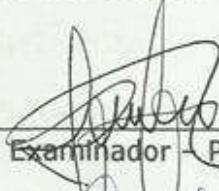


Trabalho de Conclusão de Curso –
TCC, apresentado ao Curso de Design de
Moda da Faculdade da Cidade do Salvador como parte dos requisitos
para conclusão do curso.

Banca Examinadora:

Aprovada em: 01 / junho / 2010


Examinador Prof. Jaime Sodré


Examinadora Profa. Mestre Carol Barreto


Prof. Mestre Marcelo Geraldo Teixeira
Professor orientador

Salvador
2010



FACULDADE DA CIDADE DO SALVADOR
CURSO DESIGN DE MODA
ESTER DO ROSÁRIO BARROS SANTOS

**A IMPORTÂNCIA DO DESIGNER DE MODA:
AGENTE MULTIPLICADOR DE IDÉIAS SÓCIO-SUSTENTÁVEIS**

**Salvador
2010**

ESTER DO ROSÁRIO BARROS SANTOS

**A IMPORTÂNCIA DO DESIGNER DE MODA:
AGENTE MULTIPLICADOR DE IDÉIAS SÓCIO-SUSTENTÁVEIS**

Trabalho Acadêmico apresentado à Faculdade da Cidade do Salvador, em cumprimento da disciplina de TCC como exigência para conclusão do curso de Design de Moda.

Orientador: Prof. Mestre Marcelo Geraldo Teixeira

**Salvador
2010**

**"há quem acredite que a moda é fútil e frívola.
Eu lhes digo que moda é comunicação".**
ANGEL apud MORRIS (1970)

A IMPORTÂNCIA DO DESIGNER DE MODA: AGENTE MULTIPLICADOR DE IDÉIAS SÓCIO-SUSTENTÁVEIS

SANTOS, Ester Barros. Professora, graduando em Bacharelado em Design de Moda: **A Importância do Designer de Moda: Agente modificador de idéias sócio-sustentáveis.** Salvador, 2010. 59p. Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade da Cidade do Salvador.

Resumo:

O presente artigo tem por objetivo explicitar a importância do designer de moda como agente modificador da nossa sociedade, e como um projeto de remanufatura gerenciado por um profissional de moda pode trazer resultados positivos. É apresentado um breve relato sobre análise do ciclo de vida do produto e sua utilização como ferramenta no que se refere à reciclagem e um estudo de caso realizado em uma empresa de pequeno porte, que recebe o material descartado do Pólo Petroquímico como doação. Os resultados dessa coleção de moda mostram que apesar de usar matéria-prima secundária, é possível desenvolver produtos com alta qualidade e características similares àqueles que são desenvolvidos com a matéria-prima virgem, fazendo com que a sua reinserção no processo produtivo prolongue ou não interrompa o seu ciclo de vida evitando o descarte, a degradação ambiental e, muitas vezes propiciando a economia, além de apresentar a moda como multiplicador de idéias sócio-sustentáveis. O trabalho que está sendo proposto se insere, também, na dimensão do design social, uma vez que percebe um valor intrínseco na esfera do artesanato, assim como no campo do Eco-design, configurando o designer como um agente social que busca trabalhar com as pessoas, ao invés de para elas.

PALAVRAS-CHAVE: Designer. Moda. Sustentabilidade. Remanufatura.

SANTOS, Ester Barros. Teacher, graduating in Bachelor of Fashion Design: **The Importance of Fashion Designer: Agent modifier socio-sustainable ideas.** Salvador, 2010. 59p. Completion of course work. Faculdade da Cidade do Salvador.

ABSTRACT

This article aims to explain the importance of fashion designer as modifying agent in our society, and a remanufacturing project managed by a professional fashion can bring results positives. Is presented a brief report on the analysis of the product life cycle and its use as a tool when it comes to recycling and a case study in a small business, which receives material discarded as donation. The results show that despite using secondary raw material, it's possible to develop products with high quality and characteristics similar to those that are developed with the virgin material, making their reintegration into the production process doesn't interrupt or prolong their life cycle by avoiding disposal, environmental degradation, and often providing the economy, and fashion show as a multiplier of ideas socio-sustaining. The work being proposed is also in the social dimension of design, since it sees intrinsic value in the realm of handicrafts, as well as in the field of Eco-design, setting the designer as a social agent who seeks to work with people, instead of to them.



KEYWORDS: Designer. Fashion. Sustainability. Remanufacturing.

1 INTRODUÇÃO

A presente proposta, na modalidade da pesquisa-ação, visa trabalhar ferramentas que possibilitem desenvolver técnicas de remanufatura e customização na construção de uma coleção de moda. Procura-se, ao longo deste trabalho, construir possibilidades, mudanças sócio-culturais necessárias

para o conhecimento e a disseminação do designer de moda. Em paralelo, a proposta promove, diretamente, a conscientização a respeito da política de reciclagem segundo os princípios do eco-design e do desenvolvimento sustentável.

O trabalho aborda a utilização da remanufatura como instrumento na criação de peças do vestuário, visando o total aproveitamento da matéria-prima evitando o descarte. Os agentes problematizadores que levaram ao desenvolvimento deste artigo foram questionamentos como: Qual é a relevância deste tema? Qual a importância do Designer de Moda na sustentabilidade ambiental? Quais os pontos positivos do Designer de Moda na atuação de trabalhos comunitários?

Neste contexto onde temos o Pólo Petroquímico como doador potencial dessa matéria-prima secundária que são os uniformes descartados dos operários de cada empresa que compõem esse centro industrial, como Braskem, MFX, Norton, Odebrecht entre outras. Semestralmente esses uniformes são substituídos por outro novo, nesta fase é feita a doação desse material descartado ao Programa Mesa Brasil SESC.

Este material é composto de calças e camisas, quase sempre danificados por exposição a produtos químicos como cloro, entre outros, esses ficam armazenado dentro de um depósito sem uma finalidade aparente. Todo esses fardamentos são distribuídos para associações participantes do Programa MBS, as associações não tendo um planejamento profissional de aproveitamento desse material, quase sempre deixa de lado uma boa opção de gerar trabalho e renda nas comunidades de Salvador, podendo alcançar uma das metas que tanto é citado nos tempos atuais “ Sustentabilidade Ambiental”.

Na abordagem deste estudo apresenta-se como objetivo geral a elaboração de uma coleção de moda feminina a partir da remanufatura de uniformes descartados de operários do Pólo Petroquímico. Os objetivos específicos deste trabalho são a identificação da importância do Designer de Moda como agente modificador da nossa sociedade; a análise dos resultados positivos; a identificação do design como ponte entre as inovações técnicas e sociais; a compreensão da remanufatura como técnica de geração de renda e a aplicação da matéria-prima secundária no processo produtivo de bens remanufaturados.

Objetivamos com este trabalho de conclusão de curso a reflexão dos profissionais da área de moda, nesse contexto o Designer de Moda, para uma futura melhora em relação à atuação na comunicação de massa trazendo propostas criativas e sustentáveis. Disseminando seus conhecimentos no campo do eco-design no desenvolvimento de projetos ambientalmente sustentáveis e atendendo à necessidade de comunidades excluídas e minorias, reduzindo ao máximo o impacto ambiental dando destino produtivo a matéria-prima secundária, neste caso específico os tecidos jeans e brim dos uniformes de funcionários e transformando em bens de moda.

Foi possível observar a contribuição desse projeto para a preservação do meio ambiente através do retorno dos bens de pós-consumo ao ciclo produtivo, o que diminui o acúmulo de resíduos sólidos na natureza, além de gerar trabalho e renda as comunidades.

Sob o ponto de vista metodológico, esse trabalho caracteriza-se quanto à natureza, como uma pesquisa aplicada, uma vez que, destina-se a contribuir para a construção de conhecimento, com vistas ao desenvolvimento de produto. Já quanto ao objetivo, essa pesquisa apresenta características exploratórias, porque pretende, inicialmente, gerar mais informações sobre o tema, para direcionar a segunda fase da pesquisa.

