

O Design como Estratégia para a Sustentabilidade de Produtos de Moda

Juliana Wanderley Emerenciano¹

Dorotéia Baduy Pires²

Resumo

O artigo apresenta um projeto de produtos e serviços (PPS) com conceito sustentável, chamado design de sistema. O projeto propõe a manufatura de produtos de moda com responsabilidade social. Organiza a ONG **ModaVida**, objetivando melhor qualidade de vida para pacientes e acompanhantes do Hospital de Câncer de Pernambuco e apoio financeiro para a instituição filantrópica. A articulação entre atores possibilitará que pacientes e familiares produzam, como terapia ocupacional e qualificação profissional, pequenos objetos de adorno para o corpo com elevado conteúdo de moda e poética. Após a comercialização, a renda destes produtos é revertida em benefícios para o HCP.

O design como estratégia para a sustentabilidade

O cenário de consumo atual e as perspectivas para o esgotamento de recursos naturais, embora se apresente como perspectiva de um futuro sombrio, pode motivar iniciativas de inovação.

O design pode intervir não apenas nos processos de produção, mas também em diversos outros setores através de sua abordagem holística. Sua ação transversal, abrangente e de âmbito interdisciplinar na solução de problemas permite analisar cenários e desenhar sistemas, não apenas produtos.

¹ Designer, Especialista em Design de Moda, mestranda em Design na Universidade Federal de Pernambuco.

² Designer, Mestre em Educação, docente da Universidade Estadual de Londrina.

Esta cultura de projeto permite melhor avaliar as variáveis que influenciam o cenário e os atores de determinada problemática, bem como prever desdobramentos, possíveis soluções e a evolução do quadro de situações.

Hoje, o designer de moda assume novos papéis na construção de um mundo sustentável através de projetos de produtos com responsabilidade social, isto é, desenvolvidos com critérios sócio-ético-ambientais.

Considerando o potencial sócio-econômico dos produtos de consumo de moda como meio de difusão cultural, é possível transformar a realidade amenizando as dificuldades financeiras enfrentadas pelo Hospital do Câncer de Pernambuco, e também contribuir significativamente para a melhoria da qualidade de vida de pacientes e seus acompanhantes.

Tomar conhecimento da relevância do papel social do HCP como instituição dedicada ao tratamento do câncer em pacientes procedentes de todo o Estado e de suas necessidades financeiras levou a equipe a desenvolver o **ModaVida**, apresentado neste artigo. Trata-se de um Projeto de Produtos e Serviços Sustentáveis elaborado durante primeiro Curso de Especialização em Design de Moda da Universidade Federal de Pernambuco, sob orientação da professora Dorotéia Baduy Pires que contou com a participação Isis Chidid, Juliana Emerenciano, Luciana Barros Florêncio, Mirela Couto e Patrícia Monteiro.

Delineando um cenário: identificação de necessidades e busca de alternativas

O Hospital do Câncer de Pernambuco (HCP), que atende cerca de 60% dos pacientes com câncer no Estado, estimados em 35 mil pacientes por mês, enfrenta, atualmente, dificuldades financeiras. Segundo o jornal Folha de Pernambuco, no início de 2005, as dívidas acumuladas alcançavam cerca de 20 milhões de reais. A instituição filantrópica conta com o apoio de doações e ações de caráter voluntário e atua no tratamento do câncer em pacientes de todas as idades e dos mais variados tipos da enfermidade.

A quimioterapia, um dos tratamentos mais empregados no tratamento do câncer, provoca, em muitos pacientes, tensões físicas e emocionais que podem estar

ligadas não apenas aos efeitos colaterais, como também às mudanças no ritmo de vida, alimentação e trabalho; são observadas, também, ansiedades em relação à saúde e a família.

Embora o tratamento da doença tenha um fator debilitante, o quadro de esgotamento físico não é observado em todos os pacientes, o que permite a realização de atividades leves, que não requeiram grandes esforços.

O trabalho de confecção manual de pequenos objetos de adorno permite que os pacientes e acompanhantes possam se ocupar durante a estada no hospital, além de promover um relaxamento, considerando a característica lúdica dos trabalhos manuais. Conduzida dentro de um programa que leva em consideração as dificuldades dos pacientes envolvidos, a atividade pode ser realizada até mesmo por pacientes que não podem deixar o leito hospitalar por não exigir uma determinada postura corporal.

A inserção deste tipo de atividade em um cenário como este pode fomentar a integração em uma corrente positiva e pró-ativa, de familiares e pacientes, contribuindo, assim, para a melhora e, em alguns casos, até a cura da doença.

