

Redação Científica

Atividade 4 - Elaboração da seção dos resultados

Nome: Ketilley Luciane de Jesus Purpura – **NUSP:** 10541416

Título: Roupas reconfiguráveis como uma alternativa para o design emocional para durabilidade.

Objetivo: Entender como o design emocional para a durabilidade pode ser uma ferramenta para criar roupas com capacidade de mutação.

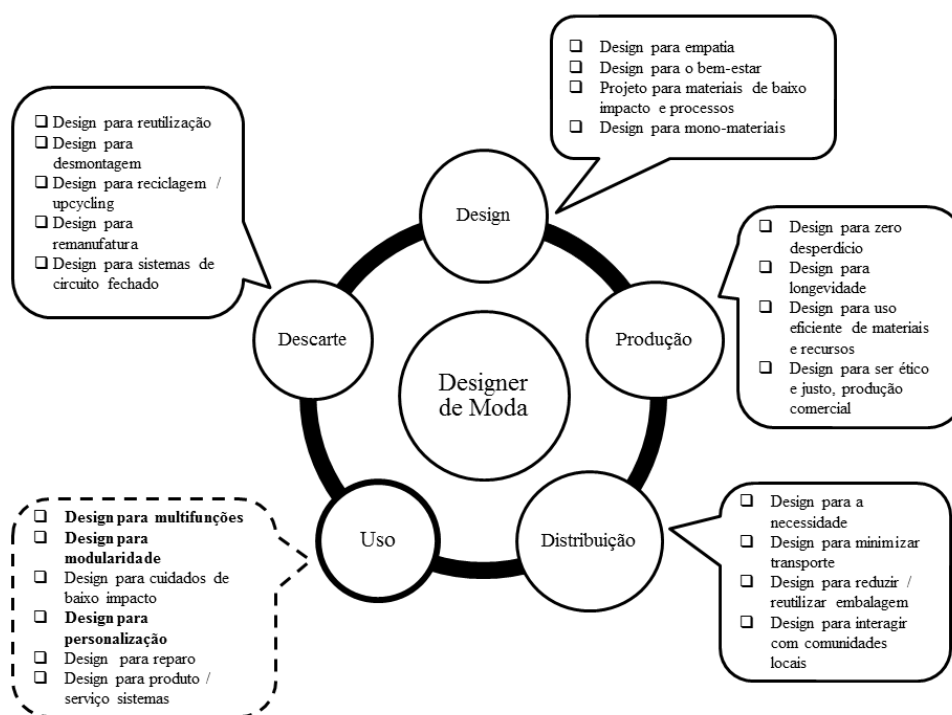
Veículo escolhido: Revista Dobras – é uma publicação da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (ABEPEM) que veicula artigos científicos, resenhas, entrevistas e traduções que tratem de assuntos relacionados a moda, indumentária, traje de cena, cultura das aparências e suas interfaces com múltiplas áreas do conhecimento, como as Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas, Letras, Linguística e Artes.

Qualis – A3

RESULTADOS

Esta pesquisa teve como objetivo entender como o design emocional para a durabilidade (DED) pode ser uma ferramenta para criar roupas com capacidade de mutação. Por meio das leituras dos trabalhos correlatos foi possível compreender como o DED indica possibilidades para ampliar a fase de uso das roupas, evitando, assim, o descarte. Há indícios que o DED, por estimular a interação do usuário com todos os tipos de roupas reconfiguráveis, possui um potencial de otimizar a roupa dentro do guarda-roupa, no sentido de criar um laço emocional. E isto pode ser verificado no ciclo básico, com possibilidades de ferramentas que podem ser utilizadas pelos designers para diminuir o impacto ambiental, econômico e social, em cada fase, como pode ser visto na Figura 1. Este ciclo indica pelo menos três tipos de possibilidade de desenvolvimento com a abordagem da reconfiguração.

Figura 1 – Ciclo de vida de uma roupa/ Estratégias para um design sustentável.



Fonte: Matriz adaptada Gwilt (2020, p. 36)

O design para multifunções, neste contexto chamado de design para reconfiguração ou roupas reconfiguráveis, é um tipo de roupa ou produto que pode ser alterado com a interação do usuário. Assim, por meio de pesquisas anteriores, notou-se que existem sete tipo de roupas com a capacidade de reconfiguração, como descrito na tabela 1.