A metodologia adotada no projeto colaborou para desenvolver na participante um perfil adequado para o seu engajamento social e profissional. O eco-design, cuja primeira definição foi dada por Victor Papanek, (2008) participa de um processo que tem por consequência tornar a economia mais “leve”. Igualmente chamada eco-concepção, trata-se de uma abordagem que consiste em reduzir os impactos de um produto, ao mesmo tempo em que conserva sua qualidade de uso (funcionalidade, desempenho), para melhorar a qualidade de vida dos usuários de hoje e de amanhã.” Thierry Kazazian, (2005). Quanto aos procedimentos técnicos, o trabalho delimita-se no primeiro momento como pesquisa bibliográfica, pois buscará aprofundamento sobre o tema em materiais já publicados. Para que no segundo momento, passe para o âmbito da pesquisa-ação, o que se justifica, pois o trabalho está situado na esfera do design social.

Assim, a abordagem deste estudo será qualitativa, pois pretende direcionar o foco para o processo. Além disso, compreende-se indissociável a relação entre os objetivos propostos e o contexto onde o tema se insere. As

orientações metodológicas, acima expostas, encontram-se sintetizadas em Prodanov & Freitas (2009, p. 140). Os autores ainda acrescentam que do ponto de vista científico a proposta da pesquisa-ação oferece subsídios para organizar a pesquisa de forma convencional tendo importante papel a desempenhar (IBID, p. 78) As etapas propostas para a primeira parte deste projeto consistem no aprofundamento teórico e prático sobre o tema.

2 ETAPA INFORMATACIONAL

A partir do aprofundamento teórico, gerado na primeira parte deste estudo, será orientada a segunda etapa, pois conforme Thiollent (2008, p. 51)

“o planejamento de uma pesquisa ação é muito flexível. Contrariamente a outros tipos de pesquisa não segue uma série de fases rigidamente ordenadas. Há sempre um vai e vem entre as várias preocupações e a serem adaptadas em função das circunstâncias e da dinâmica interna do pesquisador e seu relacionamento com a situação investigada”

Assim comprehende-se que informações levantadas designarão o ordenamento das fases da pesquisa-ação, bem como possíveis sub-etapas de cada fase.

2.1 Design de Moda

Atualmente a atuação do Design tem se expandido. Não se trata mais de se articular somente um conjunto de elementos tangíveis, mas um conjunto de ideologias, crenças, valores, assim como também um agregado de serviços que permitirão ou ajudarão ao consumidor a satisfação de suas necessidades e desejos. Pensando na abrangência do fenômeno Moda, encontramos a frase de Lipovetsky (1989) “a linguagem e as maneiras, os gostos e as idéias, os artistas e as obras culturais” (1989, p.24) e acrescentamos a influência dos avanços da ciência como fatos que provocam as mudanças sociológicas, psicológicas e estéticas que ocorrem na sociedade (Rech, 2002, p.29).

O conceito de moda é intrigante e paradoxal: ao mesmo tempo em que ela é passageira e efêmera (LIPOVETSKY, 2003; JONES, 2005) é eterna porque nunca deixa de haver modas. A tão falada moda nada tem de frívola e fútil (FEGHALI e DWYER, 2004; LIPOVETSKY, 2003). É do camarim às passarelas que a sua verdadeira identidade emerge: cifras e mais cifras de um mercado promissor que emprega milhares de pessoas em todo o mundo.

A Moda pode ser entendida como um sistema de produção e de comunicação que introduz mudanças de comportamento e de aparência, de acordo com a cultura e os ideais de uma época. Segundo (Lipovetsky, 1989) o fenômeno da Moda se configura a partir do final da Idade Média, quando a roupa passa a exercer uma função de diferenciação social. Naquele momento histórico, a Moda constituía-se de normas e costumes ditados pela nobreza e copiados pela burguesia. Esse movimento descendente e cíclico da escala social, que impunha a maneira de se vestir e ornamentar chega ao século XXI bem mais fraco. Outros valores entram em cena. Parece que a linguagem da Moda torna-se acessível a todas as classes e grupos sociais. Sempre existirão tribos, ídolos e seus seguidores, mas a autonomia de compor sua aparência conforme suas ideologias e estilo de vida é uma conquista do consumidor contemporâneo, que se exprime pela Moda, sem o uso da palavra.

2.2 A utilização do Design

O Design está inserido no nosso cotidiano e muitas vezes não o é percebido. Toda vez que abrimos nossos armários nos deparamos com puro Design, desde o próprio armário a todos os produtos que ali estão. Cada vez mais o Design é importante e essencial para sustentação e reconhecimento de produtos no mercado. Ele deve trabalhar consciente de sua responsabilidade social e ecológica, utilizando as ferramentas do mercado para desenvolvimento de produtos como um todo. Suas ações devem partir da pesquisa e construção de conceitos até chegar ao produto final.

O Design está em constante mudança por ser a principal ferramenta de competitividade das empresas na atualidade. Um dos principais conceitos utilizados dentro da filosofia empresarial é o da empresa orientada para o mercado, entendendo-se ai como mercado consumidor, e o Design é justamente o elo entre as empresas e estes consumidores. (Dias, 2003)

Em recente pesquisa com objetivo de entender a percepção dos empresários brasileiros para o que é Design, e se estes identificam sua importância, verificou-se que há um direcionamento deste entendimento para o desenvolvimento de produtos e marcas e sua relação com a funcionalidade e estética (IFEP, 2004). Isto indica que embora a maioria das empresas tenha uma clareza do conceito de Design mais de um terço delas possui um referencial inadequado para o conceito.

O grande trabalho do Designer é transformar necessidades em soluções medidas por resultado, satisfação, ego e status. Na verdade não existe em design, a solução eterna (raríssimos casos). Basta entendermos como funciona a dinâmica do consumo ditada pelo mercado de consumo no sistema capitalista. E com base nesse mercado, empresas podem se reposicionar, criar novos produtos e procurar (e criar) novos mercados. O design também segue essa tendência como elemento que influencia (e é influenciado), tanto pela indústria que dita os meios de produção quanto pelos usuários que ditam elementos culturais.

Nos últimos 20 anos o design se desenvolveu com base na explosão de consumo atrelado a produtos de alta tecnologia (produtos eletroeletrônicos, computação e novos materiais). Desenvolvimento esse superior aos de todas as décadas anteriores do século XX. As indústrias se especializaram, novos mecanismos de estímulo ao consumo foram implementados, ampliou-se o leque de produtos e criam-se segmentos de mercado. Nesse novo contexto, o design desenvolve elementos “diferenciadores” para estas tribos, uma vez que cria toda uma cultura material, visual específica. A famosa ditadura da moda alicerçada no “diferente” e, agora também é um ardil que a indústria usa ao inserir o design em sua cadeia produtiva. E, é neste momento que o designer precisa conhecer a linguagem que orienta e estimula essas tribos sociais a consumir produtos e serviços específicos.

Seja um especialista, não um generalista! Considerando o design forte como ferramenta na cadeia capitalista, podemos afirmar que não existe no design solução duradoura, como falamos anteriormente, mas, a que melhor se adequada ao momento. E assim seguem os ciclos evolutivos, consumista da sociedade.

Para melhor fazermos nosso trabalho, enquanto profissionais de moda devemos conhecer elementos de antropologia cultural/social, psicologia de

comportamento, consumo, mecanismo de produção, tudo isto remete o design o campo do pensamento tecnicista. O designer antes de tudo é um profissional técnico, pois precisa manipular toda essa variável no ato criativo, a ainda adaptá-las há um tempo pré-determinado pelo cliente e pelo momento de referências visuais em que vivemos. Daí vem a metodologia (somada à experiência) auxiliar o designer a desenvolver seu trabalhar e satisfazer seu cliente.

