

(X) Graduação () Pós-Graduação

ECODESIGN: Uma proposta de Reutilização de calças jeans descartadas

Taís Berkenbrock,
IFC,
taisberkenbrock@hotmail.com

Danila Cristiane Marques Sanches,
IFMS,
danielasanches@gmail.com

Marcelo da Silva Mello Dockhorn,
UFMS,
msmdock@yahoo.com.br

RESUMO

Devido ao consumo excessivo, à produção em massa e à degradação do meio ambiente tem havido vários problemas ambientais, os quais colocam em risco a sobrevivência da própria humanidade. A questão ambiental é discutida por toda a sociedade, nas mais variadas áreas de estudo. O Design, como área do conhecimento, segue repensando suas práticas, que devem ser voltadas para um futuro mais sustentável. Com base nos conceitos e princípios da Sustentabilidade, do Ecodesign e da reutilização, este projeto tem como objetivo analisar o desenvolvimento de uma bolsa por meio da reutilização de uma calça jeans descartada, desde a concepção até a aceitação do público-alvo. O método utilizado nesta pesquisa foi o *focus group*, um estudo qualitativo. O protótipo foi apresentado e, através de perguntas, os participantes reconheceram a importância da reutilização das calças jeans descartadas, trazendo um resultado positivo, enriquecedor e uma possível aceitação da bolsa.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Ecodesign; Reutilização.

1. INTRODUÇÃO

O design se fortaleceu após a eclosão da revolução industrial, em meados de 1779, com o surgimento de máquinas e a produção acelerada. Desde então, foram realizados experimentos, transformações, testes, fórmulas e conceitos. Com o consumismo desenfreado e o consequente desequilíbrio tanto econômico, quanto socioambiental, governos, empresas, universidades e designers perceberam a necessidade de ter mais estudo sobre o desenvolvimento sustentável e o ecodesign. (MARCOS, 2008).

Com essas abordagens, é o momento de o ser humano refletir sobre suas atitudes, seu consumo e se o descarte dos produtos está sendo feito de forma correta. A reciclagem e a reutilização são alguns exemplos de atitudes que podem ser aplicadas no cotidiano de cada indivíduo, possibilitando um mundo melhor para futuras gerações.

Sob estes acontecimentos, o designer da atualidade necessita assumir novas responsabilidades e novas estratégias perante a sociedade. O objetivo é mostrar para seus clientes e consumidores a importância de fazer o descarte correto dos produtos adquiridos, ou reutilizá-los. Com a atual degradação ambiental, é importante que o designer saiba como influenciar e informar seu cliente, orientando-o sempre para um caminho mais natural e humano, garantindo a qualidade de vida da humanidade (PAPANEK, 1985).

O beneficiamento da calça jeans requer várias etapas e processos, onde nem todos estão alinhados a sustentabilidade. Uma das matérias primas para a produção do jeans é o *denim*, que é oriundo do algodão. Quando em sua plantação, o algodão não orgânico, que por necessidade é o mais usado na produção, é cultivado através do uso de pesticidas. Sendo assim o solo vai perdendo sua fertilidade e consequentemente, após muitas plantações, não germinará mais algodão. Essa é apenas uma das primeiras fases para a produção do jeans, passando ainda por tingimentos onde a utilização da água é excessiva, entre outros. (KAZAZIAN, 2005).

Diante deste cenário, tem-se o seguinte problema: como reutilizar calças jeans descartadas, por meio dos novos conceitos e abordagens do design, reunindo apontamentos sobre ecodesign e sustentabilidade? É por meio desses apontamentos que novos designers poderão orientar cidadãos em suas pré-compras, assim como empresas no desenvolvimento de produtos, designers, governos e a sociedade em geral, a refletirem sobre suas atitudes e a utilizarem para projetos futuros.

Sendo assim, o objetivo geral desta pesquisa é analisar o desenvolvimento de uma bolsa por meio da reutilização de calças jeans descartadas, desde a concepção até a aceitação do

público-alvo. Tendo como objetivos específicos: desenvolver o protótipo da bolsa por meio de calças jeans descartadas; testar o protótipo com o público e avaliar a aceitação do produto.

