

Mochilas para vendedores de mate: um projeto de design com base no contexto social do Rio de Janeiro

Clarissa Lucena
clalucenalima@gmail.com
Curso bacharelado em Design de Moda
SENAI CETIQT – Brasil

Orientadora
Paola de Lima Vichy
Mestre em Engenharia de Produção
paolavichy@yahoo.com.br
SENAI CETIQT – Brasil

Resumo

Através do estudo sobre as metodologias de desenvolvimento de projetos em design de moda, desenvolveu-se uma mochila para vendedores de mate das praias do Rio de Janeiro com benefícios ergonômicos, funcionais e que valorizassem a estética através da identidade visual direcionada ao contexto social da cidade.

Palavras-chave: metodologia de projeto; produto de moda; vendedores de mate.

Introdução

Seguindo a definição de Kotler (2008, p.190), “produto é qualquer coisa que possa satisfazer a um desejo ou necessidade”. Baseado nesses termos, conceitua-se produto de moda como qualquer elemento ou serviço que conjugue as propriedades de criação, qualidade, vestibilidade, aparência e preço a partir das vontades e anseios do segmento de mercado ao qual se destina (RECH, 2002).

Segundo Coelho (2006, p.42) “a ideia para um projeto pode nascer de condições sociais. [...] observamos o entorno ou determinado contexto social para identificarmos necessidades”. Nesse contexto, considerou-se o mercado das praias cariocas como ponto de partida desse estudo, focando nos vendedores de mate do galão. Estes foram declarados patrimônio cultural e

imaterial da cidade do Rio de Janeiro pela prefeitura, que reforçou sua importância para o comércio local da cidade.

O objetivo desse trabalho é apresentar o resultado da atividade desenvolvida no laboratório de iniciação científica do curso de design de moda do SENAI CETIQT, sobre a importância da metodologia no desenvolvimento de produto de design, através da elaboração de uma proposta de substituição dos galões de metal de mate por mochilas com reservatórios, levando em conta necessidades ergonômicas, funcionais e estéticas, que possibilitem a melhoria da qualidade de vida e valorizem a imagem de seus usuários.

Metodologia

Baxter (2000, p.3) afirma que “o desenvolvimento de um novo produto não é tarefa simples. Ele requer pesquisa, planejamento cuidadoso, controle meticuloso e, o mais importante, o uso de métodos sistemáticos”.

A metodologia adotada neste trabalho foi desenvolvida de acordo com as referências estudadas, sem limitar-se a uma específica.

1° Passo: Identificação do problema. Constatou-se a assiduidade dos vendedores de mate nas praias da zona sul do Rio de Janeiro e as dificuldade que enfrentavam: elevado peso dos galões de metal, sustentação em alça única e equilibrados em um ombro só.

2° Passo: Levantamento das necessidades dos usuários. O levantamento foi feito através de entrevistas semi-estruturadas e observação em campo. Foco principal: condições de trabalho dos usuários, ergonomia do produto e identidade visual aliando tradição, inovação e informação de moda.

3° Passo: Análise de Dados. Foi feita a partir dos dados obtidos nas observações e entrevistas. A maioria, 62,50%, relatou não ter outra fonte de renda além da venda do mate; 50% relatou ter problemas de saúde (dores na coluna e pressão alta); a média de peso carregado por dia é de 40kg e a média de idade dos vendedores de 48 anos. Estima-se que cada vendedor comercialize de 15 a 30 litros de mate por dia.



Fig.1. Moodboard

4º Passo: Desenvolvimento dos conceitos. Foram desenvolvidos croquis (fig.2) para simular a forma e usabilidade do produto. Enfatizou-se a ergonomia, pois como ressalta Gomes Filho (2003), o estudo dos fatores ergonômicos do produto possibilita melhor adequação ou adaptação do objeto aos seres vivos em geral, sobretudo no que se diz respeito a segurança, conforto e eficácia de uso ou operacionalidade dos objetos.

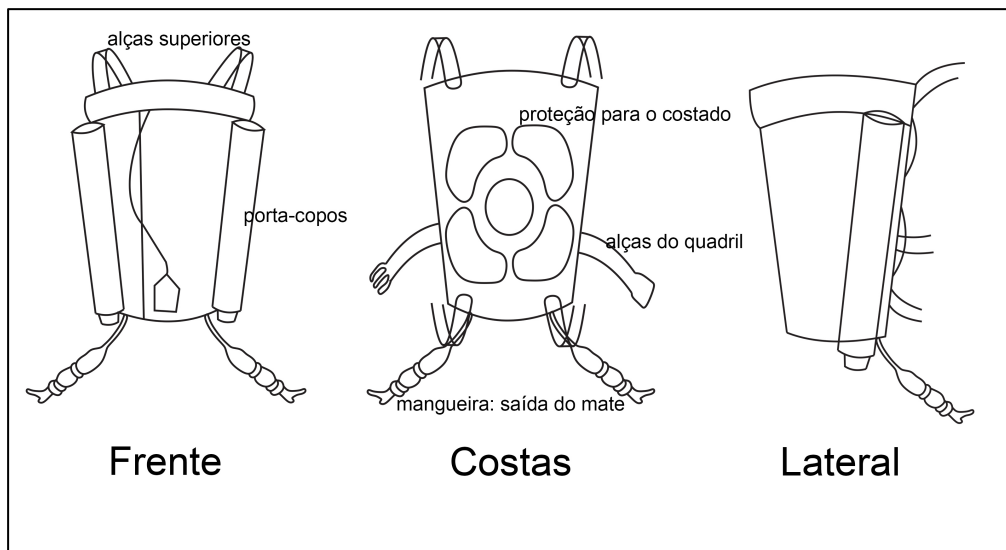


Fig.2. Croquis da etapa criativa

5° Passo: Produto Final. Chegou-se a um produto final com alças duplas, visando melhorar a distribuição do peso (ombros e altura do quadril), acolchoamento nas costas para otimizar a transpiração e diminuir impacto, peças desacopláveis para facilitar limpeza, suporte para copos, proteção térmica e desenvolvimento de estampa exclusiva com identidade visual direcionada.



Fig.3. Produto Final

Considerações Finais

Foi possível constatar que a metodologia é crucial no desenvolvimento de novos produtos, e deve variar de acordo com cada projeto. A mochila **MateRio** foi concebida a partir de metodologia específica de acordo com o contexto social dos usuários, no entanto, baseada em metodologias já existentes que serviram como base.

Acredita-se que as mochilas **MateRio** solucionam a inadequação do atual produto designado à atividade desses vendedores, proporcionando qualidade de vida e também valorizando a estética através da identidade visual.

A experiência de criação de um produto de moda, diferente de vestuário, baseada em uma metodologia sistemática foi certamente muito importante para a compreensão do processo de desenvolvimento de novos produtos, além de ter sido crucial para o desenvolvimento acadêmico como um todo.

Bibliografia

BAXTER, Mike R. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2 ed. São Paulo: Blucher, 2000.

COELHO, Luiz Antonio L. organizador. **Design Método**. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Teresópolis: Novas Ideias, 2006.

GOMES FILHO, João (org.). **Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica**. São Paulo: Escrituras, 2003.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12 ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2008.

RECH, Sandra Regina. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: UDESC, 2002.