A linguagem é o modo pelo qual nos comunicamos, em design é o modo pelo qual identificamos e “falamos visualmente” o que o usuário entende ou precisa entender. Precisamos refletir sobre o que vivemos e fazemos profissionalmente questões sociais, econômicas, ecológicas não são mais “excluíveis” no ato projetal de design, podemos projetar produtos e comunicação direcionada, criativa, e politicamente “correta” quase que naturalmente, basta nos policiarmos nesta direção: Ética.

2.3. Sustentabilidade Ambiental

Vezzoli (2005, p.27) menciona que Sustentabilidade Ambiental refere-se às condições sistêmicas segundo as quais, em nível regional e planetário, as atividades humanas não devem interferir nos ciclos naturais em que se baseiam tudo o que a resiliência do planeta permite e, ao mesmo tempo, não devem empobrecer seu capital natural. Vezzoli (2005, p.28) também afirma que podemos considerar sustentáveis somente aqueles sistemas produtivos e de consumo cujo emprego de recursos ambientais por unidade de serviço prestado seja, pelo menos, 90% inferior ao atualmente aplicado nas sociedades industriais mais avançadas.

Quando se fala em design para sustentabilidade entende-se o ato de projetar produtos, sistemas e serviços causando baixo impacto no meio ambiente e uma alta qualidade social. É importante o projetista ampliar sua atenção para todas as fases do ciclo de vida do produto, começando na extração da matéria-prima até o seu descarte (VEZZOLI, 2008).

Na definição de Kazazian (2005, p.8) o conceito de Desenvolvimento Sustentável diz respeito ao desenvolvimento que concilia crescimento econômico, preservação do meio ambiente e melhora das condições sociais. Esse desenvolvimento é de responsabilidade social, todos nós devemos ter o olhar voltado para a sustentabilidade ambiental.

A responsabilidade social é a busca da valorização do ser humano, individual e coletivamente, busca da valorização do meio ambiente do qual o ser humano está inserido.

2.4 Eco-Design

Eco-design é o termo para uma crescente tendência nos campos da arquitetura, engenharia e design em que o objetivo principal é projetar lugares, produtos e serviços que, de alguma forma, reduzam o uso de recursos não-renováveis ou minimizem o impacto ambiental (contraste). É vista geralmente como uma ferramenta necessária para atingir o desenvolvimento sustentável.

Segundo Manzini e Vezzoli (2002), Eco-Design e DfE são termos sinônimos utilizados no desenvolvimento de produtos quando as variáveis ambientais são consideradas, ou seja, quando o projeto do produto leva em consideração aspectos que possam causar impactos no meio ambiente. O Eco-design é um meio de reduzir ou eliminar esses impactos e manter qualidade de vida, substituindo produtos e processos por outros menos nocivos ao meio ambiente. Preocupando-se com o ciclo de vida dos produtos extração, industrialização, transporte, comercialização, consumo, utilização e descarte.

O Eco-design é, acima de tudo, um novo conceito. Pode ser desenvolvido através de materiais de uso freqüente e corriqueiro, a partir dos quais serão criados novos objetos que, ao serem modificados, terão um novo conceito e utilidade. Esta tendência de design é essencialmente futurista e tem como objetivo preservar o planeta para as gerações futuras.

O termo design sustentável surgiu recentemente com o propósito de trazer um novo conceito que incluísse os significados das duas palavras. O termo design significa o ato de projetar, desenvolver ou criar, buscando sempre a evolução do que já existe. Já a palavra sustentável, no novo conceito aplicado a ela, é fazer algo considerando os seus três aspectos: economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente correto. O Triângulo da Sustentabilidade, produtos concebidos dentro da visão do design sustentável devem respeitar a preocupação com o meio ambiente, diminuindo, assim, os problemas da extração da matéria-prima e da energia necessária para sua fabricação. Esses produtos também devem ser acessíveis

economicamente ao maior número de pessoas possível. Tratar os aspectos sociais de forma mais ampla. Por último, têm também que cumprir uma função fundamental e básica que é trazer o bem-estar e a satisfação a quem os utiliza.

O conceito dos 3R(erres) (Reduzir, Reutilizar e Reciclar) deve estar presente nos produtos desenvolvidos dentro da visão do design sustentável. Segundo Manzini e Vezzoli (2005), após seu uso o produto pode ser destinado à reciclagem ou ele pode ser reutilizado na sua própria função. Esses produtos, quando na sua fase de concepção, devem ser elaborados já para possíveis reutilizações para sua função principal. Com uma maior durabilidade que evite baixa utilização e uso de materiais que permitam a reciclagem. O design sustentável projeta no presente com olhos no futuro. Essa afirmação procura colocar os dois tempos, presente e futuro, existindo simultaneamente, pois as necessidades que geraram a sua fabricação devem considerar todos os aspectos envolvidos e seus impactos no agora e no depois.

O principal objetivo do design sustentável é reduzir ao máximo o impacto ambiental desse produto em todas as suas fases. Portanto, projetar um produto é mais do que só resolver suas características e desenho final, é poder avaliar o seu impacto no meio ambiente e na felicidade dos seus usuários.

Entende-se por eco-design: todo processo que contempla os aspectos ambientais em todos os estágios de desenvolvimento de um produto, colaborando para reduzir o impacto ambiental durante seu ciclo de vida. Isto significa reduzir a geração de lixo e economizar custos de disposição final. A definição de eco-design proposta por (Fiksel, Joseph – Design for environment: Creating eco-eficiência products and processes- 1996) diz que o projeto para o meio ambiente é a consideração sistemática do desempenho do projeto, com respeito aos objetivos ambientais, de saúde e segurança, ao longo de todo o ciclo de vida de um produto ou processo, tornando-os eco eficiente, o que leva à produtividade e lucratividade.

O design adquire papel importante neste conceito de moda e ecologia, o de agregar valor a produtos e transformá-los em produtos com simbologia, pois a qualidade e o alto valor intrínsecos, já não são os únicos elementos a sustentar seu consumo. Atualmente a interferência do Design tem se expandido. Não se trata mais de se articular somente um conjunto de

elementos tangíveis, mas um conjunto de ideologias, crenças, valores, assim como também um agregado de serviços que permitirão ou ajudarão ao consumidor a satisfação de suas necessidades e desejos.

O eco-design, cuja primeira definição foi dada por Victor Papanek, participa de um processo que tem por consequência tornar a economia mais “leve”. Igualmente chamada eco concepção trata-se de uma abordagem que consiste em reduzir os impactos de um produto, ao mesmo tempo em que conserva sua qualidade de uso funcionalidade, desempenho, para melhorar a qualidade de vida dos usuários de hoje e de amanhã”. (Thierry Kazazian, 2005) Além do consumo consciente, o reaproveitamento é outra postura valorizada pelo eco design.

Sob estas condições, o designer contemporâneo deve assumir uma nova e estratégica responsabilidade frente à sociedade, pois é o profissional que opera um elo importante entre a indústria (que produz, distribui, divulga e comercializa bens de consumo) e a sociedade, que os utiliza e os descarta, em quantidades cada vez maiores tanto de objetos quanto de peças de vestuário.

O designer destes novos tempos, além de possuir a tarefa de projetar os produtos e as imagens de empresas privadas e de instituições públicas, gradativamente precisa atuar de um modo pedagógico, objetivando conscientizar seus clientes e consumidores acerca da gravidade que envolve as questões ambientais e o consumismo na atualidade. Segundo Papanek (1997, p.14):

(...) designer tem sido sempre (...) um professor, estando em posição de informar e influenciar o cliente. Com a atual confusão ambiental é ainda mais importante que ajudemos a orientar a intervenção do design, de modo que seja natural e humana. Temos de alargar nossas próprias áreas de conhecimento, e simultaneamente reorientar os nossos modos de trabalhar (...)

