) Você usaria?

SIM NÃO) TALVEZ

**07) Em qual ocasião você
usa/usaria?** _____

08) O que você costuma levar dentro da mochila?

ROUPAS

LIVROS

PERTENCES (CELULAR, CARTEIRA, NOTEBOOK, TABLET...)

OUTROS _____

09) Qual o fator determinante para escolha desse produto respectivamente em ordem de 1 a 5:

ESTAMPA

CONFORTO / ERGONOMIA

DURABILIDADE

ACABAMENTO

MATERIAIS

10) Qual material você prefere para uma mochila?

PLÁSTICO

LONA

TECIDO

COURO

OUTROS _____

11) Qual material você prefere para uma mochila?

PLÁSTICO

LONA

TECIDO

COURO

()

OUTROS _____

12) Qual meio de transporte você utiliza no dia-a-dia?

() **CARRO**

() **MOTO**

() **ÔNIBUS**

() **BICICLETA**

()

OUTROS _____

13) Qual marca de mochila vem asua cabeça quando pensa nesse acessório?

14) De quanto em quanto tempo você costuma mudar de bolsa?

() **UMA VEZ POR SEMANA**

() **UMA VEZ POR MÊS**

() **UMA VEZ POR ANO**

() **TUDO DIA**

()

OUTROS _____

15) Para você: “ A Mochila Deve combinar com a roupa? ”

() **SIM** () **NÃO)** () **TALVEZ**

16) Quando criança, você costumava trocar de mochila todo início de ano escolar?

() **SIM** () **NÃO)** () **NÃO LEMBRO**

17) Qual sua orientação sexual?

() **HETEROSSEXUAL**

() **HOMOSSEXUAL**

() **LÉSBICA**

() **BISSEXUAL**

() **OUTROS** _____