

DESENVOLVIMENTO DE ACESSÓRIOS DE MODA COM APROVEITAMENTO DE RESÍDUOS TÊXTEIS

Development of a fashion accessory reusing textiles residues

Picoli, Júlia I.; Me; Universidade Feevale, juliai@feevale.br¹
Troncoso, Samira M.K.; Me; Universidade Feevale, samirat@feevale.br²
Beretta, Elisa M.; Me; Universidade Feevale, elisamb@feevale.br³
Aguiar, João P.O. ; Me; Universidade Feevale, joaoa@feevale.br⁴
Lauzer, Marshal B.; Me; Universidade Feevale, marshal@feevale.br⁵

Resumo

O artigo tem como intuito mostrar o desenvolvimento de uma coleção de acessórios através da reutilização de resíduos têxteis como ponto de partida do projeto. A criação do produto foi pautado nas estratégias de design para sustentabilidade propostas do Lawson (2006), levando em consideração todos os aspectos que envolvem a criação e produção de produtos. O projeto foi concebido para marca Villaget, que tem como foco principal o DNA eco-social.

Palavras-Chave: Reutilização. Estratégias sustentáveis. Acessórios de moda.

Abstract

This article aims at showing the development of a collection accessories, through the reuse of textiles residues as the project starting point. The product creation was lined with design strategies for sustainability as suggested by Lawson (2006). It was taken under consideration as the aspects that involved creativity and product development. The project was conceived for Villaget, a brand which its main focus is eco-social DNA.

Keywords: Reuse. Sustainable strategies. Fashion accessories.

¹ Júlia Picoli é mestre em Design e Marketing do Vestuário pela Universidade do Minho e professora do curso de moda na Universidade Feevale.

² Samira M. Troncoso é doutoranda e mestre em Design pela UFRGS e professora do curso de Moda da Universidade Feevale.

³ Elisa M. Beretta é doutoranda em Engenharia de Materiais e mestre em Design pela UFRGS e professora do curso de Design da Universidade Feevale.

⁴ João Pedro Ornaghi de Aguiar é mestre em Engenharia de Produção pela UFRGS e professor do curso de Design da Universidade Feevale.

⁵ Marshal Becon Lauzer é mestre em Design pela UFRGS e professor do curso de Design da Universidade Feevale.

Introdução

Este projeto foi realizado a partir do desenvolvimento de produtos para marca Villaget que faz parte do projeto Estruturação e Diversificação Produtiva e Regional, que promove as atividades de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação de empresas associadas ao Parque Tecnológico do Vale dos Sinos, unidade da Valetec - Associação de Desenvolvimento Tecnológico do Vale em Campo Bom (RS) e a Universidade Feevale. O projeto busca ampliar as estruturas para desenvolvimento de novos materiais, bem como procura contribuir com a diversificação produtiva da região através da construção do Laboratório para Desenvolvimento de Novos Produtos.

A Villaget surgiu a partir de trabalho voluntário de alguns amigos dentro da comunidade da Vila Getúlio Vargas e era direcionada principalmente para adolescentes e jovens. Com esse trabalho surgiu a ideia de capacitar esses jovens, ensinando-os modelagem de tênis, e então foi criado o centro de capacitação profissional para jovens de 14 a 18 anos. Com o passar dos anos os jovens desejaram permanecer no centro mesmo depois de completarem os 18 anos, e assim surgiu a cooperativa, que começou a produzir produtos com materiais reciclados. Hoje, a Villaget possui uma marca que leva o mesmo nome da cooperativa e desenvolve calçados femininos e masculinos. Em seu site a marca se descreve como uma marca com DNA Eco-social, e ressalta as seguintes características:

Nosso DNA é ligado a projetos sociais, onde originou-se uma cooperativa de jovens e utiliza em seus produtos matérias-primas recicladas e renováveis, como algodão orgânico, resíduos de couro, serragem e borracha natural. Valorizamos atitudes como a preservação do meio ambiente, reciclagem, economia solidária e comércio justo. (VILLAGET, 2015).