Para Manzini e Vezzoli (2002), Eco-design ou Design sustentável é projetar produtos que propiciem o bem-estar social com o mínimo desperdício e prejuízo para a natureza. Pode-se, ainda, ter, como meta futura, a concepção de produtos que produzam impactos positivos na sociedade e no meio ambiente.

No lado social do eco-design, temos como conceito o uso do design de objetos que utilizam resíduos ou materiais recicláveis ou de exploração

sustentável, para compor peças dentro dos preceitos da modernidade industrial e tecnológica.

Possui relação com eco-cidadania porque se pode transformar o design em uma oportunidade para a implantação de ações que venham a dar sustentabilidade às pequenas comunidades carentes, por meio da correta exploração e comercialização desses produtos, contribuindo para reduzir, dessa forma, a pobreza e, dando oportunidade à comunidade carente de ingressar no mercado de trabalho.

Ainda sobre o eco-design os seus princípios segundo Papanek são:

- Escolha de materiais de baixo impacto ambiental: menos poluentes, não-tóxicos ou de produção sustentável ou reciclados, ou que requerem menos energia na fabricação
- Eficiência energética: utilizar processos de fabricação com menos energia.
- Qualidade e durabilidade: produzir produtos que durem mais tempo e funcionem melhor a fim de gerar menos lixo;
- Modularidade: criar objetos cujas peças possam ser trocadas em caso de defeito, pois assim não é todo o produto que é substituído, o que também gera menos lixo.
- Reutilização/Reaproveitamento: Propor objetos feitos a partir da reutilização ou reaproveitamento de outros objetos; projetar o objeto para sobreviver seu ciclo de vida, criar ciclos fechados sustentáveis.

3. Remanufatura

Além de Manzini outros autores falam da remanufatura que é um processo industrial que consiste nas etapas de desmontagem do produto usado, na limpeza de suas peças, na reparação ou substituição de peças danificadas, testes de qualidade e remontagem do produto que deverá apresentar perfeitas condições de funcionamento, iguais a de um produto novo.

Seitz (2007) define a remanufatura como a transformação de um produto no fim de sua vida útil em um produto com a mesma qualidade de um

novo. Um bem que passa pelo processo da remanufatura é denominado bem remanufaturado, isso é o produto usado é reprocessado e dá origem ao produto remanufaturado, com a mesma qualidade e garantia de um produto recém-fabricado.

Este processo inclui algumas das seguintes etapas: desmontagem do produto, limpeza e identificação de suas partes, recuperação das partes e remontagem do produto. Tais etapas podem apresentar uma seqüência diferente da supracitada, dependendo do tipo de produto.

A remanufatura teve início nos Estados Unidos e na Inglaterra na década de 40 e tem sua mais forte tradição no setor automotivo, já que os produtos deste setor representam dois terços de todos os produtos que são remanufaturados (STEINHILPER; BRENT, 2003).

	
<p>FIGURA 01 – Imagem da explicação sobre a importância da remanufatura Fonte: Autora, 2009</p>	<p>FIGURA 02 - Imagem da desmontagem, dos uniformes de operários do Pólo Petroquímico Fonte: Autora, 2009</p>

A remanufatura reduz significativamente o consumo de recursos naturais e energia utilizados na produção de produtos novos, bem como reduz a quantidade de resíduos a serem dispostos em aterros. Contudo, a remanufatura também consome recursos durante o processo, como energia, água e recursos naturais, além de embalagem e transporte para o retorno dos

produtos. Por isso é um processo que também deve levar em consideração os aspectos ambientais em que está inserido.

O processo de remanufatura é definido de acordo com o contexto socioeconômico de cada região e suas relações de mercado. Alguns aspectos, contudo, são comuns à todos os processos de remanufatura, como a exigência de testes e controle de qualidade, compatibilidade com o produto novo e garantia total do produto remanufaturado pelo mesmo período da garantia fornecida ao produto novo equivalente.



FIGURA 03 – Imagem da desmontagem dos produtos descartados
Fonte: Autora, 2009



FIGURA 04 - Imagem da desmontagem, limpeza e identificação de suas partes.
Fonte: Autora, 2009

3.1. Matéria-Prima Secundária

A produção de bens de consumo utilizando matéria-prima secundária é mais econômica do que a partir de matéria-prima virgem, sendo isso proporcionado pela reciclagem. Isso ocorre porque a produção com matéria-prima secundária economiza energia, matéria-prima, recursos hídricos, além de reduzir os custos de controle ambiental e de disposição final dos resíduos trazendo de volta ao ciclo produtivo o que é jogado fora. Neste caso específico os uniformes descartados por funcionários de empresas do Pólo Petroquímico é uma matéria-prima secundária.



FIGURA 05 - Imagem camisa, fardamento descartado Fonte: Autora 2009



FIGURA 06-Imagem calça, fardamento descartado Fonte: Autora 2009



FIGURA 07 - Imagem camisa, fardamento descartado Fonte: Autora 2009



FIGURA 08 - Imagem camisa, fardamento descartado Fonte: Autora 2009

3.2 Bens remanufaturados

Bens remanufaturados são bens usados que passam pelo o processo da remanufatura. Em geral, algumas condições devem ser cumpridas para que um bem seja considerado remanufaturado, são elas: os componentes

primários deverão ser provindos de um produto usado; o produto usado deverá ser desmontado na extensão necessária a se determinar as condições de seus componentes.

Os componentes do produto usado deverão ser completamente limpos e livres de ferrugem e corrosão; todas as peças faltantes, defeituosas, quebradas ou desgastadas deverão ser restauradas ou substituídas por novas ou usadas de forma que apresentem boas condições de funcionamento e o produto deverá ser remontado com a mesma segurança e eficiência de um produto novo.

	
<p>FIGURA 11 – Imagem da uniforme no fim da vida útil Fonte: Autora, 2009</p>	<p>FIGURA 12 – Imagem look remanufaturado a partir da matéria-prima secundária desse uniforme descartado. Fonte: Autora, 2009</p>

Necessário pensar na forma de sua eliminação, ou em uma forma de otimização da vida deste.



FIGURA 09 Imagem modelagem da peça
Fonte: Autora 2009



FIGURA 10 - Imagem corte da peça
Fonte: Autora 2009

e acordo com Manzini e Vezzoli (2005), aperfeiçoa-se a vida útil de um produto aumentando sua durabilidade ou intensificando seu uso, ou pode-se recuperar sua funcionalidade através da reutilização dele na mesma função ou em uma função diferente da anterior.

É importante pensar em uma forma de (re)utilização do produto após seu uso, pois a moda possui ciclos muito rápidos, gerando grande consumo de peças e causando grande índice de obsolescência.

Os produtos de moda são considerados bens duráveis. Os chamados bens duráveis são aqueles em que o nosso interesse está no serviço que eles nos fornecem, devem persistir além do seu ciclo de vida original continuar como propriedade dos fabricantes e ser projetados para permitir desmontagem, nova montagem e constante reutilização (MCDONOUGH 2006, p.433). Vezzoli (2006) ressalta que são propostas de cenários que precisam ser implementadas e testadas, para serem difundidas e aceitas pelos consumidores.



FIGURA 13 - Imagem vestido remanufaturado Fonte : Autora 2009



FIGURA 14 - Imagem de looks remanufaturado Fonte: Autora 2009

A partir destas propostas podem surgir desdobramentos que resultem num ciclo de vida mais longo para os produtos do vestuário de moda. Trata-se de um grande desafio, pois a indústria da moda como está estabelecida atualmente propõe um cenário muito diferente. Trocar os produtos a cada estação ou, a cada coleção. Este comportamento precisa ser revisto.