Portanto com os problemas que podem ser vistos no meio ambiente, necessitaram que surgissem novos projetos, trabalhos que apoiam a não degradação do meio ambiente. Esta pesquisa na prática é então dedicada aos dirigentes de empresas, governos, designers e a comunidade em geral, para que possam ter informações e que possam se conscientizar e propor novos projetos com a iniciativa de reutilizar, valorizando o meio ambiente. Sob a perspectiva teórica, o artigo contribui para as disciplinas englobam este assunto, como na Faculdade de Tecnologia em Design de Moda, nas matérias de Ecodesign, Gestão Ambiental, Empreendedorismo, exemplos de iniciativa de desenvolvimento de produtos sustentáveis.

O presente artigo está dividido de início em resumo, introdução, seguindo para fundamentação teórica, onde é explicando o que é sustentabilidade, Ecodesign, reutilização, e calça jeans, para o leitor ter um melhor entendimento da pesquisa. O trabalho segue para o estado da arte, onde estão os autores da atualidade que têm por afinidade o mesmo tema que este projeto, ecodesign, sustentabilidade e reutilização. Em seguida, é a apresentada a metodologia, onde está todo o método que foi aplicado à pesquisa para obter os resultados descritos ao final do trabalho. Para encerrar, a conclusão, seguida dos dados bibliográficos que foram necessários para escrever este artigo.

2. SUSTENTABILIDADE

O tema da sustentabilidade começou a ser discutido a partir dos anos 80. Isto se deu porque pessoas de vários países começaram a se preocupar com uma produção que pudesse gerar bem-estar em longo prazo, sem prejudicar o meio ambiente (SILVA, 2009). O conceito de sustentabilidade surgiu durante a comissão de Brundtland, onde foi elaborado o relatório *Our Common Future* (Nosso futuro comum), onde a primeira-ministra norueguesa, Gro Harlem Brundtland, apresentou a seguinte definição para a sustentabilidade: “É a forma como as atuais gerações satisfazem as suas necessidades sem, no entanto, comprometer a capacidade de gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” (BRUNDTLAND, 1991, p.33).

Portanto, foi percebido que somente a sociedade e o meio organizacional não iriam resolver os problemas de uma economia global, era preciso adquirir, através de outros meios, possibilidades para a sustentabilidade, “Aqueles que pensam ser a sustentabilidade somente

uma questão de controle de poluição não estão vendo o quadro completo” (ELKINGTON, 2001, p.74).

Então Manzini e Vezzoli (2002, p.40) sugerem que “para atingir a sustentabilidade ambiental é necessário que ocorram percursos idealmente praticáveis na mudança tecnológica e na mudança cultural”. Isto é, para que as pessoas atinjam a sustentabilidade é preciso que elas mudem seus hábitos do dia a dia. Além disso, a tecnologia também deve trabalhar a favor destes objetivos.

Com todos os estudos e considerações feitos acima, e para obter o desenvolvimento sustentável, foi necessário compor três pilares: econômico, social e ambiental (ELKINGTON, 2001). O pilar econômico é o resumo do lucro da empresa, ou seja, é baseado em dados numéricos. Neste pilar a sustentabilidade econômica da empresa é mensurada em longo prazo. É onde a empresa avalia suas atividades economicamente sustentáveis, e isto é seu capital econômico (ELKINGTON, 2001).

Então, o pilar social “em parte considera o capital humano, na forma de saúde, habilidades e educação, mas também deve abranger medidas mais amplas de saúde da sociedade e do potencial de criação de riqueza”. Francis Fukuyama, autor do livro *Trust: the social virtues and the creation of prosperity*, (Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade) afirma que “o capital social é uma capacidade que surge da prevalência da confiança em uma sociedade ou em partes dela”. E, “a capacidade de as pessoas trabalharem juntas, em grupos ou organizações, para um objetivo comum” (ELKINGTON, 2001, p. 86).

O pilar ambiental abrange tudo o que envolve o meio ambiente e a sustentabilidade. Pode-se pensar em trabalho escravo, trabalho infantil, pobreza, e achar que as iniciativas sociais têm uma história mais ampla, mas, neste caso, afirma-se que as questões ambientais ganham mais destaque. As empresas precisam saber quais impactos são feitos por suas operações, saber avaliar se são sustentáveis, se o equilíbrio da natureza está sendo afetado em nível significativo (ELKINGTON, 2001).

