O PAPEL DO DESIGNER NO DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS DE MODA SUSTENTÁVEIS

ELIANE PINHEIRO
Graduada em Moda pela Universidade Estadual de Maringá - UEM. Especialista em Criação e Desenvolvimento de Produto de Moda pela Universidade Paranaense – UNIPAR. Docente na Universidade Estadual de Maringá e na Universidade Paranaense. li_pr@hotmail.com

RESUMO: Este artigo propõe uma reflexão acerca da valorização que as indústrias têxteis e de confecções do vestuário, atribuem às questões ambientais em nossos dias. Destaca o envolvimento do setor na industrialização das matérias-primas para a criação de produtos sustentáveis. Além disso, afirma o papel social do designer frente ao desenvolvimento de produtos sustentáveis de moda, uma vez que estes, correspondem aos critérios sócio-ético-ambientais.

PALAVRAS-CHAVES: moda; designer; sustentabilidade.

THE RESPONSABILITY OF THE DESIGNER IN THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE FASHION PROJECTS

ABSTRACT: This article proposes a reflection about the value textile and clothing industries attributes to environmental issues nowadays. It features the involvement of these industries in the industrialization of raw materials for the creation of sustainable products. Besides, it afirms the social role of the designer in the development of sustainable fashion products, since those correspond to social, ethical and environmental criteria.

KEYWORDS: fashion, designer, sustainability.

1 INTRODUÇÃO

A indústria têxtil e de confecções do vestuário são dois que têm demonstrado interesse nas questões relacionadas à preservação do meio ambiente. Dessa forma, os projetos focados na sustentabilidade associados à preservação do meio ambiente justificam-se devido ao alerta global que propõe uma reflexão relacionada à responsabilidade social de cada indivíduo, portanto os profissionais destas áreas também precisam estar inseridos e comprometidos com as diretrizes do seu setor de atuação.

A indústria têxtil comparada a outras indústrias, não possui índices alarmantes nas questões de poluição e degradação do meio ambiente e várias medidas já foram adotadas na etapa de beneficiamento dos produtos como: neutralização das águas e resíduos produzidos nas lavanderias e na indústria têxtil, plantio de árvores próprias para a produção de matérias-primas para a indústria têxtil, assim como, a reciclagem de garrafas de polietileno tereftalato (PET) e outros resíduos descartáveis, selos de qualidade que identificam um produto ecologicamente correto, ou seja, com baixo impacto ambiental e que amenizam a degradação do meio ambiente e agem como ponte para a conscientização.

O presente artigo tem como finalidade refletir sobre a responsabilidade do designer no desenvolvimento de projetos sustentáveis, sobretudo que conservem o meio ambiente. Para tanto, iniciará abordando a importância da consciência ecológica por parte da sociedade e da moda. Em seguida, mostrarão a moda sustentável e algumas atitudes que promovem a preservação do ambiente e a confecção de produtos diferenciados dentro deste padrão. Para finalizar, dentro dos aspectos da consciência ecológica e desenvolvimento sustentável, propõe a título de sugestão a esse profissional conhecido por designer, a continuidade de algumas ações em uso e entendidas como responsáveis nos dias atuais, já que vivemos um momento em que tudo parece estar voltado ao manejo ecologicamente correto e harmônico de três pilares básicos: o designer, a indústria e o consumidor citando exemplos de empresas e produtos com "conteúdo ideológico" orientado ao social, mas preparados para competir com naturalidade nos dias atuais.

2 MODA SUSTENTÁVEL

As indústrias de produtos do vestuário conscientizam-se de que cada dia surge à

necessidade da elaboração de projetos de produtos de moda sustentáveis em virtude das transformações pelas quais o meio ambiente vem passando. Todos os setores da moda começam a incluir estes conceitos em sua cadeia produtiva. Para Luiz Justo, diretor do Instituto do Terceiro Setor[1]