É possível observar a contribuição de atividades complementares no tratamento do câncer através da experiência do GACC-BAHIA³, Grupo de Apoio a Crianças com Câncer com quase vinte anos de funcionamento na cidade de Salvador; as atividades de terapia ocupacional, além daquelas recreativas de cunho educacional têm contribuído para o tratamento e fazem parte do programa oferecido pela instituição.

A realização de atividades lúdicas, artísticas, de cuidados com o corpo, jogos, lazer, profissionalizantes, entre outras, viabiliza a expressão, a espontaneidade, proporciona desenvolvimento emocional, social, intelectual e físico, possibilitando que o paciente adquira um maior grau de independência e autonomia.

A opção por um projeto de produtos e serviços sustentáveis demanda a definição de atores que farão parte da mudança do cenário identificado. Assim, para

³ Descrição do projeto GACC-BAHIA: <http://federativo.bndes.gov.br/dicas/F13%20-%20gac.htm>

alcançar os objetivos propostos, buscamos parceiros; entre eles estão a empresa mineira Mary Design⁴, a Universidade Federal de Pernambuco e as indústrias de confecção do Estado de Pernambuco.

A Mary Design é uma marca mineira que cria acessórios, conhecida nacional e internacionalmente. A mescla de materiais utilizados na produção dos objetos resulta em linguagem poética, reconhecida como um dos fortes valores da marca: o conceito de transformar o comum em preciosidades banais. Em suas recentes produções utilizou papel, piaçava, bucha vegetal, flores de tecido cortadas a laser, entre outros materiais; uma versatilidade que se mostra essencial para esta colaboração no projeto.

Com ampla experiência de mercado, técnicas de produção e missão empresarial diferenciada, a de satisfazer seus consumidores oferecendo-lhes sonhos, alegria e encantamento através de mundos contidos em pequenos — ou grandes — objetos de adorno, a Mary Design é identificada como uma possível parceira para construir o programa que se delineia neste projeto.

Como segundo ator do **ModaVida** temos a Universidade Federal de Pernambuco, cuja Pró-Reitoria de Extensão tem a missão de transferir e difundir o conhecimento através do envolvimento da comunidade acadêmica em ações comunitárias que objetivam interligar as atividades de ensino e pesquisa da academia com as demandas da sociedade.

A comunidade acadêmica da Universidade Federal de Pernambuco pode contribuir através dos conhecimentos das áreas de Design e Arte-Educação, combinados à participação de alunos que teriam a oportunidade de realizar atividades práticas de suas futuras profissões, bem como de receber uma formação de cidadania, solidariedade e consciência sócio-ético-ambiental.

A **ModaVida** (ver Figura 1) tem como conceito a mobilização solidária: articula agentes sociais para o desenvolvimento de bens estéticos para o corpo, confeccionados dentro de programa de terapia ocupacional pelos acompanhantes e pacientes internados no Hospital do Câncer de Pernambuco, o HCP.

⁴ www.marydesign.com.br



A proposta é desenvolver coleções de pequenos objetos de adorno com valor de moda em trabalho conjunto com a Universidade Federal de Pernambuco — professores e alunos dos cursos de Design e Artes Plásticas —, contando com a orientação da marca Mary Design e, ainda, contribuição da indústria de confecção que teria o papel de doar retrazos de matéria-prima.

O processo de produção é parte de um programa de atividades com caráter de terapia ocupacional visando a melhoria da qualidade de vida e profissionalização para pacientes do Hospital do Câncer de Pernambuco e seus acompanhantes. Uma vez prontos, os produtos são comercializados numa estrutura própria na ONG **ModaVida** com renda será revertida para investimento na instituição filantrópica, na melhoria de instalações e serviços hospitalares do tratamento do câncer.

Pontos-chave

- Articulação entre vários agentes: a Universidade Federal de Pernambuco, a empresa mineira Mary Design, empresas de confecção e o Hospital do Câncer de Pernambuco;
- Terapia ocupacional e profissionalização para os pacientes e acompanhantes;
- O envolvimento com o projeto proporciona a combinação de valores de consciência sócio-ambiental às marcas das empresas e instituições participantes.
- Aproveitamento dos retrazos de material da indústria de confecção de vestuário.