De acordo com os estudos da atualidade e tudo o que está acontecendo, a maior dificuldade não está em elaborar o conceito de desenvolvimento sustentável, mas sim em colocá-lo em prática. (ALMEIDA, 2002). Portanto, ainda não é regra, inovar seguindo os três pilares da sustentabilidade, até porque incluir os pilares sociais e ambientais requer novos instrumentos e modelos de gestão, que começaram a ser desenvolvidos com mais intensidade só recentemente. É preciso que as organizações inovadoras saibam inovar com eficiência no quesito econômico, mas com a responsabilidade social e ambiental (BARBIERI *et al.*, 2010).

2.1 ECODESIGN

Foi a partir de 1974 que as pessoas começaram a se importar com o meio ambiente e, uma das primeiras propostas, foi fazer um sofá através de pneus usados para um concurso de Design que acontecia na escola Offenbach em Berlim, Alemanha (BURDEK, 1999). De início, foi esta percepção que o Ecodesign teve, inspirado nas ideias de reaproveitamento. Em seguida ele terá uma nova dimensão, será associado ao seu ciclo de vida e conceito (NAIME e GARCIA, 2004; NAIME, 2005).

Nesta mesma linha de pensamento, a palavra ecodesign significa, em geral, dois termos, “Eco” vem de meio ambiente e “design” é o processo de produção. Sendo assim, a palavra sintetiza um conjunto de atividades que tendem, como objetivo principal, enfrentar postos que são relacionados às questões ambientais partindo de um ponto inicial, ou seja, redesenhando produtos já existentes (MANZINI E VEZZOLI, 2002).

Abaixo Kazazian (2005, p.36) explica um pouco mais sobre a definição de Ecodesign:

(...) [O ecodesign] cuja primeira definição foi dada por Victor Papanek, participa de um processo que tem por consequência tornar a economia “mais leve”. Igualmente chamada de ecoconcepção, trata-se de uma abordagem que consiste em reduzir os impactos de um produto, ao mesmo tempo em que se conserva sua qualidade de uso (funcionalidade, desempenho), para melhorar a qualidade de vida dos usuários de hoje e de amanhã. (...).

Trata-se de uma abordagem global que exige uma nova maneira de conceber. Primeiramente, prevendo o futuro do produto para reduzir o impacto ambiental por todo ciclo de vida: fabricação, uso, fim de vida... Em seguida, considerando o produto como um sistema constituído tanto por componentes, quanto por consumíveis, peças para troca, suportes publicitários, embalagens utilizadas para todos esses elementos, cujo impacto pode às vezes ser maior que o do produto em si. O criador escolhe como finalidade a utilização e não o produto. Ele inicia uma cooperação com uma cadeia de atores em uma abordagem transversal e multidisciplinar.

O conceito do Ecodesign é tornar ecológico e sustentável essencialmente todo o processo de design, ou seja, o produto, os métodos usados, as fases que ele vai passar. Sempre pensando no meio ambiente e não trazendo nenhum dano a ele e as futuras gerações. Sendo assim é preciso pensar também como será feito o descarte, mantendo o processo em uma cadeia sustentável de produção. É preciso que o produto do Ecodesign reduza os impactos ambientais, utilizando somente os recursos necessários para sua fabricação, mas, ao mesmo tempo, sem perder sua qualidade de uso (KAZAZIAN, 2005).

O consumidor de produtos do Ecodesign está ajudando diretamente o meio ambiente, gerando menos impacto ambiental, pois no processo de um produto do Ecodesign existe a concepção e cuidado na fabricação, do início até o final do ciclo de vida do produto. Essas peças são analisadas a cada etapa que passam e os materiais usados, trabalhando sempre para a redução de energia, através de processos menos poluentes e utilizando matérias-primas mais ecológicas. Os próprios consumidores farão uma análise de empresas que são mais comprometidas ambientalmente. Então, cabe ao designer, toda a responsabilidade de desenvolver produtos que não afetarão a sobrevivência da atualidade e das futuras gerações.

