

DESENVOLVIMENTO DE ACESSÓRIO DE MODA COM APROVEITAMENTO DE RESÍDUOS TÊXTEIS

DEVELOPMENT OF A FASHION ACCESSORY REUSING TEXTILES RESIDUES

Julia Isoppo Picoli¹
Elisa Marangon Beretta²
Samira M. Troncoso Kroeff³

RESUMO

O artigo tem como intuito mostrar o desenvolvimento de uma coleção de acessórios para tênis, 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 for shoes 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 Mestre. Universidade Feevale;. E-mail: juliai@feevale.br.

² Mestre. Universidade Feevale;. E-mail: elisamb@feevale.br.

³ Mestre. Universidade Feevale;. E-mail: samirat@feevale.br.

1 INTRODUÇÃO

Este projeto foi realizado a partir do desenvolvimento de uma coleção de acessórios 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 desenvolvimento do projeto.

Este artigo tem como objetivo apresentar os resultados obtidos no desenvolvimento de acessórios 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; 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.

2 CONSUMIDOR CONSCIENTE

Nota-se no contexto atual uma mudança no pensamento de alguns consumidores, estes se informam e buscam realizar um consumo consciente, inclusive esta é uma tendência comportamental abordada pelas pesquisas do portal de tendências USEFASHION⁴ – portal de pesquisa de tendências. Denardin (2012), explica que o consumidor consciente é aquele que sabe as escolhas que faz e como isso pode afetar a sociedade.

Sendo assim, não se trata de um consumidor que busca apenas produtos de cunho sustentável ou ligados ao eco design e sim busca com algumas ações ter atitudes

⁴ Portal de pesquisa de comportamento e tendências.

conscientes. No eco design os produtos são desenvolvidos com foco na manutenção e preservação do meio ambiente, levando em conta não somente a aquisição da matéria-prima, como também o ciclo de vida do produto e as consequências decorrentes do seu descarte. (RICKEN; TEIXEIRA, 2008).

Neste sentido o ciclo de vida do produto de acordo com Salcade (2014, p. 19) “não se refere a evolução das vendas de um artigo durante o tempo que permanece no mercado [...] e sim a cadeia de processos que intervêm na vida de um produto, desde a extração da matéria-prima com a qual será fabricado até a eliminação de seus resíduos. Acredita-se que se todos os consumidores tiverem algumas atitudes conscientes na hora da compra e principalmente na escolha dos produtos consumidos, já estão ajudando a disseminação de atitudes conscientes e produtos que levam essas características.

3 CONCEITOS DE SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade permite o desenvolvimento econômico sem agredir o meio ambiente, preservando-o para as futuras gerações (MANZINI; 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; VEZZOLI, 2011, p. 27).

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).

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 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; GROSE, 2012). Estes conceitos foram utilizados para o desenvolvimento do projeto de acessórios.

4 PROJETANDO

O *briefing* passado pela empresa era um produto 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 no desenvolvimento de um acessório para os tênis carro chefe da marca e não um novo modelo de tênis, pois o

acessório seria uma peça menor então os retalhos de tecidos seriam melhor aproveitados, e seria de fácil produção, poderiam ser feitos na cooperativas pelos jovens.

Pensando na questão de marca com atitudes conscientes e que por sua vez possui consumidores que também pensam assim, é possível usar o mesmo acessório em diversos tênis, tornando-o diferente e não necessitando comprar diversos pares do calçado.

Todo o processo de criação e pensamento construtivo da peça 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.

A criação de laços emocionais entre marca e consumidor auxilia 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 o produto 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 2), também pode feito pelos jovens na cooperativa.



Figura 2 - 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.

A minimização de resíduos foi um dos principais indicativos do projeto. O acessório de moda a ser desenvolvido para o tênis será feito todo 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 do produto foram o papel do usuário, mostrando a ele a forma de usar, descartar e como foi desenvolvido o produto, apresentados na *tag* já mencionada (figura 2) 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 peça pode ser usada em tênis diferentes, de cano alto e curto, prologando o seu uso, mesmo que o tênis seja descartado. Em relação a gestão de resíduos, tentou-se na modelagem das peças usar o máximo de aproveitamento dos retalhos de matéria- prima.

Iniciou-se a criação, estudando as formas dos tênis carros chefe (cano curto e cano alto) da empresa que podem ser observados nas imagens A e B da figura 3, após essa análise foi possível ser feita a criação e modelagem do acessório. Os primeiros esboços do acessório podem ser verificado nas imagens C e D da figura 3.



Figura 3 - Modelos de tênis Villaget
Fonte: Acervo pessoal

Na imagem C o acessório cobre apenas uma parte do tênis e é composto por duas partes. Já o segundo modelo é mais longo, tem uma aba que pode ser usada dobrada ou não e também é dividida em suas partes (modelagem).

Depois dos esboços, foi feita a modelagem das peças e os protótipos. Foram feitos diversos protótipos com tipos materiais e de acabamentos diferentes. A figura 4 mostra alguns dos modelos desenvolvidos, é possível observar que foram usados tecidos distintos, uso de viés como acabamento, peça de uma estampa e viés de outra, tentando aproveitar o máximo de material possível. O primeiro modelo da imagem A, foi feito com retalho de ribana e com viés de malha, o segundo modelo forrado com retalhos de pelo, o próximo com uma cor clara, viés estampado e foi pespontado fazendo um xadrez. A imagem B da figura 4 mostra com maiores detalhes alguns dos protótipos desenvolvidos.



Figura 4 - Protótipos confeccionados
Fonte: acervo pessoal

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).

Todos os materiais utilizados se adaptaram a modelagem desenvolvida e podem ser usado para confecção do acessório, 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. A figura 5, mostra o *instagram* da marca divulgando o produto realizado no projeto.



Figura 5 - Modelo confeccionado pela Villaget
Fonte: Villaget, 2015

Depois da divulgação e comercialização do produto 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.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando os resultados dos protótipos apresentados neste artigo, pode-se afirmar que a coleção de acessórios desenvolvida obteve 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 dos tênis foram fundamentais para que o acessório comportasse os dois modelos, de cano alto e baixo. 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 como o acessório poderia ser usado.

Em relação ao descarte, acredita-se que com o produto desenvolvido 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, o acessório foi levado a produção e já comercializado pela empresa. 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**. Organização 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: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8. 2008, Centro Universitário Senac. Anais. São Paulo, 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.