Vezzoli (2006) questiona sobre o porquê necessita-se de tantas coisas, de que coisas têm-se realmente necessidade, e o que é melhor fazer para aumentar o bem-estar enquanto se reduzem os consumos? Estilistas brasileiros reconhecidos utilizaram os trabalhos da cooperativa em grandes desfiles nas passarelas brasileiras e internacionais.

Ao mesmo tempo o trabalho tem grande importância social, pois gera emprego e renda para muitas pessoas da comunidade, e também é difusor da importância de preservação do meio ambiente. A reutilização de materiais, a transformação em produtos com valor agregado e com qualidade estética, desenvolve gradativamente a consciência ecológica de quem produz e de quem consome os produtos. Dentro do contexto atual e de maneira muito apropriada, Manzini & Vezzoli (2002) introduzem e definem os perfis e percursos da sustentabilidade ambiental.

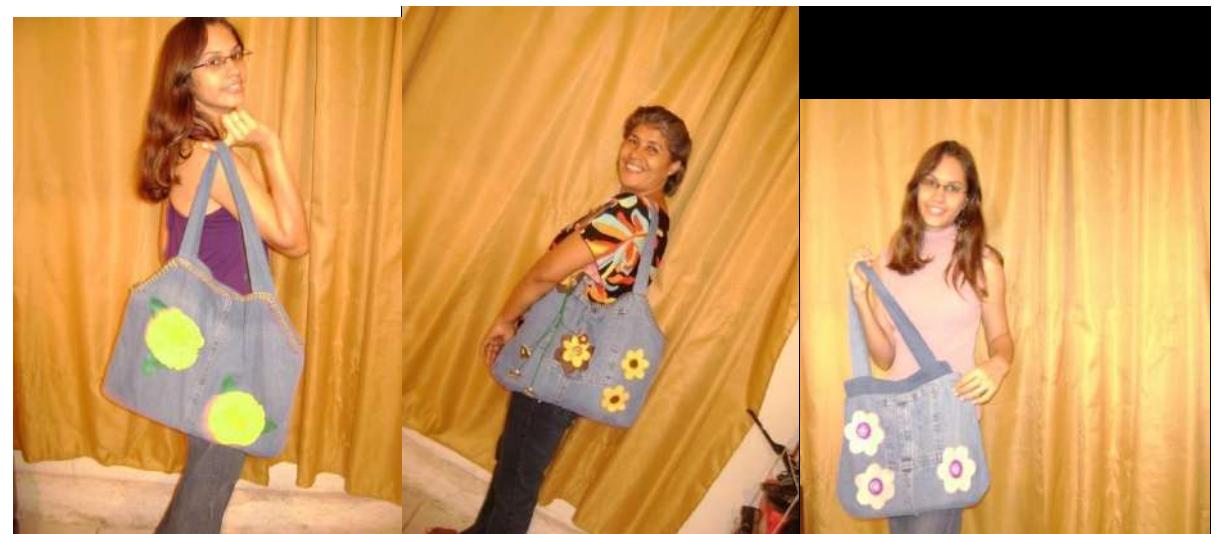


FIGURA 15- Imagem bolsas remanufaturadas, Fonte: Autora 2009

Aproxima a sociedade como agente de transformação, da finalidade e das estratégias para projetos e desenvolvimento de produtos sustentáveis.

3.3 Análise do Ciclo de Vida (ACV)



FIGURA 16 - Imagem da oficina de beneficiamento Fonte: Autora 2009



FIGURA 17 - Imagem beneficiamento das peças, Fonte: Autora 2009

O conceito definido por Manzini & Vezzoli (2002) como *"Life Cycle Design"*, consiste no desenvolvimento de produtos que, ao longo de todas as fases de vida, levem em conta as possíveis implicações ambientais. Sejam, na pré-produção, na produção, na distribuição, no uso e no descarte, minimizando o impacto ambiental de sistema de produção e consumo.

Durante o ciclo de vida de um produto é fundamental a importância do descarte, ou seja, a eliminação do rejeito ou retraço por meio do encaminhamento para um destino final.

A análise de ciclo de vida é uma técnica para avaliação dos aspectos ambientais e dos impactos potenciais associados a um produto, compreendendo etapas que vão desde a retirada da natureza das matérias-primas elementares que entram no sistema produtivo, à disposição do produto final. Essa técnica também é conhecida como análise "do berço ao túmulo". Essa análise é, na verdade, uma ferramenta técnica que pode ser utilizada em uma grande variedade de propósitos.

As informações coletadas na ACV e os resultados de sua análise e interpretações podem ser úteis para tomadas de decisão, na seleção de indicadores ambientais relevantes para avaliação de desempenho de projetos ou re projetos de produtos ou processos e planejamento estratégico.

A ACV encoraja as indústrias a considerar as questões ambientais associadas aos sistemas de produção: insumos, matérias-primas, manufatura, distribuição, uso, disposição, reuso, reciclagem. Pode-se dizer também, que ela nos ajuda a identificar oportunidades de melhoramentos dos aspectos ambientais de uma empresa.

A maioria dos problemas ambientais que ocorrem no mundo poderia ser evitada se a reciclagem, educação ambiental e a consequente conscientização ambiental tivessem feito parte da formação das gerações passadas.

A ignorância em relação aos efeitos ambientais de certas ações e o desejo de lucro rápido sem levar em conta os danos ao meio ambiente está na base de grandes desastres ecológicos (DIAS, 1994).

Apesar de muitos obstáculos a superar, parece que as pessoas estão começando a entender que não se tem outro planeta, começam a surgir às iniciativas que promovem o desenvolvimento sustentável, a preservação de espécies, a recuperação de locais desmatados, o reaproveitamento do lixo, e muitos outros. Esta mudança começou no ECO-92, realizada no Rio de Janeiro, a segunda Conferência Mundial para o Meio Ambiente.



FIGURA 18- Imagem de oficinas de reaproveitamento de retalhos
Fonte: Autora 2009



FIGURA 19 - Imagem Iniciativas que promovem o desenvolvimento sustentável.
Fonte: Autora 2009



FIGURA 20- Imagem de flores de retalhos
Fonte: Autora 2009

4. ANÁLISE DE SIMILARES

Tendo como análise de similar o projeto de Camila de Arruda Botelho (UNESP) e Cláudio Roberto y Goya (UNESP) que através do conceito de Eco-design, foram criados novos produtos para uma associação de idosos que obtinha renda através da confecção de tapetes com resíduos de confecções, provando que é possível aliar design e artesanato, a fim de ampliar a vida útil dos materiais, evitar o descarte e agregar valor ao trabalho artesanal.

Este projeto faz parte dos trabalhos desenvolvidos pelo LabSol, Laboratório de Design Solidário, projeto de extensão universitária constituído por um grupo de estudantes do Curso de Desenho Industrial coordenados pelo Prof. Dr. Cláudio Roberto y Goya, do Departamento de Desenho Industrial da

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), UNESP, Campus Bauru.

O laboratório tem como principal objetivo desenvolver projetos que promovam ações conjuntas entre o Design, o patrimônio cultural do artesanato e o conceito de Eco-design, preocupando-se com a qualificação do produto artesanal de tradição e sua inserção no mercado como um produto diferenciado, além da auto-sustentabilidade das comunidades produtoras e a preservação ambiental.

Os projetos são realizados, em sua maioria, com comunidades de baixa renda que tem no artesanato sua forma básica de subsistência, mantendo a matéria-prima já utilizada pela comunidade para a elaboração dos novos produtos, como é o caso da Associação Beneficente Cristã (ABC) localizada em Bauru, São Paulo.

5. ELABORAÇÃO DO BRIEFING

A partir de coletas de dados sobre o tema Tropicalismo, será proposto a criação de uma coleção de moda feminina, estação outono/inverno 2010, tendo por nome POR QUÊ NÃO? Sob a óptica do Eco-design, com base na sustentabilidade e utilizando matéria-prima secundária com a técnica da remanufatura, assim procurando a atender a demanda desses materiais descartados.