Ecolôquio nacional de moda

03 A 06 DE OUTUBRO DE 2006 . UNIFACS . CAMPUS IGUATEMI . SALVADOR . BAH

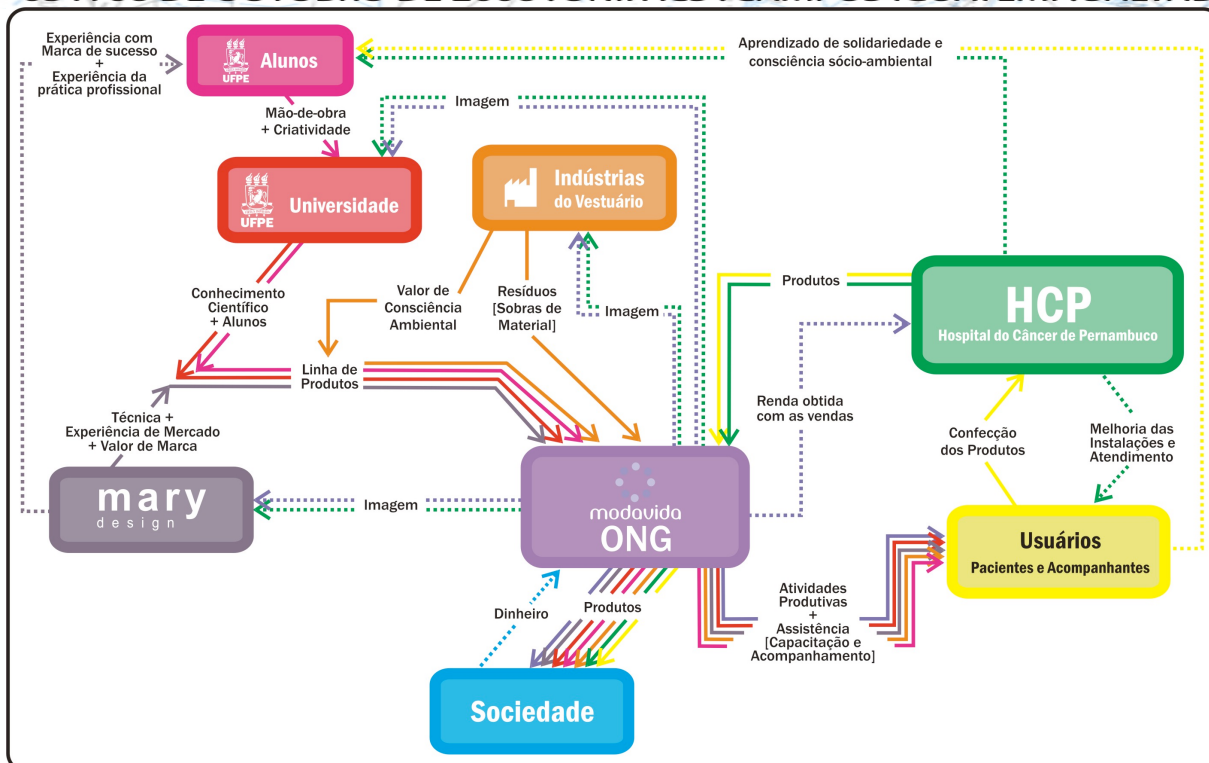


Figura 1: Fluxograma de atividades e benefícios do projeto.

Papel dos Parceiros

- 1| Hospital do Câncer de Pernambuco:** Determinar os pacientes que podem participar do programa de atividades através de exames e acompanhamento médico, a fim de assegurar o conforto e a segurança dos mesmos durante a realização das atividades. Oferecer um espaço para a realização do programa de capacitação e das atividades.
- 2| Mary Design:** Oferecer consultoria técnica para a produção dos objetos, além de noções de valor marca e valor de moda a serem agregados ao produto. Associar a marca Mary Design aos produtos confeccionados no programa de atividades da ModaVida.
- 3| Universidade:** Contribuição com conhecimento no auxílio à comunidade. Recrutar voluntários ou bolsistas dos cursos de Design e Artes Plásticas, para desenvolver,



em conjunto com a Mary Design, coleções de produtos de adorno para o corpo e o trabalho de planejamento e realização de oficinas de capacitação para a manufatura.

4| Empresas de confecção do vestuário do estado de Pernambuco: Doar retrazos de tecidos e materiais restantes do processo de produção.

Benefícios para os parceiros envolvidos no ModaVida

1| Pacientes e acompanhantes: Melhora do quadro clínico em função do envolvimento em atividade produtiva; profissionalização em atividade rentável e de baixo investimento; participação continuada no projeto, mesmo após o fim do tratamento no hospital como mão-de-obra no processo de produção, instrutor de capacitação técnica ou voluntário na ONG **ModaVida**; integração entre paciente e família.

2| Hospital do Câncer de Pernambuco: Retorno financeiro com a venda dos produtos confeccionados, o que possibilita a melhora de condições físicas e serviços oferecidos pela instituição.

3| Mary Design: Ganhos para a imagem corporativa da marca que se vincula a um projeto de responsabilidade social.

4| Universidade Federal de Pernambuco: Atuação em projeto solidário; vinculação da imagem da instituição a um projeto de responsabilidade social.

5| Estudantes: Vivência em um projeto; crescimento profissional através do aprendizado global na prática profissional; aplicação do conhecimento adquirido; aprendizado de materiais e processos de produção; oportunidade de trabalhar em conjunto com uma empresa de marca reconhecida nacional e internacionalmente.

