

REUTILIZAÇÃO DE ETIQUETAS INTERATIVAS PARA APLICAÇÃO EM PRODUTOS DE VESTUÁRIO

REUSE OF LABELS FOR INTERACTIVE APPLICATIONS IN CLOTHING PRODUCTS

BENTO, Rosilaine de Oliveira; Graduando em design de Moda; Faculdade de Desenvolvimento e Integração Regional – FADIRE laine212009@hotmail.com

Orientadora: SILVA, Wanessa Cristina Batista da; Pós graduando em Design de Moda SENAI Cetiqt Wanessacristina588@hotmail.com

Resumo

Observamos que o consumidor ao comprar uma peça ou um produto, não faz à atenção a etiqueta exposta, por saber que só são usadas para a divulgação da marca, e assim descarta de forma racional, com o intuito de minimizar esse desperdício analisamos uma forma de reutilizar as etiquetas de forma interativa para divulgação da marca.

Palavras chave: Reutilização, etiquetas, vestuário.

Abstract

We observed that the consumer when buying a product or part, the attention does the label exposed, knowing that they are only used for brand awareness, and so discards a rational manner, in order to minimize this wasteful way to analyze a reuse the labels interactively to branding.

Keywords: Reuse, stickers, clothing.

Introdução

Atualmente é inevitável falar de tendências e de todas as transformações que estão provocam, nos produtos de vestuário, muitas vezes seguindo a mudança física e principalmente social, cada vez mais o design de moda juntamente com o design gráfico, busca aprimorar seus produtos com um diferencial e hoje a sustentabilidade é primordial está presente no processo produtivo e no produto final.

[...] a forma moda não remete mais apenas aos caprichos dos consumidores, passa a ser uma estrutura constitutiva da produção industrial de massa [...] qualquer que seja o gosto contemporâneo pela qualidade e pela confiabilidade, o sucesso de um produto depende em grande parte de seu design, de sua apresentação, de sua embalagem e acondicionamento (LISPOVETSKY, 1989 p.164-165).

O ciclo de vida dos produtos está cada vez menor, e por esse motivo, as indústrias devem estar atentas às mudanças sócias e comportamentais, buscando estudar as mudanças no sistema de moda, englobando a busca pela sustentabilidade, aplicando um diferencial, com a finalidade de preservar o meio ambiente, as gerações futuras e atender as necessidades do consumidor.

“Desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem a suas necessidades.” CMMAD¹ (KÖHLER, LOPES, 2008 p.33)

Esse estudo tem por objetivo ressaltar a qualidade dos produtos, aplicar a sustentabilidade, amenizando o desperdício das etiquetas (*tags*), identificando a importância da sustentabilidade no produto, e aplicar funcionalidades para o *tags*, com intuito de criar uma interação da marca com o consumidor final.

Etiquetas Sustentáveis

Observamos em produtos a utilização das etiquetas expostas, para a divulgação de uma marca, mas na maioria das vezes consumidores ao comprar tais objetos seja de vestuário ou produto, não faz atenção a essa

¹ Comissão mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento – Comissão Brundtland (1987).

etiquetas exposta por ser só a divulgação da empresas, e algumas vezes chegam a causar momento desconfortáveis aos usuários ao esquecer essa etiqueta ainda fixada na peça e descartam de forma racional, assim agredindo o meio ambiente sem pensar nas conseqüências de tais atitudes.

Com esse intuito analisamos que a reutilização de um novo papel que não prejudica se tanto a natureza como os papeis comum seria uma forma, mas útil para tal problema, observamos que o papel feito do bagaço da cana de açúcar é 100% reciclado, assim amenizava o tempo útil desse produto, pois ele seria mais fácil para decomposição desse material (GCE, 2012).

Também empresas podem adotar a forma de usar essas etiquetas para favorecer o cliente assim chamaria mais a atenção do consumidor, dando a possibilidade dele levar um produto simples mais que lhe favoreça e ao mesmo tempo divulgue a marca do produto, como por exemplo, em uma marca que peças de moda íntima feminina, as etiquetas seria uma tabela do ciclo menstrual, dessa forma favorece a marca e o usuário, ao mesmo tempo reutilizando o papel do bagaço da cana de açúcar e divulgado a marca do cliente, pois assim o cliente passaria mais tempo interagindo com o produto que de outra forma seria descartado assim que comprasse a peça.

Metodologia

Empregamos o método hipotético- dedutivo “isso quer dizer que uma teoria científica pode fornecer apenas soluções temporárias para os problemas que enfrenta, pois assim que uma eventual nova teoria responder de forma diferente, ou melhor, ao problema suscitado, a primeira será refletida.” (MEZZARROBA; MONTEIRO, 2003, p.69).

Conclusão

Concluimos que as indústrias aplicando esse diferencial nas etiquetas (*tags*), de reaproveitamento do papel e do produto, estarão contribuindo para um futuro melhor, pois aplicando o papel feito do bagaço da cana de açúcar estará reaproveitando o papel e diminuindo o tempo útil que é utilizado pelos outros papeis aplicados nas etiquetas.

O consumidor terá mais prazer em levar um produto ao observar uma nova função para um simples objeto que atendera suas necessidades e aplicando o reaproveitamento, criado por um designer, dessa forma o consumidor terá uma finalidade maior a marca.

Referências:

GCE Papeis Ecológicos. São Paulo, 2012. Disponível em:<
http://www.gcepapeis.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=65>. Acesso em: 02 maio 2012.

KOHLER, Neide, LOPES, Luciana. **Sustentabilidade ambiental: um desafio para moda**. Santa Catarina, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MEZZARROBA, Monteiro. **Manual de metodologias da pesquisa no direito**. São Paulo: Saraiva, 2005.