Uma das demandas da Villaget era o desenvolvimento de produtos com o uso de resíduos têxteis, ou seja, descartes da própria empresa e que fosse de fácil confecção para serem feitos na própria cooperativa. A empresa buscava também que os produtos tivessem um apelo estético, sendo atrativos ao consumidor, e seguindo o DNA da marca. A marca possui duas linhas de produtos, sendo uma delas de apelo

sustentável e ecológico, que tem como principal matéria-prima a lona reciclada e o algodão orgânico, e devido ao uso de refugos da empresa, esta linha foi escolhida para o desenvolvido do projeto.

Este artigo tem como objetivo apresentar os resultados obtidos no desenvolvimento de uma mochila, uma *ecobag* e uma *nécessaire*, com reutilização de retalhos para a marca Villaget, levando em consideração algumas estratégias de design para sustentabilidade. Como embasamento teórico para auxílio na construção deste projeto foram usados os autores Denardin (2012), Fletcher e Grose (2012), Manzini e Vezzoli (2011), Ricken e Teixeira (2008) e Salcedo (2014).

A metodologia utilizada busca produzir conhecimentos através da aplicação prática dirigida à solução de um problema específico, primeiramente com o levantamento bibliográfico (PRODANOV E FREITAS, 2013). E posteriormente a análise dos resultados obtidos através de protótipos realizados a partir da pesquisa-ação, segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 85): “a pesquisa-ação acontece quando há interesse coletivo na resolução de um problema ou suprimento de uma necessidade [...] Pesquisadores e pesquisados podem se engajar em pesquisas bibliográficas, experimentos etc., interagindo em função de um resultado esperado”. Os resultados obtidos no desenvolvimento do projeto serão abordados ao longo deste artigo.

Sustentabilidade

Considerando a sustentabilidade como uma prática necessária, tanto os designers como as empresas devem incluir nos seus projetos atitudes que envolvem esse conceito. Denardin (2012, p.160) explica que a “sustentabilidade nas empresas deve estar presente não apenas na intenção de diminuir o impacto ambiental, mas também no envolvimento e na consciência da responsabilidade social”. Com este mesmo pensamento Salcedo relata que:

o design para a sustentabilidade é, sem dúvida alguma, um novo enfoque, que rompe algumas barreiras do sistema de design de moda vigente na atualidade. [...] a principal mudança é entender o processo de design a partir de uma abordagem do ciclo de vida útil do produto, que vai desde a

sua concepção até as estratégias de gestão para o fim da sua utilização. (SALCEDO 2014, p. 53).

A sustentabilidade permite o desenvolvimento econômico sem agredir o meio ambiente, preservando-o para as futuras gerações (MANZINI e VEZZOLI, 2011) e conforme definido no World Commission for Environment and Development Our Common Future em 1987, o conceito é:

“Condições sistêmicas segundo as quais, em nível regional e planetário, as atividades humanas não devem interferir no ciclos naturais em que se baseia tudo o que a resiliência do planeta permite e, ao mesmo tempo, não devem empobrecer seu capital natural, que será transmitido às futuras gerações”. (MANZINI e VEZZOLI, 2011, p.27).

Com isso apresenta-se os 5 Rs - repensar, reduzir, recusar, reutilizar e reciclar, sendo assim, pode-se considerar uma atitude sustentável a reutilização de um material que iria para o aterro. O Instituto de Educação e Pesquisa Ambiental 5 Elementos, explica que reutilizar um material antes de descartar é ampliar a “vida útil dos produtos e do aterro sanitário, economizando a extração de matérias-primas virgens”. (5 ELEMENTOS, 2009).

