

## DESIGN DE MODA CENTRADO NO HUMANO

*Human centered in fashion design*

Prado Santos, Kécia R.; Graduanda; Universidade Anhembi Morumbi,  
ketciaprado@gmail.com<sup>1</sup>  
Martinez, Adriana F.; Mestre; Universidade Anhembi Morumbi,  
drimartinez@yahoo.com.br<sup>2</sup>

**Resumo:** Com base no designer como agente transformador da realidade, o presente artigo descreve experiências em dois projetos de alunos de graduação em design de moda, com a finalidade de proporcionar produtos e serviços com foco no design centrado no humano ambos projetos colaboram com pessoas que estão em condições socioeconômicas desfavoráveis.

**Palavras chave:** design de moda; sociedade; solidariedade.

**Abstract:** Based on the designer as a transforming agent of reality, the present paper describes experiences in two undergraduate projects in fashion design, with the aim of providing products and services focused on human-centered design, both projects collaborate with people who are in unfavorable socioeconomic conditions.

**Keywords:** fashion design; society; solidarity.

### Introdução

A pesquisa de iniciação científica apresentada em este artigo tem o interesse de aplicar as metodologias decorrentes do design centrado no humano nos projetos em design de moda, no qual o designer como agente transformador da realidade apresenta soluções para usuários que não são considerados consumidores em potencial por se encontrarem em segmentos sociais sem poder aquisitivo ou de baixa renda. Dessa maneira a proposta projetual radica em colaborar com pessoas que estejam em condições socioeconômicas desfavoráveis ou precárias. É sob o olhar social que o design de moda ganha dimensões outras que nos permitem atribuir-lhe um caráter transformador.

Para tanto, foi necessário acompanhar e participar de projetos extracurriculares desenvolvidos no curso, que partissem da ótica do design

<sup>1</sup> Graduanda do curso de design de moda pela Universidade Anhembi Morumbi; <http://lattes.cnpq.br/2618513009949609>

<sup>2</sup> Professora Mestre na Universidade Anhembi Morumbi, doutoranda pela PUC – Sp; <http://lattes.cnpq.br/7942472878320034>

centrado no humano, com o objetivo de mostrar a responsabilidade ética nos âmbitos social, cultural, ambiental e político. Schulte (2015, *apud* CHICK,1992) afirma que o designer tem o potencial para mudar o contexto no qual ele está inserido. Tudo o que for criado por um designer deve ser mais do que simplesmente cumprir a funcionalidade do produto, pois com base nessa perspectiva, o que importa é melhorar a qualidade de vida das pessoas.

Autores como Dijon de Moraes (2010), Klaus Krippendorff (2000) e Rafael Cardoso (2012) discorrem sobre a relação da educação no design e a ética ou as relações intersubjetivas em um mundo contemporâneo complexo. Cada um sob seu ponto de vista propõe a necessidade de pensar atividades projetuais que não sejam subordinadas somente às leis do mercado, bens materiais ou funcionalidade, mas que viabilizem criações inovadoras centradas no ser humano.

Rafael Cardoso no livro “Design para um mundo complexo” (2012), assinala que o designer recém formado deve sentir-se um estudante cursando outro estágio de aprendizagem para construir pontes de saberes. Ele indica a formação do “designer pensante” baseado no maior aprofundamento das reflexões.

Já Dijon de Moraes no livro “Metaprojeto: o design do design” (2010) aborda um mundo em constante mutação no qual se configuram cenários onde prepondera o intangível e o imaterial, exigindo do design uma interação com áreas que explorem mais a subjetividade e menos a objetividade. Para o autor o designer precisa ampliar sua ótica para além do produto levando em conta o que há em seu entorno, fundamentalmente as características do comportamento humano.

Também, para embasar a questão do design centrado no humano procurou-se o artigo de Klaus Krippendorff (2000), que mostra como os produtos deixaram de ser meros objetos para se transformar em práticas sociais e símbolos.