Mudar o modo como as pessoas consomem os produtos é um trabalho complicado e difícil, por isso, cabe a cada indivíduo, de livre e espontânea vontade, mudar seu modo de consumir. Conciliar a sustentabilidade, a inovação e a utilidade em um único produto, fazendo com que o consumidor sinta mais vontade e tenha prazer em comprar um objeto sustentável, não é algo simples de ser realizado, porém é algo que ainda está passando por mudanças e passa de geração para geração, até que a sociedade realmente avalie se há uma necessidade de uso ou não (KAZAZIAN, 2005, p.138).

2.2 REUTILIZAÇÃO

Reutilizar um produto significa que dará a ele uma nova possibilidade, um novo uso. Segundo Kazazian (2005, p.54), “(...) alguns produtos são concebidos na perspectiva de duas utilizações sucessivas e diferentes”. Portanto, a reutilização depende somente da criatividade e imaginação do indivíduo que irá modificá-lo. A inovação também é algo muito importante para a criação de um novo produto.

Reutilizando um objeto já existente, é possível ajudar o meio ambiente e o planeta. Um produto que não é mais utilizado acaba indo para o lixo, sendo assim acumulando cada vez mais resíduos. Por este motivo, o Ecodesign é importante e recomenda, sempre que possível, reutilizar. A casos em que é possível dar uso ao mesmo produto sem a necessidade de ele sofrer qualquer tipo de processo (BARBOSA, 2009).

2.3 CALÇAS JEANS

O jeans passou por diversas mudanças ao longo do tempo, saiu da linha robusta para as passarelas, onde ganhou a linha luxo. O estilista que colocou o jeans pela primeira vez nas

passarelas foi Calvin Klein, na década de 1970. O grande diferencial do jeans foi à inclusão social, tanto um simples operário quanto pessoas da classe A podiam usufruir do tecido. Mais à frente, a inclusão do elastano no jeans fez com que ele tivesse um diferencial para as mulheres, afinal ele se assentava perfeitamente ao corpo (CASYTILHO, GARCIA, 2001).

Para Catoira (2006), a calça jeans é um artigo da confecção destinado ao vestuário que tem como uma das matérias primas principais, o tecido Denim. As calças jeans são peças principais para o consumidor. E teve início quando Levi-Strauss criou roupas resistentes para mineiros nos Estados Unidos. No começo foi apenas uma experiência. Calças confeccionadas com lona, que continham costuras reforçadas para serem utilizadas como roupas de trabalho pelos mineradores. A partir de então, cada vez mais os trabalhadores utilizavam o jeans para exercer suas tarefas árduas e de exigência física.

Com o passar dos anos, a calça jeans foi tomando forma, com diferentes composições, elas chegaram nos mais variados modelos. Porém, com o consumo desenfreado, o descarte segue a mesma proporção de compra. A calça jeans, a qual é considerada moda básica, é também uma das peças que mais utiliza água em sua produção, consequentemente, a que mais polui. Na atualidade é difícil ter uma pessoa que não tenha uma peça de jeans em seu guarda-roupa (O IMPACTO DO JEANS NO MEIO AMBIENTE, 2010).

O desenvolvimento de acessórios sustentáveis reutilizando calças jeans de descarte diminuiria o desperdício de água, ajudando a preservação do meio ambiente. E o jeans sendo uma peça reutilizada se torna único e exclusivo (CATOIRA, 2006).

2.4 OUTROS ARTIGOS RELACIONADOS COM O TEMA

Schulte *et al.* (2014) realizaram uma pesquisa onde trazem a importância do pós-uso do produto, aplicando a logística reversa que é o retorno da mercadoria à empresa para dar um novo uso a ele. Como resultado, concluiu-se que reutilizando como forma de matéria prima para desenvolver outros produtos contribuiu para a não degradação do meio ambiente.

Santos (2008), da universidade UEM-CRC, têm como objetivo principal do seu trabalho a reutilização de retalhos de jeans e de peças em jeans que tiveram falhas e o resultado obtido foi um produto inovador e com valor agregado para os consumidores.

Naime, Ashton e Hupffer (2012) realizaram uma pesquisa onde se discute a necessidade de os produtos retornarem ao ciclo produtivo, fazendo com que formem um ciclo fechado, pois a grande maioria da matéria prima é constituída de recursos naturais não renováveis. O

resultado obtido é que o design, ecodesign e seus conceitos são necessários para ajudar nessas modificações que precisam ser alcançadas a uma produção sustentável.