O material descartado, uniformes de funcionários adquiridos através de doações recebidas pelo Programa Mesa Brasil SESC, por empresas do Pólo Petroquímico que através desse processo recebem um fim produtivo, sendo transformado em bens de moda. Uma roupa nova pode ter como referências no passado sem ser figurino, enxergando novos materiais, novas técnicas e novas soluções (BRAGA, 2005)

A coleção desenvolvida buscou inspirações nas cores vibrantes, formas psicodélicas, texturas usadas durante o movimento Tropicalista, sendo transformadas a partir do processo de releitura seguido dos questionamentos: Por que não reciclar? Por que não amenizar o impacto ambiental e social? Por que não reaproveitar?

6. DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO

Para o desenvolvimento e planejamento da coleção, o livro, *Inventando moda: planejamento de coleção* de Doris Treptow (2003) para servir de base para o planejamento de coleção, que colaborou para a definição da quantidade de peças da coleção, a distribuição das peças no mix de produtos, tempo de execução da coleção.

Uma coleção não nasce da noite para o dia. Ela segue etapas de desenvolvimento que vão desde a pesquisa de tendências de moda até a produção de material de apoio (tags, folders, catálogos, press releases, etc). Para a elaboração de um cronograma devem-se listar todas as etapas previstas delimitando prazos de execução para cada uma. (TREPTOW, 2003, p.98).

A pesquisa é uma das principais fontes de inspiração do designer, coerentes ao tema proposto. Revendo as tendências, estilos, selecionando elementos, que condizem com a proposta.

A cada coleção uma nova história a contar, às vezes baseadas nas percepções de elementos que aparecem na vida cotidiana, ou mesmo, em tendências de moda atual. "Ao realizar uma pesquisa sobre inspirações de moda, o designer pode usar vários materiais como vídeos, fotografias, revistas, anotações de viagens, e outros". (TREPTOW, 2003, p.83).

7. ETAPA CONCEITUAL

Partindo dos aspectos expostos teoricamente, nesta etapa propõe-se a aplicação prática para elaboração da coleção funcional, sustentável e com muito chame, composta de doze looks, a partir de croquis e desenvolvimento de modelagem dos looks onde, sugere a expressão da criatividade e compreensão do tema.

Uma coleção deve transmitir harmonia em sua composição, visando agradar o consumidor, para isso o designer tem que mostrar sua verdadeira identidade, suas habilidades singulares, não olhando só o lado lucrativo e sim mostrando que ele é capaz de criar um bom produto, podendo esse produto derivar de uma matéria-prima secundária, sem perder a funcionalidade, praticidade e estética sempre presente em toda coleção.

7.1. PESQUISA DO TEMA

A pesquisa é uma das principais fontes de inspiração do designer, coerentes ao tema proposto. Revendo as tendências, estilos, selecionando elementos, que condizem com a proposta.

A cada coleção uma nova história a contar, às vezes baseadas nas percepções de elementos que aparecem na vida cotidiana, ou mesmo, em tendências de moda atual. “Ao realizar uma pesquisa sobre inspirações de moda, o designer pode usar vários materiais como vídeos, fotografias, revistas, anotações de viagens, e outros”. (TREPTOW, 2003, p.83).

“o planejamento de uma pesquisa ação é muito flexível. Contrariamente a outros tipos de pesquisa não segue uma série de fases rigidamente ordenadas. Há sempre um vai e vem entre as várias preocupações e a serem adaptadas em função das circunstâncias e da dinâmica interna do pesquisador e seu relacionamento com a situação investigada”

O designer deve estar sempre à procura de ideias inovadoras, para isso precisa de percepção, muita criatividade e inspirações para atender preferências futuras, lançamentos de novas propostas.

Irreverente, a Tropicália transformou os critérios de gosto vigentes, não só quanto à música e à política, mas também à moral e ao comportamento, ao corpo, ao sexo e ao vestuário. A contracultura hippie foi assimilada, com a adoção da moda dos cabelos longos encaracolados e das roupas escandalosamente coloridas.

Os hippies americanos adotaram o jeans como peça essencial do visual largado, e mais uma vez ele se tornou parte de uma cultura jovem.

Foram os hippies que introduziram a idéia de customização das peças, feita por meios artesanais, que logo entrou em processos industriais.

O movimento, libertário por excelência, durou pouco mais de um ano e acabou reprimido pelo governo militar. Seu fim começou com a prisão de Gil e Caetano, em dezembro de 1968.

8. ETAPA CRIATIVA

REFERÊNCIA

A referência desta coleção busca no Movimento Tropicalista elementos que possibilitam uma concepção de Irreverência, Liberdade e Improvisação próprio desse período.

O tropicalismo foi um movimento musical, que também atingiu outras esferas culturais (artes plásticas cinema, poesia), surgido no Brasil no final da década de 1960. O marco inicial foi o Festival de Música Popular realizado em 1967 pela TV Record.

O tropicalismo foi muito importante no sentido em que serviu para modernizar a música brasileira, incorporando e desenvolvendo novos padrões estéticos.



FIGURA 21- PAINEL DE REFERÊNCIA

INSPRAÇÃO

Dentro deste amplo manancial que compõe o Tropicalismo, sugere-se a expressão da criatividade e compreensão do tema a ser desenvolvido na coleção. Deu-se como inspiração a música de Caetano Veloso, "Alegria, Alegria". O deboche, a irreverência, a liberdade e a improvisação estão também acentuadas na letra da música.

A letra dessa música possui uma estrutura cinematográfica conforme define Dércio Pignatari(1989) trata-se de uma letra câmera-na-mão,citando o mote do Cinema Novo. Caetano ainda conclui uma citação pequena do livro As Palavras, de Jean-Paul Sartre " NADA NOS BOLSOS E NADA NAS MÃOS", que acabou virando "Nada no bolso ou nas mãos".

A explicação de Caetano Veloso para o significado da letra de Alegria, Alegria, que virou hino da geração de 68 brasileira, ilustra com clareza o espírito conflituoso da época.

Os versos "Caminhando contra o vento/ Sem lenço, sem documento/ No sol de quase dezembro/ Eu vou" embalaram os protestos contra a ditadura. As palavras que abrem a canção, "caminhando, sem lenço", dão destaque à individualidade. O cara está andando e não está compromissado com nada. Mas existe um impulso de mudar o mundo ou uma atração pelas organizações que queriam mudar o mundo. Eu me sentia muito isolado individualmente diante de todas as organizações mentais, ideológica e partidária.

O depoimento de Caetano foi dado no ano passado, durante as comemorações dos 40 anos do jornal carioca Sol.

Alegria, Alegria
Caetano Veloso
Composição: Caetano Veloso

CAMINHANDO CONTRA O VENTO
SEM LENÇO, SEM DOCUMENTO
NO SOL DE QUASE DEZEMBRO
EU VOU

O SOL SE REPARTE EM CRIMES,
ESPAÇONAVES, GUERRILHAS
EM CARDINALES BONITAS
EU VOU

EM CARAS DE PRESIDENTES
EM GRANDES BEIJOS DE AMOR
EM DENTES, PERNAS, BANDEIRAS
BOMBA E BRIGITTE BARDOT
O SOL NAS BANCAS DE REVISTA
ME ENCHE DE ALEGRIA E PREGUIÇA
QUEM LÊ TANTA NOTÍCIA
EU VOU

POR ENTRE FOTOS E NOMES
OS OLHOS CHEIOS DE CORES
O PEITO CHEIO DE AMORES VÃOS
EU VOU
POR QUE NÃO, POR QUE NÃO

ELA PENSA EM CASAMENTO
E EU NUNCA MAIS FUI À ESCOLA
SEM LENÇO, SEM DOCUMENTO,
EU VOU

EU TOMO UMA COCA-COLA
ELA PENSA EM CASAMENTO
E UMA CANÇÃO ME CONSOLA
EU VOU

POR ENTRE FOTOS E NOMES
SEM LIVROS E SEM FUZIL
SEM FOME SEM TELEFONE
NO CORAÇÃO DO BRASIL

ELA NEM SABE ATÉ PENSEI
EM CANTAR NA TELEVISÃO
O SOL É TÃO BONITO
EU VOU
SEM LENÇO, SEM DOCUMENTO
NADA NO BOLSO OU NAS MÃOS
EU QUERO SEGUIR VIVENDO, AMOR
EU VOU
POR QUE NÃO, POR QUE NÃO...