> O objetivo do Instituto é pesquisar e disseminar alternativas sociais e ambientalmente responsáveis, sobretudo para a cadeia de produção de tecidos. Ele tem a finalidade de influenciar os stakeholders da indústria da moda para fortalecer as ações que façam dela um negócio economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente correto. Por esse motivo, desde sua criação, o Instituto vem promovendo parcerias e estreitando laços com os principais agentes do setor, como, por exemplo, a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit) e a Associação Brasileira de Estilistas (Abest). Prova de que nasceu de braços dados com o mercado, ele foi fundado e é presidido pelo estilista e diretor de criação da marca Osklen, Oskar Metsavaht, um entusiasta do potencial de mercado dos materiais ecologicamente sustentáveis que sua rede de lojas como vitrine. A aceitação tem sido enorme, são os produtos que mais fazem sucesso, garante Justo. Além de pesquisar alternativas para a produção têxtil, o Instituto trabalha principalmente junto aos fornecedores e às indústrias, apresentando maneiras para transformar o processo produtivo de modo que resulte no menor impacto possível para o meio ambiente (GAZETA MERCANTIL, 2007).

Atualmente existe uma grande busca por produtos que não agridam ao meio ambiente, principalmente para prática esportiva como exemplo, o tênis e as roupas que em sua maioria são de algodão orgânico[2]. Em 2002 a Nike em parceria com algumas ONGs criou uma divisão "Nike Organics", a Levis em 2006 lançou uma linha de jeans "100% Verde" conhecida como Levi's Eco. No Brasil a indústria de confecção Coexis está produzindo o primeiro índigo com algodão orgânico (GIANINI, 2007). Outro movimento em ação é conhecido como carbon free que representa "ser neutro" na emissão de gases na atmosfera. Isso ocorre no momento em que se contabiliza quanto de gás carbônico está sendo jogado na atmosfera todos os dias, faz-se um cálculo e, a partir dele, se obtém quantas árvores será necessário plantar.

Atualmente encontram-se empresários, que até por uma questão de competitividade, investem em produtos alternativos e ecologicamente corretos, como alimentos orgânicos, produtos reciclados, biodegradáveis e econômicos. Em Paraíba, o Consórcio Natural Fashion surgiu em abril de 2004, objetivando o fortalecimento das cadeias têxteis que difundem o

---

[1] O terceiro setor é constituído por organizações sem fins lucrativos e não governamentais, que tem como objetivo gerar serviços de caráter público.

[2] O algodão orgânico e todo aquele obtido em sistemas sustentáveis no tempo e no espaço, mediante o manejo e a proteção dos recursos naturais, sem a utilização de agrotóxicos, adubos químicos ou outros insumos prejudiciais à saúde humana e animal e ao meio ambiente, mantendo e recuperando a fertilidade e a vida dos solos e a diversidade de seres vivos.

algodão colorido por meio da valorização do artesanato local e da agricultura familiar.

O Consórcio recebeu o certificado de qualidade orgânica e responsabilidade social, cedido pelo Instituto Biodinâmico (IBD) às empresas que investem na qualidade do produto e no respeito ao trabalhador. Tal selo está impresso na etiqueta de todos os produtos desenvolvidos pelo consórcio. Os selos de origem e as certificações são estratégias que fornecem maior segurança ao consumidor, destaca Marilena Lino de Almeida, especialista em Meio Ambiente e Responsabilidade Social. Para ela, consumir produtos certificados é a melhor forma de exercer cidadania para atingir melhores índices de qualidade de vida e preservação ambiental. (COSTA, 2006)

A preocupação com as questões ambientais aliadas ao crescimento do mercado de artigos de luxo no Brasil, faz surgir uma demanda específica por produtos de alto padrão, mas produzidos dentro de conceitos ecologicamente corretos, como é o caso do couro de peixe especificamente o de tilápia, que muitas empresas já perceberam suas vantagens. O couro de peixe possui beleza e resistência. Estes fatores são importantes para quem desenvolve produtos de moda. Outro aspecto importante é que a sua valorização é de quase 250% superior ao couro de boi. Por essa razão, seus derivados tornam-se ideais para a comercialização no mercado de luxo nacional e internacional. As peças produzidas com a pele de tilápia, são, atualmente, objetos do desejo daqueles que fazem questão de sofisticação e qualidade e que prestigiam as práticas ecologicamente corretas.