Souza e Silva (2009) procuraram saber até onde as empresas trabalham com o ecodesign, ou se a maioria coloca em seus produtos que são sustentáveis apenas para atrair mais clientes. Eles obtiveram o resultado através de um estudo de caso, observando como é difícil alcançar todas as exigências do ecodesign e pôr em prática na fábrica. Neste projeto puderam observar que a maioria dos casos é somente uma mera aproximação do ecodesign.

Resende (2014) teve sua pesquisa aplicada na área de moda, nas roupas que estão em desuso e uma possibilidade de reutilização delas. Fez uma pesquisa de campo onde aplicou questionários com profissionais da área e estudantes. O resultado obtido foi uma coleção, produzida a partir da reutilização de roupas em desuso. As entrevistas confirmaram a importância da reutilização e que gerar novos produtos através dela também satisfaz muitas pessoas.

Taborda *et al.* (2015) tiveram como objetivo de pesquisa produzir um contêiner utilizando materiais recicláveis, promovendo um produto sustentável. Através do projeto obtiveram e observaram os resultados de que produzir um contêiner com materiais recicláveis foi satisfatório e que contribuiu para o meio ambiente.

Contudo, pode-se observar que nas demais áreas os estudantes também estão pensando e realizando projetos de forma consciente, trabalhando os conceitos do ecodesign e da sustentabilidade, fazendo produtos através da reutilização de outros que seriam descartados na natureza e, consequentemente, agredindo o meio ambiente. Então como citado neste artigo, também será desenvolvida uma peça com base nos conceitos do ecodesign e da sustentabilidade, com ênfase na reutilização de outro produto já existente.

3. METODOLOGIA

O método a ser utilizado nesta pesquisa é o *Focus Group*, que é qualitativo, exploratório, e tem origem da sociologia, contudo tem sido utilizado em outras áreas do conhecimento, como em marketing e administração (MORGAN, 1988).

A pesquisa qualitativa exploratória trabalha com o universo de significados, valores, atitudes, motivos, crenças e aspirações, é um espaço mais profundo das relações, pela subjetividade e pelo emocional do pesquisador e dos participantes (MALHOTRA, 2012).

Este tipo de método é muito usado em grupos, para analisar, investigar o grupo sobre tal tema. Neste projeto, é de suma importância mostrar aos participantes que foram escolhidos, sendo eles, seis mulheres, entre a idade de 20 a 30 anos, que são estudantes de design moda e potenciais consumidores e que se identifiquem com um estilo de vida sustentável, a possibilidade de reutilizar uma calça jeans que seria descartada. No caso desta pesquisa, foi desenvolvida uma bolsa, a partir de uma calça jeans que seria descartada. A calça foi cortada no meio coxa e costurada de modo que ficasse firme e resistente, a alça e a fita que são para fechar, saíram do restante da calça na parte das pernas.

Os participantes influenciam uns aos outros através das respostas e colocações de cada um. Os dados adquiridos foram de grande importância para o moderador, pois foi através dessas entrevistas e do diálogo em grupo que foi possível obter o resultado da pesquisa, onde foi possível avaliar a aceitação no mercado (MORGAN, 1988).

Malhotra (2012) afirma que, para a participação deste grupo é preciso que tenha homogeneidade, ou seja, semelhanças nas características demográficas dos participantes, a similaridade ajuda na interação deles, evitando conflitos. Contudo a aplicação do *Focus Group* pode gerar interferência na vida e na rotina dos sujeitos, devido à necessidade de locomoção e tempo disponível para a participação. Os participantes foram convidados pessoalmente, já sendo avisados da data, hora e local do *focus group*, que foi realizado no dia 24 de outubro nas dependências do Instituto Federal Catarinense, por ser de fácil acesso a todos.

Neste caso, o *focus group* foi gravado em áudio, para auxiliar na análise de dados posterior. O arquivo foi transscrito para a obtenção dos resultados. O coordenador do *focus group* deu início as apresentações dos entrevistados e em seguida todas as perguntas foram discutidas com o grupo, posteriormente transcritas e apresentada nas conclusões. O roteiro de entrevista elaborado neste estudo foi adaptado do modelo de *focus group* apresentado por Malhotra (2012), aplicável às pesquisas científicas na área de marketing.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos dados da presente pesquisa deu-se através da aplicação do Focus Group, o qual é qualitativo exploratório. Houve a apresentação física da bolsa aos participantes e em seguida foram feitas 10 perguntas, que foram respondidas e discutidas com os todos participantes juntos.