Neste projeto será utilizado o processo de reutilização de material. Neste mesmo interim, Fletcher e Grose (2012, p.63) afirmam que “A reutilização, a restauração e a reciclagem interceptam recursos destinados aos aterros sanitários e os conduzem de volta ao processo industrial como matérias-primas” e que atitudes como essas, necessitam de pouca alteração na etapa de desenvolvimento do produto, refere-se mais em uma mudança de pensamento tanto da empresa como do consumidor. A empresa pode tomar essa atitude como estratégia em curto prazo para incorporar a sustentabilidade nos seus processos, gerando confiança e assim pode começar a transformar o pensamento do setor da moda. (FLETCHER e GROSE, 2012). Estes conceitos foram utilizados para o desenvolvimento do projeto de acessórios.

Projetando

O *briefing* passado pela empresa eram produtos com materiais reutilizados e que tivesse apelo estético, que atraísse o público-alvo da marca, pelo seu visual e por

seu conceito baseado em atitudes conscientes. A partir disso, foi feito um *brainstorming* para levantamento de ideias, com o *brainstorming* finalizado, pensou-se na criação de três produtos: uma mochila, uma *ecobag* e uma *nécessaire* que seriam de fácil produção, poderiam ser feitos na cooperativas pelos jovens.

Todo o processo de criação e pensamento construtivo dos produtos foi projetada para que fosse possível o uso dos retalhos dos tecidos. O processo de design foi pautado no fluxo da figura 1, onde é possível verificar as principais premissas deste projeto. Este fluxo é baseado nas ideias de desenvolvimento de produtos de Lawson (2006), que direciona este processo sempre pensando no produto e todos os seus aspectos, o autor chama esse fluxo de estratégias de design para a sustentabilidade.

Fig 1.:Design para sustentabilidade



Fonte: Salcedo 2014, p.40

Pesando nos laços emocionais, “a moda é um sistema que faz com que os consumidores se sintam atraídos a comprar coisas novas a cada temporada [...] esse sistema cria uma necessidade de mudança constante, consumo contínuo e acúmulo”. (SALCEDO 2014, p.41). O consumidor Villaget, tende a ter pensamentos e atitudes mais sustentáveis, então buscam marcas e produtos que também tenham essa premissa. Por isso, foi mantida a preocupação em manter os laços emocionais entre

marca e consumidor, seguindo o pensamento de criação da marca. Uma mochila e uma ecobag e uma nécessaire feitas com lona orgânica e algodão reciclado, com atitudes conscientes e sociais chamariam atenção do público Villaget.

A criação de laços emocionais entre marca e consumidor auxiliam a venda quando a marca comunica sua preocupação em ter essas atitudes e aplica em seus produtos. Salcedo (2014, p.41) afirma que “a indústria da moda mais sustentável deve identificar formas de produzir [...] com maior compromisso entre o consumidor e a peça, de tal maneira que a vida da peça seja maior, ameaçando, assim, sua obsolescência programada”. Se os consumidores buscam produtos com premissas conscientes, a marca deve divulgar. Então juntamente com os produtos foi desenvolvido um *tag* informativo sobre seu processo de criação e produção. Esse *tag* é feito de papel reciclado e as informações não são impressas, foi usada tinta a base d’água e *stencil*. (Figura 1), também pode feito pelos jovens na cooperativa.

Fig 1: Modelo de Tag desenvolvido



Fonte: acervo pessoal

Em relação ao bem-estar social, os produtos projetados durante o projeto seguem a linha de produção da Villaget, ou seja, que possam ser confeccionados pelos jovens dentro da cooperativa. Uma das preocupações da marca é valorizar o bem-estar da comunidade onde esta alocada, informação que também é contada ao consumidor no *tag* da figura 2. Um dos pontos principais do projeto é a confecção dos produtos dentro da cooperativa, reforçando o DNA Eco-social.