Pode-se citar como exemplo o trabalho realizado pela Amazonlife empresa dedicada ao desenvolvimento sustentável da Amazônia, uma marca filhote do Projeto Couro Vegetal da Amazônia, responsável pelo desenvolvimento e a introdução no mercado do Couro Vegetal Treetap®, marca registrada pela empresa. O projeto Couro Vegetal da Amazônia envolve 200 famílias de índios e seringueiros do Acre e do Amazonas na produção de cerca de 500 bolsas/dia e é uma parceria da AmazonLife com três associações de produtores: Associação dos Seringueiros e Agricultores da Reserva Extrativista do Alto Juruá - ASAREAJ; Associação dos Produtores de Artesanato e Seringa - APAS; e Associação dos Seringueiros Kaxinawá do Rio Jordão – ASKARJ. O processo produtivo é bastante diferente dos processos convencionais de produção, pois utilizam taninos vegetais, taninos sintéticos e produtos com baixos teores de materiais poluentes. Evita-se ao máximo o uso de produtos com nonil fenol etoxilado, prefere-se sempre produtos biodegradáveis na sua fabricação. Leva-se em conta a linha distinta de produtos agregados ao processo.

Segundo o relatório de indicadores de responsabilidade social veiculado pelo *site* do

Instituto Ethos (2007), a empresa mostra ter responsabilidade social ao envolver-se com programas sociais que contribui com o progresso da sociedade, quando investe em processo produtivo com a conservação ambiental e a preocupação com o uso racional dos recursos naturais por serem de interesse da empresa e da comunidade (INSTITUTO ETHOS, 2007).

3 Designer Consciente

Um dos fatores fundamentais a ser levado em consideração por uma empresa que almeja trabalhar de forma consciente visando a sustentabilidade no planejamento e desenvolvimento de seus produtos, agregando valor aos mesmos, atributos de consciência sócio – ambiental, é o de que deve possuir em sua equipe de desenvolvimento profissionais envolvidos com esta causa (VEZZOLLI,2008). Designer com projetos inovadores e criativos, que possuam visão de produto, valorização da marca, imagem da empresa e preocupação com o meio ambiente. O designer é solicitado o tempo todo pelas empresas para produzirem soluções novas para os produtos que serão oferecidos aos consumidores. Segundo Lobach (2001,p.139), "o designer industrial pode ser considerado como produtor de idéias, recolhendo informações e utilizando-as na solução de problemas que lhe são apresentados".

Para exercer essa função várias características são analisadas e consideradas fundamentais como a criatividade, a capacidade intelectual, i.e. , capacidade de reunir informações e utilizá-las em diversas situações. A criatividade do designer se manifesta quando, baseando-se em seus conhecimentos e experiências, ele for capaz de associar determinadas informações com um problema , estabelecendo novas relações entre elas. Na criação e desenvolvimento de produto do vestuário isso é um trabalho árduo, pois os critérios de moda mudam constantemente e poucas informações de superiores responsáveis pela aprovação do produto estão em pauta, o que dificulta o trabalho. É necessário que o designer se desprenda da insegurança, incerteza e dos conceitos propostos para realizar novos testes e mostrar que é um procedimento possível. Com o alto nível de obsolescência, a concorrência acirrada, e consumidores cada vez mais exigentes é necessária muita habilidade.

Segundo Manzini & Vezzoli (2002) esse tipo de desenvolvimento de novos produtos deve considerar todas as fases do ciclo de vida do produto (Life Cycle Design- LCD), identificando problemas e objetivos que culminem no aumento da sustentabilidade. A introdução do quesito produtos sustentáveis delimitará com precisão a margem de criação que os designers poderão utilizar. Podendo incentivar o grupo de criadores a utilizar materiais

diferenciados, novas tecnologias artesanais e de inserção social. Sendo assim, deve os designers possuir diferentes contatos e favorecer ligação entre os setores acima mencionados.

Desde a extração da matéria-prima necessária para a produção dos materiais, e já no início também analisar a relação do produto com o meio ambiente devem ser consideradas todas as relações recíprocas entre a possível solução e o meio ambiente onde será utilizado, bem como os danos de seu descarte (Lobach, 2001).

Vezzzolli (2008) relata que o critério de sustentabilidade está na base desse tipo de atuação para o desenvolvimento de projetos (contida em sua própria definição) é que o projetar deve adotar uma relação sistêmica: o projetista precisa ampliar a sua atenção para todas as fases do ciclo de vida do produto.