Figura 1: Bolsa sustentável através da reutilização de calça jeans. Designer: Taís Berkenbrock



Fonte: Acervo pessoal.

A primeira pergunta feita aos participantes foi “qual a principal vantagem de ter uma bolsa sustentável? ”. Como resposta dos participantes, obtivemos que é importante ter uma bolsa sustentável para poder guardar todos os pertences necessários na hora de sair de casa, e também é uma bolsa que agrega valor e ajuda o meio ambiente, segundo o participante 2 “preciso de uma bolsa sustentável para me sentir melhor, sabendo que estou ajudando o meio ambiente, e também porque preciso levar meus pertences nela, como carteira, documentos, remédios, agenda entre outras coisas”.

Com a segunda pergunta feita aos participantes: “qual a principal desvantagem de ter uma bolsa sustentável? ”, todos responderem que não há desvantagem, pois, a bolsa sustentável ajuda a não degradação do meio ambiente, incentivando outras pessoas a começarem a reutilizar, além disso, uma bolsa é muito importante para guardar as coisas necessárias do dia a dia.

A terceira pergunta que foi, “quando vocês precisam sair o que levam consigo? ”, e a quarta, “quais são as coisas que vocês geralmente levam consigo? ”. Como resposta todos disseram que levam consigo o celular, carteira, documento, agenda, carregador do celular, tudo dentro da bolsa, como confirma o participante 4 “eu não vivo sem bolsa”.

A quinta pergunta era para entender um pouco mais de como os participantes utilizariam a bolsa sustentável, sendo assim a pergunta foi, “quantas vezes na semana vocês trocam de bolsa? ”. A maioria dos participantes optou por trocar a bolsa somente quando ela estraga, ou

quando vai a algum evento diferente, fora isso sempre estão sempre com a mesma bolsa. Como afirmou o participante 1, “só troco quando estraga, que não dá mais de usar”.

Então a sexta pergunta foi “quais são os tipos comuns de bolsas que vocês costumam usar? ”. O participante 3 afirmou que, “o tipo mais comum de eu usar é a tira colo, que é esta bolsa sustentável a qual está sendo apresentada para nós, ela é prática e confortável”. Os outros participantes costumam usar a bolsa tira colo, mas também usam mochila, por ser confortável.

A sétima pergunta estava vinculada a compra da bolsa sustentável, a pergunta realizada foi, “como vocês reagiriam durante o processo da escolha da bolsa sustentável e que critérios usariam para escolher? ”. O participante 5 afirmou que “não é comum ver no dia a dia e que a preocupação com o meio ambiente irá chamar a atenção para escolher ela. Já o participante 4 disse: “eu escolheria, a menos que a bolsa sustentável tivesse o dobro do valor de outra, só pelo fato de ser uma bolsa sustentável, se ela for até uns R\$ 30,00 mais caro que outra eu escolheria, pois estaria ajudando o meio ambiente. Concluiu o participante 4 argumentando que “por ser algo reutilizado acho que não tem a necessidade de cobrar muito a mais que outra bolsa, pois a matéria prima em si já está ali, você só irá reutilizar ela, claro que vai ter gastos, mas não como antes na produção da calça, que implica em lavagens entre outras coisas, por isso a diferença que pagaria entre a bolsa sustentável e a outra seria de até R\$ 30,00, e, claro, ficaria muito satisfeito, pois estaria ajudando o meio ambiente.

Oitava pergunta, pensando na bolsa sustentável apresentada aos participantes, gostaria de saber deles o que levaria a escolhe-la. O participante 1 disse: “escolheria ela pelo fato de ser sustentável, ser uma bolsa única, e ser da reutilização de calça jeans, pois o jeans é muito forte, e mesmo que rasgue com o uso, você pode remendar com outro jeans que ainda fica bonito e, neste caso, este modelo é para o dia a dia, então, usaria o tempo todo.” Os outros participantes concordaram com a colocação do participante 1.