A minimização de resíduos foi um dos principais indicativos do projeto. Os produtos criados foram pensados para que possam ser feitos todos com resíduos têxteis. Segundo Salcedo (2014), até 15% de tecidos usados viram resíduos nas empresas e acabam indo para o lixo. Outro ponto pensando durante o processo de criação do produto foi a durabilidade das peças, a mesma autora defende que é fundamental selecionar materiais de qualidade e apostar em uma confecção duradoura. Essas duas ações exercem influência na durabilidade física e visual da peça, o que [...] implica na menor necessidade de novas aquisições. Os materiais selecionados são resistentes e pensou-se em acabamentos duradouros para as peças.

Dois pontos importantes do fluxo que também foram levados em conta na hora da criação dos produtos foram o papel do usuário, mostrando a ele a forma de usar e descartar e como foi desenvolvido o produto, apresentados na *tag* já mencionada (figura 1) e também o aumento da vida útil do produto, que foi pensado de duas formas, aumentando a vida útil dos refugos e também da peça, tendo em vista que a os retalhos foram transformados em produtos, um produto durável e que não será descartado facilmente, tendo em vista seu consumidor com atitudes conscientes. Em relação a gestão de resíduos, tentou-se na modelagem das peças usar o máximo de aproveitamento dos retalhos de matéria- prima. A modelagem da mochila e da *ecobag* possui apenas duas partes, para que seja de fácil corte e costura para serem feitos pelos jovens.

Iniciou-se a criação, estudando a modelagem da mochila, para que fosse fácil seu corte e costura, como já mencionado. Decidiu-se então que a parte maior da mochila (figura 2), em lona reciclada, teria apenas duas partes mais o bolso e a aba para fechamento, criou-se então um modelo de mochila. A *nécessaire* (figura 2) foi pensada para uso dos resíduos têxteis que possuem tamanho menor, composta de diferentes peças, com isso um maior reaproveitamento dos resíduos, nesta peça foi usada a lona de algodão reciclado que fabricado com o resto de resíduos têxteis de pré ou pós consumo (SALCEDO, 2014).

Fig.2: Mochila e nécessaire



Fonte: acervo pessoal

A *ecobag* (figura 3) foi pensada em relação ao consumidor da marca, que busca atitudes conscientes e adquire produtos que valorizem atitudes sustentáveis, a *ecobag* é feita de algodão orgânico e tanto a identidade visual da marca, como as informações que também constam na *tag* foram feitas como *stencil* e tinta a base d'água também na cooperativa. Realizou-se outros protótipos com algodão ecológico (principal matéria-prima da marca), que segundo Salcedo (2014, p.62) “é produzido e certificado de acordo com os padrões da agricultura orgânica [...]. possui algumas vantagens como a minimização do risco a saúde dos agricultores, evita contaminação da água e alimentos e reduz a necessidade de uso de água”. Foi usada também a lona de algodão reciclado que fabricado com o resto de resíduos têxteis de pré ou pós consumo (SALCEDO, 2014). Foram criados diversos *stencils* para serem usados na *ecobag*, com frases que vão ao encontro da marca e consumidor Villaget, os *stencils* podem ser observados na figura 3.

Fig.3: Ecobag e stencils



Fonte: acervo pessoal

Todos os materiais utilizados se adaptaram as modelagens desenvolvidas e podem ser usado para confecção dos acessórios, visto que o interessante é a proposta da peça, pois não necessariamente haverá no mercado peças totalmente iguais, visto que o intuito é o reaproveitamento dos resíduos e o prolongamento do ciclo de vida dos mesmos. O consumidor adquire os produtos por suas características eco-sociais e ainda compra produtos que podem ser únicos ou então apenas alguns semelhantes, conferindo uma certa personalização ao mesmo, gerando mais valor agregado do produto e a marca.

Os protótipos foram apresentados para a empresa e aprovados, a empresa relatou que iria colocar as peças no mercado e que ideia ia ao encontro das premissas da marca e do estilo da mesma. Depois de entregue os protótipos dos produtos a empresa passou um *feedback* muito positivo, em termos que vendas e também de aproveitamentos dos resíduos e de como foram confeccionados dentro da cooperativa.