6| Empresas de confecção: Valores éticos agregados à imagem corporativa; descarte de resíduos materiais.

7| Consumidores dos produtos ModaVida: Aquisição de produtos de qualidade com alto valor de moda e contribuição para um projeto solidário.

8| Meio ambiente: Ampliação do ciclo de vida de materiais têxteis cujo retrazo poderia ter sido descartado na natureza, evitando, assim, a poluição do meio ambiente.

ModaVida: Um sistema para confeccionar sonhos

Com a convocação de atores e parceiros, é delineado no projeto **ModaVida**: um cenário de sustentabilidade onde o que sobra é vontade, motivação, solidariedade para criar pequenos objetos feitos de sonhos e esperanças que alimentam o mundo de desejos de uma moda com valores sócio-ético-ambientais, como podemos ver no *storyboard* na Figura 2:

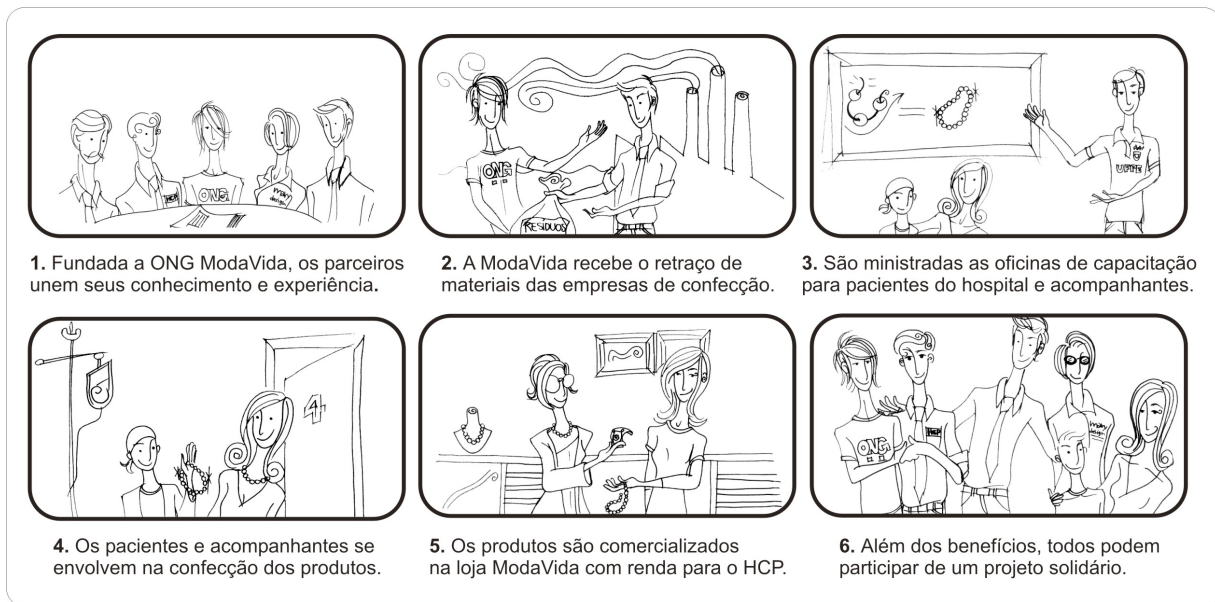


Figura 2: *Storyboard* mostrando as atividades de parceiros e da **ModaVida**.

Bibliografia

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2004.

EZIO, Manzini. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: EDUSP, 2002.

GACC-BAHIA *In* Dicas – Instituto Polis. Disponível em:

<<http://federativo.bndes.gov.br/dicas/F13%20-%20gac.htm>>

MARY Design. <http://www.marydesign.com.br> (capturado em: 23/12/2005)



MIRRA, Antonio Pedro. **Registros de câncer no Brasil e sua história**. São Paulo:

Tomgraf, 2005.

PORTAL do Voluntário. Disponível em: <http://www.portaldovoluntario.org.br>

(capturado em: 10/01/2006]

WEBSITE Associação Brasileira de Instituições Filantrópicas de Combate ao Câncer.

Hospital do Câncer de Pernambuco terá comissão de gestão. Disponível em:

<http://www.abifcc.org.br/oldnews/noti05032005.html> (capturado em: 05/01/2006)

WEBSITE Associação Brasileira de Linfoma e Leucemia – ABRALE. Disponível em:

<http://www.abrale.org.br> (capturado em: 24/12/2005)

WEBSITE Instituto Brasileiro do Terceiro Setor. Disponível em:

<http://www.institutoterceirosetor.org.br> (capturado em: 05/01/2006)

WEBSITE Revista do Terceiro Setor. Disponível em: <http://rets.rits.org.br/> (capturado em: 05/01/2006)