A nona pergunta implicava nas características da bolsa sustentável “há alguma característica que não tem nesta bolsa, mas que vocês gostariam que tivesse? ” Como resposta de todos os participantes, eles gostariam que a bolsa tivesse forro, bolsos internos e o participante 4 gostaria que “nela viesse uma etiqueta explicando que é de reutilização de calça jeans” afirma que chamaria mais a atenção com uma etiqueta sustentável.

E a décima e última pergunta era a respeito da compra de sua próxima bolsa, “o que você faria para comprar está bolsa sustentável? ”. O participante 6 disse: “eu compraria ela pelo fato de ser única, ninguém teria uma bolsa igual a minha, e o preço, se for acessível”.

No decorrer deste projeto, com todos os dados adquiridos pode-se perceber que é muito importante reutilizar calças jeans que seriam descartadas, pois a calça jeans, que é considerada moda básica, é também uma das peças que mais utiliza água em sua produção e também a que mais polui. Na atualidade é difícil ter uma pessoa a qual não tenha uma peça de jeans em seu guarda-roupas (O IMPACTO DO JEANS NO MEIO AMBIENTE, 2010). Sendo assim, pode-se observar que por meio do *focus Group* os participantes aceitaram a bolsa sustentável.

5. CONCLUSÕES E TRABALHOS FUTUROS

Nesta etapa final da pesquisa, são colocadas as conclusões obtidas e sugestões para trabalhos futuros. Sendo assim, o objetivo geral desta pesquisa foi analisar o desenvolvimento de uma bolsa por meio da reutilização de calças jeans descartadas, desde a concepção até a aceitação do público-alvo. No início, foi preciso arrecadar as calças descartadas, essa arrecadação foi feita através de pessoas conhecidas que tinham calças que não utilizariam mais, e que seriam descartadas, e que se disponibilizaram a doar para o projeto. Em seguida, decidir qual modelo de bolsa sustentável desenvolver. Em terceira instância foi preciso um estudo de caso para saber de que forma esta bolsa poderia chamar a atenção do público-alvo para incentivar a aceitação da mesma. Sendo assim, a escolha foi de fazer um *Focus Group*, o qual é a melhor opção para análise de dados deste projeto, pois os participantes precisavam interagir uns com os outros e conhecer o produto, poder o avaliar fisicamente.

O primeiro objetivo deste projeto foi desenvolver o protótipo da bolsa por meio de calças jeans descartadas, onde foi preciso de uma calça que seria descartada, ou seja, que não tem mais serventia para o uso, e transformá-la em um novo produto, neste caso uma bolsa, dando a ela uma nova utilidade. Com relação ao primeiro objetivo específico de desenvolver o protótipo da bolsa por meio de calças jeans descartadas, foi recebida a doação da calça jeans o que demonstra a viabilidade deste meio de adquirir a matéria prima. O design da bolsa foi realizado com base na calça jeans escolhida, propiciando a confecção da bolsa com o uso da calça jeans em sua totalidade, evitando resíduos do processo de confecção. Percebe-se que o caminho de uso de calças jeans descartadas para a confecção de bolsas sustentáveis se mostra viável e aplicável para um modelo de negócio sustentável.

O segundo objetivo desta pesquisa foi testar o protótipo com o público, sendo assim foi necessária a escolha dos participantes, os quais precisavam ter interesse no assunto e

homogeneidade entre eles, para poderem interagir uns com os outros, sendo assim foi aplicado o *focus Group*.

O terceiro objetivo desta pesquisa foi avaliar a aceitação do produto, devido à aplicação do *Focus Group* e as perguntas realizadas e respondidas pelos participantes, pode-se observar a possível aceitação do produto, tornando ele uma grande opção de mercado para pessoas que pensam e consomem de forma consciente.

Os resultados obtidos nesta pesquisa relatam a importância da reutilização, provando que é necessário haver maior interesse de futuros pesquisadores em realizar pesquisas onde poderão averiguar aceitações de diversas maneiras. Seguindo a linha de pensamento, como trabalhos futuros, a sugestão presente é de investir em uma coleção de bolsas sustentáveis por meio da reutilização de calças jeans descartadas. Aplicando a um público maior e averiguar a aceitação deste.