### **Iniciação científica em design de moda**

O interesse pela pesquisa científica partiu da vontade de complementar a formação acadêmica e ampliar os conhecimentos obtidos na faculdade. Por esse

motivo, procurou-se vincular as análises ao projeto “design de moda e suas implicações sociopolíticas”, desenvolvido pela atual professora orientadora, que consiste em evidenciar as relações contemporâneas do design de moda e suas práticas sociopolíticas expressas nas instâncias simbólicas.

Nesta primeira etapa da pesquisa optou-se por realizar o levantamento de dados mediante o mapeamento de contextos para identificar o perfil de usuários que se encontram em situações desfavoráveis economicamente e que afetam o bem-estar dessas pessoas, para depois poder propor alternativas de transpor essas dificuldades.

Para efetivar o planejamento da pesquisa, além das leituras referenciais teóricas, foi adotada a estratégia de estudo de caso, porquanto permite a observação particularizada de contextos e retrata uma realidade que apresenta múltiplas dimensões, possibilitando descobrir respostas. Mediante essa prática, também é possível usar uma maneira mais acessível, pois apresenta um caráter informal como as narrativas e as descrições capazes de colaborar com o resultado final. Assim, a primeira fase foi a exploratória com a qual foi viável apreciar as questões específicas o que proporcionou delinear o foco com informações que contornaram o estudo. Posteriormente, pretende-se analisar os dados obtidos para apresentar as considerações decorrentes da pesquisa (GIL, 1987).

Os estudos de caso incorporados na iniciação científica foram dois projetos iniciados por estudantes do curso de design de moda da universidade em que está vinculada a presente pesquisa. Tais projetos congregam estudantes interessados na proposta do design centrado no humano e atuam por meio de comunicação em redes sociais e ações internas no campus.

Os dois projetos são vertentes da proposição “Design Solidário”, um deles denominado “Design Social” e o outro “Bolsas de Zâmbia”. O primeiro baseia-se na realização de coletas de peças de vestuário masculino para a montagem de uma loja, onde moradores de rua possam escolher as suas roupas. O outro, radica na confecção de bolsas para adolescentes que moram em Zâmbia (país da África oriental), com a finalidade de guardar pertences higiênicos. Cabe ressaltar que ambos apresentam ações sustentáveis como parâmetro projetual fundamental do processo.

Desse modo, o projeto “Design Social”, voltou a inquietação para as questões urbanas e as desigualdades provocadas pelo sistema capitalista, depositando o interesse por aquele que não pode ser um consumidor em potencial. Segundo Barbosa (2012), manifestações e organizações em favor dos moradores de rua no mundo todo chamam a atenção da população. As iniciativas em espaços públicos das cidades abordam debate sobre como enfrentar este problema.

A ação será efetuada em parceria com a instituição SERMIG - Fraternidade da Esperança (Arsenal da Esperança), a qual relatou que os moradores de rua atendidos por eles solicitam roupas para entrevistas de trabalho. Por esse motivo, o objetivo do projeto “Design Social” é o de proporcionar a autoestima e a inserção social dos moradores de rua.

Ron Bailey diz que o problema da população de rua tem alcançado proporções desastrosas. (...). Contudo, há outras categorias além de famílias de moradores de rua. Entre os moradores de rua que vivem sozinhos, o grupo mais diversificado, há um grande número de pessoas vivendo em instituições como abrigos noturnos e albergues (BARBOSA, 2012, p. 135).

O intuito é recolher doações de peças de vestuário, acessórios e calçados masculinos em bom estado, para realizar a manutenção e limpeza dos mesmos, com a finalidade de os oferecer em uma loja onde o usuário poderá escolher as peças que deseje.

A divulgação é realizada por meio de redes sociais e ações programadas no campus da Universidade. Os estudantes são organizados em grupos para desenvolver tarefas específicas como triagem das peças doadas e análises do estado de conservação. As peças são organizadas da seguinte maneira:

- a) as que estão em boas condições, as que precisam de reparos e as que devem passar por lavanderia;
- b) por tamanhos e cores;
- c) por modelo de peça (camisas, calças, casacos etc.);

A loja será montada no mês de setembro no “Dia da responsabilidade social”, em que a Universidade irá participar da 13ª edição do evento. Entretanto, antes dessa data, serão realizadas duas visitas na instituição SERMIG - Fraternidade da Esperança (Arsenal da Esperança), para realizar o

levantamento de dados com o intuito de identificar as dificuldades encontradas pelo usuário em relação ao vestuário, entre outros aspectos que sejam necessários para que ação aconteça. Ainda, pretende-se fazer antes da data do evento uma palestra e um *workshop* com temas relacionados à moda e aos cuidados para a manutenção da roupa. O maior objetivo é que essas pessoas que estão em situação de vulnerabilidade se reencontrem na sociedade e voltem a se sentir parte dela.