Ao projetar o produto com um ciclo de vida sustentável caberá ao designer examinar minuciosamente o produto, detalhando as matérias primas utilizadas, bem como, os seus processos de fabricação, tais como: lavagens, processos de tingimentos e aviamentos a serem utilizados. Esta análise deve ocorrer a partir da extração da matéria prima, composição do material, mão-de-obra, transporte, processo de industrialização, descarte de resíduos do processo, estocagem e descarte final do produto (Baxter, 2000).

A análise no momento da escolha dos materiais deverá ser bastante rigorosa levando em consideração até mesmo os aviamentos que ornamentam a peça, evitando produtos decorativos que possam apresentar agentes poluentes que agravem e prejudiquem o meio ambiental durante o processo de execução ou após o seu descarte. Cabe ao designer a escolha e seleção destes materiais e o descarte daqueles que não correspondem com o objetivo do projeto. Outro quesito a ser acompanhado por este profissional é de que após o produto finalizado será o de análise do projeto de embalagem que transportará o mesmo, qual material utilizar tendo em mente o intuito do projeto que é a diminuição do impacto ambiental. Em seguida a forma de transporte, comercialização e por último o descarte final do produto analisando todas as hipóteses possíveis de reciclagem, reinvenção de um novo produto ou formas de degradação mais rápidas que causem o menor impacto ambiental.

O profissional de moda deve demonstrar interesse na busca de pesquisas de materiais e de processos sustentáveis para os seus projetos. Três pilares são necessários para que ocorra a sustentabilidade: a disponibilidade e interesse do criador, indústrias e comunidades. O tingimento natural faz parte da vida de trinta artesãs que participam do projeto Arteciga em Cidade Gaúcha ao noroeste do Paraná. Os tingimentos são todos extraídos de plantas como

tagetes ou cravo de defunto[3], como é popularmente conhecido; casca de cebola, que gera um tom de amarelo envelhecido muito bonito; e anileira, uma planta que dá o tom de azul; entre outras. É um conhecimento cheio de especificidades. Conforme Cleide Ferreira Mattos, professora de artes no município de Cidade Gaúcha e pesquisadora sobre corantes naturais, representante do projeto, a tonalidade pode mudar devido à forma de retirar a planta ou conforme a época do ano. (PARANASHOP, 2005) O envolvimento de pessoas ligadas à criação e o trabalho das artesãs resultaram no desenvolvimento de dois mostruários que recentemente seguiram para Milão onde se transformaram em produtos corretos nas mãos de designers italianos.

Para Rita Maria de Souza Couto, em seu artigo "Pequenas Digressão sobre a Natureza do Design", a tarefa de definir o Design já foi enfrentada por um sem-número de autores. Couto (1992) mostra que a bibliografia especializada apresenta uma série de definições desta atividade, que expressam maneiras diversas de conceber o papel e os objetivos do designer.

A diversidade de opiniões que existe sobre o tema pode ser ilustrada, por exemplo, através de conceituações que ora entendem o design como uma atividade voltada para o descobrimento dos verdadeiros componentes de uma estrutura física, ora como uma atividade criativa, que supõe a consecução de algo novo e útil, sem existência prévia, ora como atividade criadora, voltada à construção de um ambiente material coerente, para atender de maneira ótima as necessidades materiais do homem (Alexander,1963; Reswick,1965; Soloviev,1963 *apud* Couto, 1991). Uma visão bastante ampla do que é o design é apresentada por Buchanan (1992 *apud* Couto, 1991), que entende esta disciplina como uma atividade projetual de criação, recriação e avaliação de objetos, presente no cotidiano das pessoas, assumindo diversas formas e operando em diferentes níveis. Para este autor, o campo de atuação do designer é potencialmente universal, porque a teoria de projeto pode ser aplicada a qualquer área da experiência humana. Fica evidente a visão de que o designer utiliza métodos para organizar seu trabalho e aumentar sua eficácia, não se limitando a propor soluções meramente intuitivas, cuja justificativa não possa convincentemente defender.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

[3] "Gênero de plantas herbáceas da família das compostas, nativas das regiões tropicais da América, dotadas de folhas opostas, penatífidas, e de exuberantes capítulos de flores radiadas ou amarelas, ou laranja. [...], é vulgarmente conhecida como *cravo-de-defunto"*. (grifo do autor) (FERREIRA, 2004)

As indústrias de produtos do vestuário conscientizam-se de que cada dia surge a necessidade de elaboração de projetos de produtos de moda sustentáveis em virtudes pelas quais o meio ambiente vem passando. Contata-se que varias indústrias já apresentaram projetos e produtos com baixo impacto ambiental. Projetos como Couro Vegetal da Amazônia que envolve famílias, organizações e toda a comunidade; e também na Paraíba o couro do peixe especificamente, de tilápia mostram que é possível oferecer produtos sustentáveis e de qualidade.