O trabalho realizado serve como apoio a professores, alunos, consumidores, empresários, designers, universidades públicas e privadas, sobre importância de se cuidar e reaproveitar produtos, e que fazendo isso, pode-se viver com mais harmonia, possibilitando um mundo melhor para futuras gerações na conscientização sobre a necessidade do reaproveitamento de produtos para a viabilidade de um mundo em equilíbrio e harmonia com a natureza, o que possibilita uma melhor qualidade de vida para todos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando. **O bom negócio da sustentabilidade**. 1. Ed., Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2002. p.191.

BARBIERI, José Carlos; VASCONCELOS, Isabella Freitas Gouveia; ANDREASSI, Tales; VASCONCELOS, Flávio Carvalho. **Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições**. São Paulo, 2010.

BARBOSA FILHO, Antonio Nunes. **Projeto e Desenvolvimento de Produtos**. São Paulo: Atlas, 2009. p.189.

BRUNDTLAND, Gro Harlem. **Nosso futuro comum: Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. 2 a. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

BÜRDEK, B. **Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial**. Editora Gustavo Gili, 2^a edición. Barcelona, 1999.

CATOIRA, Lu. **Jeans, a roupa que transcende a moda**. São Paulo: Idéias & Letras, 2006. p.136.

CASYTILHO, Kathia; GARCIA, Carol. Moda Brasil - **Fragmentos de um vestir tropical**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001. p.157.

ELKINGTON, John. **Canibais com Garfo e Faca**. São Paulo: Makron Books, 2001. 443 p.

KAZAZIAN, Thierry - **Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável**, 2^a. Ed., São Paulo: SENAC, 2005. p.194.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. p. 713.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: EDUSP, 2002. p.366.

MARCOS, Janaina Ramos. **Sobre sustentabilidade, Ecodesign e o Planeta apresentação do projeto ‘Limonada’** (TCC). Florianópolis 2008.

Morgan, D.L. **Focus Groups as Qualitative Researche**. Beverly Hills, SAGE Publications, 1988.

NAIME, Roberto. **Gestão de Resíduos Sólidos: Uma abordagem prática**. Novo Hamburgo: Feevale, 2005. p.136.

NAIME, Roberto e GARCIA, Ana Cristina de Almeida. **Percepção ambiental e diretrizes para compreender a questão do meio ambiente**. Novo Hamburgo: Feevale,2004. p.135.

NAIME, Roberto; ASHTON, Elisa e HUPFFER, Haide Maria. **Do design ao Ecodesign: Pequena História, Conceitos e Princípios**. (TCC) Novo Hamburgo, 2012.

O IMPACTO DO JEANS NO MEIO AMBIENTE. Disponível em:
<<http://www.ecodesenvolvimento.org/noticias/o-impacto-do-jeans-no-meio-ambiente>> acesso em 04 de Jun.2016.

PAPANEK, Victor. **Design for the real world – human ecology and social change**. 2^a Ed. Academy Chicago Publishers, 1985.

RESENDE, Dayanna Rose de Carvalho. **A Sustentabilidade Inserida na Moda Por Meio De Técnicas E Conceitos De Reutilização De Material**. (TCC). Apucarana 2014.

SANTOS, Ellen Baldos. **Reutilização de sobras e retalhos de jeans assim como peças não utilizadas, na construção de novas peças do vestuário**, (TCC). Maringá, 2008.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana Dornbusch; ROSA, Lucas e PADILHA, Mayeni Medeiros. **Logística reversa, reutilização e trabalho social na moda**. (TCC) 2014.

SILVA, D. da C. C. **Sustentabilidade Corporativa**. In: **Anais VI Simposio de Excelencia em Gestão e Tecnologia- SEGeT**, Resende, RJ, 2009.

SOUZA, Rodrigo Luiz Carneiro e SILVA, Vinicius Laureano Braz. **O paradigma do ecodesign: qual é a verdadeira sustentabilidade nos processos de produção?** (TCC). São Paulo, 2009.

TABORDA, Loana Wollmann; SANTOR, Cilione Gracieli; SEIBOTH, Tânia Regina; LOVATO, Adalberto e FABRICIO, Adriane. **Ecodesign: Produção de Contêiner com Materiais**

Recicláveis Para Coleta de Plásticos e Metais. (TCC) Santa Maria, 2015.