FIGURA 22- PAINEL DE INSPIRAÇÃO

CENÁRIO DO MUNDO

O cenário atual aponta para um mundo globalizado, excessivamente consumista e massificado, sacudido por avanços tecnológicos, entretanto como contraponto o ser humano vive em busca de qualidade de vida, é pensando nestas questões que o Designer de Moda deve estar antenado para poder propor objetos absolutos, práticos e sustentáveis.



FIGURA 23- PAINEL DE CENÁRIO DO MUNDO

Forecasting

Analizando a relevância do tema para o projeto proposto, dentre as tendências já apontada pela mídia especializada e pelo mercado. Eco-design ou Design sustentável deve projetar produtos que propiciem o bem-estar social com o mínimo desperdício e prejuízo para a natureza. Pode-se, ainda, ter, como meta futura, a concepção de produtos que produzam impactos positivos na sociedade e no meio ambiente.

Partindo do princípio de que a moda deve estar antenada com os acontecimentos mundiais. Atualmente percebe-se um universo criado por indivíduos que primam por inovações podendo ser notado que estas tendências apontam para peças com praticidade,

funcionalidade, utilizando matéria-prima secundária que atendam as exigências da atividade proposta.



FIGURA 24- PAINEL DE FORECASTING

Target

A coleção destinada ao público feminino, explora um conceito que se ajusta perfeitamente às idéias da proposta; beleza, funcionalidade, despojamento e sustentabilidade em consonância com o perfil do consumidor.

Público alvo feminino, com faixa etária variadas, onde prima pela vivacidade e a irreverência, variando entre classes sociais, profissionais liberais, que valorizam os produtos sustentáveis, inovador e com toque artesanal , mulheres com atitude e bom senso que aproveitam a vida com alegria. Assim sendo ,o produto deve atender a um extenso grupo.

Segmento

A coleção destinada a estação Outono/Inverno 2010, explora o segmento casualwear.

Nesta coleção que desembarca com força nesse período de transição, mudanças e inovação.



FIGURA 26- PAINEL DE SEGMENTO

Formas e volumes

As formas, estruturas e linhas que predominam nesta coleção em geral são geométricas, assimétricas, com composições sobrepostas alusivas ao universo do tema.

Linhos marcantes (costuras que unem as partes) e repetição de um padrão elaborado, de beneficiamento através de bordados, apliques serão usados na composição da coleção.

ATITUDE	EQUILIBRIO	LIBERDADE	HARMONIA	AMIZADE COLORIDA	IRREVERÊNCIA
---------	------------	-----------	----------	------------------	--------------

FIGURA 21- CARTELA DE CORES



FIGURA 27- PAINEL DE FORMAS E VOLUMES

REFERÊNCIA CROMÁTICA E CARTELA DE CORES

As cores a serem utilizadas na confecção da coleção que são adotadas para a cartela cromática vem do universo do Tropicalista, que são cores vibrantes com : verde, vermelho , alaranjado, roxo, amarelo e seu desdobramento.

A utilização e importância destas cores e suas possíveis combinações serão aplicadas nas peças através de técnicas de beneficiamento como bordados, apliques e texturas.



FIGURA 28- REFERÊNCIA CROMÁTICA
Fonte:Autora

REFERÊNCIA TÊXTIL

Foram utilizados tecidos como jeans e brim. Essa matéria-prima secundária são fardamentos descartados de operários do Pólo Petroquímico.

RETALHOS DE TECIDOS!

FIGURA 29- PAINEL DE REFERÊNCIA TÊXTIL

A PRÁTICA NO CAMPO DE ESTÁGIO

O trabalho irá mostrar as etapas do processo de desenvolvimento dessa coleção na moda feminina usando estratégias viáveis para se produzir uma coleção remanufaturada. Algumas peças foram modeladas no local do estágio no Mesa Brasil SESC, mas por falta de estrutura física para desenvolver todo o processo, as peças foram modeladas e costuradas na Associação Cristo Rei ,Fazenda Grande do Retiro. A prática no campo de estágio possibilitou melhor entendimento no processo de remanufatura.



FIGURA 43- Imagem de Uniformes de operários do Pólo Petroquímico Fonte: Autora 2010



FIGURA 44- Imagem separando a matéria prima secundária
Fonte: Autora 2010



FIGURA 45- Imagem modelagem de saias
Fonte: Autora 2010



FIGURA 46- Imagem corte da peça Fonte: Autora 2010



FIGURA 47- Imagem beneficiamento das peças com tinta dimensional Fonte: Autora 2010



FIGURA 48- Imagem beneficiamento das peças com bordado Fonte:
Autora 2010



FIGURA 49- Imagem beneficiamento das peças com tinta dimensional -Textura
Fonte: Autora 2010



FIGURA 50- Imagem escolha dos apliques

Fonte: Autora 2010



FIGURA 51- Imagem colete com aplicação de tecido

Fonte: Autora 2010



FIGURA 53- Imagem beneficiamento com bordado Ponto Corrente e Dente- de Cão
Fonte: Autora 2010



FIGURA 53- Imagem beneficiamento com bordado Ponto Corrente e Dente -de- Cão
Fonte: Autora 2010



FIGURA 54- Imagem look Remanufaturado / Coleção Por que não? Fonte: Autora 2010



FIGURA 55- Imagem look Remanufaturado / Coleção Por que não? Fonte: Autora 2010



FIGURA 56- Imagem look Remanufaturado / Coleção Por que não? Fonte: Autora 2010



FIGURA 57- Imagem look Remanufaturado / Coleção Por que não? Fonte: Autora 2010



FIGURA 58- Imagem look Remanufaturado / Coleção Por que não? Fonte: Autora 2010



FIGURA 59- Imagem Colete Masculino Remanufaturado / Coleção Por que não?
Fonte: Autora 2010

10 RESULTADOS ATINGIDOS

Participação no VII Fashion Day Evento Faculdade da Cidade do Salvador
16/12/2009

Participação no VI EDDI (Encontro Anual de Doadores e Instituições) SESC de Aquidabã 17/12/2009

As primeiras peças remanufaturadas em 2009, foram escolhidas como modelo no Encontro Anual de Diretores Regionais do SESC Rio de Janeiro.

Participação com nova coleção remanufaturada no Dia do trabalhador SESC Piatã 1/05/2010

Cobertura das peças no site www.axezeiro.com.br

Contrato de trabalho para desenvolver projetos sócio-sustentável em três associações da Cidade do Salvador, no campo do designer Social na visão do Eco-designer.

Desfile Empresa Braskem – Semana do Meio Ambiente

CONTRIBUIÇÃO E CONCLUSÃO:

A prática no campo de estágio ajudou na compreensão do aprendizado, teórico e prático, podendo ser observado que é viável a utilização da técnica da remanufatura como gerador de trabalho e renda aos menos favorecidos, ao mesmo tempo amenizando o impacto ambiental.

O trabalho, dessa forma, contribuiu para reafirmação da importância do Designer de Moda na construção de novos valores, idéias, e conceito sobre um estilo sustentável, ao mesmo tempo que propicia a economia.