Considerações Finais

Considerando os resultados dos protótipos apresentados neste artigo, pode-se afirmar que os produtos desenvolvidos obtiveram resultados satisfatórios, visto que foi possível a reutilização e criação de um produto com apelo estético e com as premissas da marca. Percebeu-se que estudo das modelagens pensando que fosse possível a costura pelos jovens da cooperativa foi fundamental para criação dos produtos. Os protótipos foram importantes para verificar quais as melhores soluções para um produto final conforme a empresa desejava e também para que a mesma visualizasse o resultado das criações.

Em relação ao descarte, acredita-se que com os produtos desenvolvidos o ciclo de vida foi prologado e que é possível desenvolver produtos sem cunho de reutilização de material, pois nem todos os consumidores procuram esse tipo de produto. Eles querem ter atitudes conscientes, mas buscam produtos esteticamente bonitos e que tenham relação com seu estilo de vida. Verificou-se que foi fundamental para criação do produto o estudo de fluxo de Lawson (2006), pois assim pensou-se em todos os aspectos do produto e não apenas na estética.

Percebeu-se que este tipo de atitude consciente demanda primeiramente que as empresas estejam dispostas a desenvolver produtos através da reutilização de materiais, disposição esta que necessita uma serie de testes, ensaios, tempo e profissionais capacitados para obtenção de bons resultados. Grande parte das empresas e dos designers tem a consciência de que precisam entender um pouco mais sobre sustentabilidade, materiais, processos para criar projetos com este viés e acabam não incluindo nos seus projetos por acreditarem que isso custará muito e também levará tempo demais. Mas são atitudes como a da Villaget que fazem com que o mercado perceba que, sim precisa-se tempo, conhecimento e pessoas capacitadas, mas que não é um processo mais caro por isso. É uma questão de adaptação na própria empresa. O presente estudo tem potencial para criação de mais produtos com as mesmas premissas, a empresa comunicou que iria produzir e comercializar os produtos desenvolvidos neste projeto. Em relação ao objetivo do projeto que é ampliar as estruturas para desenvolvimento de novos produtos e materiais, e procura contribuir com a diversificação produtiva da região, acredita-se que o desenvolvimento deste produto teve grande contribuição para Villaget e a cooperativa, para a marca, criou-se

um produto que usa seus próprios resíduos têxteis e doações, um produto interessante, esteticamente atrativo e ao seu consumidor, um produto que carrega o DNA da marca, agregando valor a mesma, visto que os produtos podem ser personalizados por não serem todos iguais e para cooperativa, o desenvolvimento do produto que auxilia os jovens a terem um ofício, é de fácil confecção gerando renda para ambos.

Referências

5 ELEMENTOS. **Consumo sustentável**. In: Coleção Consumo Sustentável e Ação / 5 Elementos - Instituto de Educação e Pesquisa Ambiental; coordenação Mônica Pilz Borba e Patrícia Otero. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009.

DENARDIN, K. S. **Sustentabilidade na moda**: casos de reaproveitamento e economia solidária. In: Moda, sustentabilidade e emergências / org. Ana Mery Sehbe de Carli e Bernardete Lenita Susin Venzon. Caxias do Sul: EDICS, 2012.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda & sustentabilidade** | Design para mudança. São Paulo: Editora SENAC, 2011.

LAWSON, B. **How Designers Think**: The Design Process Demystified, Architectural Press, Oxford, 4 ed., 2006.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: EDUSP, 2011.

RICKEN, L. C.; TEIXEIRA, J. A. **Eco-design: escolha de materiais visando sustentabilidade e processos de fabricação**. In: 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Centro Universitário Senac 8 a 11 out 2008 Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo (SP), 2008.

SALCADE, E. **Moda ética para um futuro sustentável**. São Paulo: Editorial Gustavo Gili, 2014.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, C. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico . 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.