O outro projeto “Bolsas de Zâmbia” é realizado em parceria com a organização sem fins lucrativos Sewpowerful<sup>3</sup>, com o propósito de confeccionar 6000 mil bolsas, para que adolescentes da Zâmbia permaneçam na escola durante todo o mês, pois foi constatado que as garotas desse país quando estão no período menstrual deixam de frequentar a escola por períodos extensos, muitas vezes abandonando os estudos. Essas adolescentes em situação de vulnerabilidade social não conseguem comprar absorventes e optam por não saírem de suas casas com receio de passar por situações de constrangimento. As bolsas confeccionadas pelos estudantes do curso de design de moda têm a função de guardar produtos de gestão de higiene menstrual.

Figura 1: Bolsas confeccionadas com retalhos.



Autoria, 2017.

A empreitada é efetuada por meio do recolhimento de retalhos de tecidos

<sup>3</sup> [sewpowerful.org](http://sewpowerful.org)

que sejam no mínimo de 5x5cm e roupas usadas de tecido plano de algodão. Foram condicionadas caixas nos ateliers, onde é feita uma triagem para separar por cores e fazer a higienização dos materiais com os quais serão confeccionadas as bolsas. As atividades foram planejadas da seguinte maneira:

- a. organizar os retalhos por cores, tamanhos e material;
- b. realizar a limpeza dos retalhos;
- c. divulgar o projeto em todas as turmas de design de moda para que sejam depositados os recortes nas caixas instaladas nos ateliers;
- d. distribuir as tarefas de acordo com as aptidões de cada um como descosturar, acondicionar o material, modelagem, costura, passadoria.
- e. elaborar um cronograma e estabelecer metas de entregas das bolsas prontas.
- f. efetuar relatórios das metodologias identificadas no processo e das atividades para tentar futuras publicações.

Figura 2: Montagem dos kits para a confecção das bolsas.



Autoria, 2017.

## Considerações Finais

O designer é muito mais que somente um solucionador de problemas relacionados a funcionalidade e estética de produtos de consumo, ele também tem o papel fundamental na sociedade através de ferramentas disponíveis, demonstrando assim sua responsabilidade ética social, econômica, política e ambiental.

Um dos maiores problemas encontrados na sociedade são as diferenças sociais causadas pelo sistema político e econômico atual. O designer como agente transformador de realidades, têm-se demonstrado cada vez mais interessado em utilizar as ferramentas projetuais, para melhorar as condições de vida de pessoas que se encontram em situações desfavoráveis ou vulneráveis.

Nesse sentido, o designer de moda atua com o propósito de colaborar em seu contexto, de maneira ativa, estimulando a solidariedade e os laços sociais. Os meios sustentáveis também são ferramentas importantes para o designer de moda, pois por meio deles é possível transformar um problema, em solução projetual como as propostas descritas no artigo.

## Referências

BARBOSA, Lara Leite. **Design sem fronteiras. A relação entre o nomadismo e a sustentabilidade.** São Paulo: Universidade de São Paulo, 2012.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo.** São Paulo: CosacNaify, 2012.

DE MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o design do design.** São Paulo: Blucher, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 1987.

KRIPPENDORFF Klaus. **Design centrado no humano: uma necessidade cultural.** Estudos em design, V.8, nº 3, p.p 87-98. Rio de Janeiro, 2000.

SCHULTE, Neide Köhler. **Reflexões sobre moda ética. Contribuições do biocentrismo e do veganismo.** Florianópolis: Ed. da UDESC, 2015.



APOIO



REALIZAÇÃO