Como o projeto de desenvolvimento de coleção na moda feminina, requer vários tópicos para dar seqüência de uma atividade para outra, não foi possível aprofundar em alguns itens, porque ficaria um trabalho muito extenso, foi de forma mais aprofundada apenas os tópicos mais importantes em relação ao tema, é sugerido que continuem pesquisando para fazer um estudo mais profundo de cada item assim inserido nesse trabalho.

A preocupação com o destino final do descarte, por meio de alternativas da remanufatura, acaba encontrando a sua melhor solução na reutilização e desenvolvimento de novos produtos. Esses produtos apresentam um novo ciclo de vida, gerando um caminho para novas estratégias de sustentabilidade. Com esse artigo, acreditamos termos contribuído para a compreensão do papel social e sustentável do designer.

As pesquisas em campo e nas comunidades, e os projetos de extensão geram um aprendizado satisfatório, não apenas pelo sentido acadêmico, mas, sobretudo pelo sentido humano.

Esse artigo pode contribuir para que possamos compreender como as metas da sustentabilidade podem ser aplicadas a uma realidade local, a partir de uma intervenção do design de moda sob a ótica do Eco-design, que ao nosso ver, devem ser personalizadas, observando as, necessidades específicas de cada empresa ou comunidade, o que abre novas possibilidades de atuação para a nossa profissão.

Acreditamos que as experiências de sucesso local podem e devem ser ampliadas a outras dimensões sociais, fazendo com que elas possam ser compartilhadas com as indústrias de médio e grande porte, contribuindo para a ampliação de experiências sustentáveis locais e globais amenizando o impacto ambiental e como gerador de trabalho e renda.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO

2. ETAPA INFORMACIONAL

- 2.1. Design de Moda
- 2.2. A utilização do Design
- 2.3. Sustentabilidade Ambiental
- 2.4. Eco-Design

3. Remanufatura

- 3.1. Bens remanufaturados
- 3.2. Matéria-Prima Secundária
- 3.3. Análise do Ciclo de Vida (ACV)

4. Análise de Similares

5. Elaboração do Briefing

6. Desenvolvimento de Coleção

7 ETAPA CONCEITUAL

8 ETAPA CRIATIVA

- Referência
- Inspiração
- Cenário do Mundo
- Forecasting
- Target
- Segmento
- Formas e Volumes
- Referência Cromática e Cartela de Cores
- Referência Têxtil
- Croquis
- Ficha Técnica
- Plano de Coleção

9. A PRÁTICA NO CAMPO DE ESTÁGIO

10. RESULTADOS ATINGIDOS

CONCLUSÃO

REFERÊNCIA S BIBLIOGRÁFICAS

REFERÊNCIA S BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, A. R. P. **O Avesso da moda:** trabalho a domicílio na indústria de confecção. São Paulo: Hucitec, 1986.

BRAGA, J. **História da moda:** uma narrativa. São Paulo: Anhembi-Morumbi, 2004.

BRAGA, João. **Reflexões sobre Moda.** Vol 1. São Paulo: Ed. Anhembi-Morumbi, 2005

BENÂIN, L. **Issey Miyake.** (Coleção Universo da Moda). São Paulo: Cosac & Naify, 1999.

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto.** Guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Ed Edgard Blücher, 1998

CALDAS, D. **Observatório dos Sinais:** teoria e prática da pesquisa de tendência. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.

CASTILHO, K. **A moda do corpo o corpo da moda.** São Paulo: Esfera, 2002.

DIAS, GENEBALDO FREIRE, **Atividades interdisciplinares e educação Ambiental.** São Paulo: Globo, 1994.

DENIS, R. C. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Blücher, 2000.

DOLZAN, J. **Metodologia do design de moda:** uma proposta. [Texto não publicado]. Florianópolis: Udesc, 2004.

FERREIRA, L. C. **A questão ambiental: sustentabilidade e políticas públicas no Brasil.** São Paulo: Bartira, 1998.

GOMBRICH, E. H. **A história da arte.** Rio de Janeiro: LTC, 1999.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras: 2001.

LIPOVETSKY, G. **O luxo eterno.** São Paulo: Companhia das letras, 2004

MUNARI, B. **Das coisas nascem coisas.** São Paulo: Martins Fontes, 2002

PAPANEK, Victor. **Arquitetura e design: ecologia e ética.** Lisboa: Ed.70, 1997. 275p

TEIXEIRA, Marcelo Geraldo. CÉSAR, Sandro Fábio. **Ecologia Industrial Eco-design: requisitos para a determinação de materiais ecologicamente corretos.** Revista Design em foco. UNEB / CEPAIA. Salvador. V.II Janeiro / junho 2005. P.51 à 60

THIOLLENT, Michel Jean-Marie. **Metodologia da pesquisa-ação.** 16. ed. São Paulo, SP: Cortez, 2008. 132 p. (Coleção temas básicos pesquisa-ação) ISBN 9788524911705

TRIPP, David. **Pesquisa-ação:** uma introdução metodológica. Disponível em: www.scielo.br/pdf/ep/v31n3/a09v31n3.pdf

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda:** planejamento de coleção. Brusque: D Treptow, 2003.

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável.** São Paulo: Ed. SENAC, 2005. 194 p.

VEZZOLI, Carlo, MANZINI, Ézio. **O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis:** Os Requisitos ambientais dos Produtos Industriais. São Paulo: EDUSP, 2005. 1ed. 366p. Ano 2

VIECELLI, Eduardo. **Ecodesign: fator Redutor do Impacto Ambiental.**

ABRAVEST. **Setor do vestuário. Net.** Disponível em <<http://www.abravest.org.br>>. Acesso em: 15 jan. 2010

A VAN ASMTEL, Frederick. **Design Social uma Necessidade noBrasil.** Disponível <<http://www.slideshare.net/usabilidoido/design-social-uma-necessidade-no-brasil-presentation>> Acesso em: 30 ago. 2009

CONSCIÊNCIA SÓCIO AMBIENTAL, Disponível em: <<http://www.lixo.com.br>>. Acesso em: 22 mar. 2010

CONHEÇA O PROJETO DE LEI DO ICMS VERDE, Disponível em: <<http://www.paraty.com>>. Acesso em: 15 set. 2009.

CONSCIÊNCIA SÓCIO AMBIENTAL. Disponível em: <<http://www.lixo.com.br>>. Acesso em: 15 mar. 2010.

DURAND, C. Moda luxo e economia. In: Moda Brasil. s.ed., 1988.

Design21 Social Design Network - <http://www.design21sdn.com/>, 20/3/2010.

Fórum Internacional de Design Social - <http://designinforma.blogspot.com/2007/10/frum-internacional-design-social.html>, 20/3/2010.

PORQUE RECICLAR<<http://www.compam.com.br>> . Acesso em: 25 fevereiro 2010.

RECICLAGEM. Disponível em: <<http://www.compam.com.br>> Acesso em: 15 fev. 2010.

WIKIPEDIA, Reciclagem, Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Reciclagem>> Acesso em: 05 mar. 2010.

<http://www.fsq.br/revista4texto3.php> acesso em 28/10/2005.

<http://designbrasil.org.br/portal/desognimpresa/ecodesignnews.jhtm/?idartigo=595>. Acesso em fev. 2010.

http://www.vol.com.br/modabrasil/biblioteca/grandes_no,es/index.htm acesso 16 mar. 2010.

<http://www.scielo.br/pdf/ep/v31n3/a09v31n3.pdf>>Acesso em: 11 mar. 2010.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Reciclagem>>Acesso 15 fev. 2010.

<http://www.consultorsocial.com.br/portal/> Acesso em: 07/03/2010

<http://www.compam.com.br>> Acesso em: 15 fev. 2010.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Eco-design>>Acesso em:21/04/10

http://caetano-veloso.letras.terra.com.br/letras/43867/Letra_da_canção
Acesso em: 16 abr. 2010