Conclui-se que o critério de sustentabilidade está na base desta atuação para o desenvolvimento de projetos (contida em sua própria definição) é que o projetar deve adotar uma relação sistêmica: o projetista precisa ampliar a sua atenção para todas as fases do ciclo de vida do produto.

O descarte consciente parte da responsabilidade e iniciativa do designer envolvendo todas as fases do projeto, que abarca os três pilares da sustentabilidade: o designer, a indústria e o consumidor. Através de projetos artesanais e pesquisa de materiais alternativos, estes pilares devem estar integrados para que haja bons resultados, chegando-se assim a uma certa harmonia, desde a produção da matéria prima, sua industrialização, confecção e consumo.

Toda empresa que define como meta a sustentabilidade em seus produtos passa a ser forte e conquista a admiração do consumidor consciente que busca a qualidade de vida para si e para os demais.

REFERÊNCIAS

BAXTER, M. **Projeto de Produto. Guia Prático para desenvolvimento de novos produtos**. São Paulo: Edgar Blücher, 2002.

COUTO, M. R. S. **Pequena digressão sobre a natureza do design**. Rio de Janeiro: PUC, 1996.

COSTA, T. **Produtos ecologicamente corretos ganham mercado**. 2006. Disponível em: <http://www.iesb.br/grad/jornalismo/na_pratica/noticias_detalhes.asp?id_artigo=5586> acesso em 20 de jun. 2007.

GAZETA MERCANTIL. **Moda sustentável abre perspectivas de mercado. Aprendiz – Guia de Empregos.** 2007. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/aprendiz/guiadeempregos/terceiro/noticias/ge080207.htm> acesso em 20 de jun. 2007.

GIANINI, T. **Roupa para salvar o planeta.** A indústria do vestuário pega carona na onda ambientalista e investe na produção de peças ecologicamente corretas. São Paulo. 2007. Disponível em: <http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0885/mundo/m0121303.html> acesso em 16 de jun. 2007.

INSTITUTO ETHOS**. Indicadores Ethos de responsabilidade social.** Disponível em: <http:// www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.asp> acesso em 06 de jun. 2007.

LOBACH,B. **Design Industrial – Bases para configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Editora Blucher,2001.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O Desenvolvimento de produtos Sustentáveis**. São Paulo: Edusp, 2002.

PARANASHOP. **Paraná integra a produção artesanal de três municípios.** 2005. Disponível em: <http://www.paranashop.com.br/news/noticias.php?id=1714> acesso em 20 de jun. 2007.

PROJETO ARTECIGA. **Artesãs de Cidade Gaúcha**. Curitiba 2007. Disponível em: <http://www.paranashop.com.br/news/noticias.php?id=1714> acesso em 19 de jun. 2007.

PROJETO COURO VEGETAL DA AMAZÔNIA. **Empresa dedicada ao desenvolvimento sustentável da Amazônia**: responsável pelo desenvolvimento e a introdução no mercado do Couro Vegetal Treetap®. Rio de Janeiro 2003. Disponívelem:<http://www.jornaldomeioambiente.com.br/GestaoAmbiental/CasosConcretos.asp#6> acesso em 06 de jun. 2007.

TERCEIRO SETOR. **É constituído por organizações sem fins lucrativos e não governamentais, que tem como objetivo gerar serviços de caráter público**. Disponível em: <http://www.filantropia.org/Oque eTerceiroSetor.htm> acesso em 26 de maio 2007.

VEZZOLLI, C. Cenário do design para uma moda sustentável. In: PIRES, D.B. (Org.). Desing de moda : olhares diversos. Barueri, SP: Estacao das Letras e Cores Editora, 2008. p. 197-205.