Tabela 1 – Tipo de roupas reconfiguráveis

Roupa Reversível	São aquelas que podem ser usadas tanto do lado direito quanto do avesso. Por isso elas também são conhecidas como ' <i>double face</i> ' ou dupla face.
Roupa Modular	São aquelas que são feitas por meio de módulos, que pode ser destacado ou

	encaixado através de zíperes, colchetes, botões, entre outros aviamentos.
Roupa transformável	São aquelas que permitem uma nova configuração a partir de uma peça preexistente. Elas têm como principal característica a polimorfia
Tecnologia Vestível	A tecnologia vestível ou <i>wearable technology</i> , é um recurso tecnológico em que a roupa pode desempenhar funções eletrônicas capazes de processar informações do corpo.
Customização em massa	Com o intuito de desenvolver uma projeção participativa, o co-design, design para personalização ou customização em massa, tem como objetivo que os desejos dos usuários sejam aplicados ao produto.
<i>Do it Yourself</i> (DIY)	Trata-se de uma abordagem onde o usuário constrói alguma coisa ou a repara sem a ajuda de um especialista.
<i>Upcycling e Downcycling</i>	Basicamente é uma maneira criativa de reformular produtos existentes agregando valor a este produto com o intuito de prolongar a sua vida útil

Fonte: Autoria própria

Após a descrição dos tipos das roupas reconfiguráveis, foi possível notar que há indícios de correlação delas com os seis pontos de intervenção estruturados por Chapman (2009) com o objetivo de organizar as pesquisas relacionadas às supostas objetividades que o usuário pode ter em relação a um produto. Estas podem ser:

- Narrativa: os usuários compartilham uma história pessoal única com o produto;

- Distanciamento: os usuários não sentem nenhuma conexão emocional com o produto, têm baixas expectativas de vê-lo favoravelmente porque faz poucas exigências;
- Superfície: O produto envelhece bem fisicamente e desenvolve um caráter tangível através deste processo;
- Apego: os usuários sentem uma forte conexão emocional com o produto;
- Encantamento: os usuários ficam encantados com um produto e com o processo de descoberta dele;
- Consciência: O produto é percebido como tendo livre arbítrio. É temperamental, e usuários precisam adquirir habilidades para interagir com ele plenamente. (p. 33)

Como resultado secundário, e com base nos pontos elencados por Chapman, Haines-Gadd et al (2018) fizeram um estudo focal durante 8 meses com 5-10 participantes, onde eles apresentaram nove temas que envolvem a estrutura do design emocional para a durabilidade, alteraram algumas denominações e acrescentaram mais pontos: relacionamentos, narrativas, identidade, imaginação, conversas, consciência, integridade, materialidade e capacidade de evolução (evolubility). O estudo foi chamado de “*The emotionally durable design nine*”. Se trata de uma estrutura que oferece temas e estratégias para explicar por que as pessoas tendem a reter alguns objetos sobre outros. A partir desta pesquisa com o grupo focal, os autores desenvolveram 38 estratégias, das quais aqui foram descritas na Tabela 2 aquelas que possuem relação com a reconfiguração.

Tabela 2 – Estratégias para reter objetos

Estratégias	Design	Ações
Relacionamento	Garantir a participação com atividades criativas;	Criar oportunidades para que o usuário possa redesenhar e reconfigurar o produto durante o uso do produto.

Identidade	Pensar em customização e personalização;	Os usuários desejam se diferenciar dos outros e expressar sua identidade, pois isso dá uma sensação de singularidade;
Consciência	Design para animação;	Permitir que o objeto seja expressivo e mostre um senso de caráter, isso levará a um senso de consciência;
Integridade	Ser autêntico e honesto;	Certificar que o produto cumpre o que promete;
Materialidade	Pensar em produtos que envelhecem graciosamente;	Escolher materiais e revestimentos que, com o tempo, se desgastem ou amadureçam de maneira bonita ou maneira interessante;
Capacidade de evolução	Design para Variabilidade e Modularidade;	Projetar um produto para variar em uso.

Fonte: Autoria própria com base no texto de (Haines-Gadd et al, 2018)

Ainda com bases nos dados extraídos de Haines-Gadd et al (2018), estes sugerem que a capacidade de atualização e adaptabilidade de um produto também é um veículo de autoexpressão e personalização. Mas “também poderia ser usado para provocar sentimentos de satisfação, surpresa ou encantamento ao descobrir que um produto pode se adaptar a novas precisa”. (p 16) Esta sugestão indica que o uso da ferramenta do DED pode ser uma das saídas para otimizar a fase de uso de um produto, neste caso uma roupa.

REFERÊNCIAS

CHAPMAN, Jonatham. Design for (emotional) durability. Massachusetts Institute of Technology, **Design Issues**: Volume 25, Number 4, p. 29-35. Autumn 2009

FLETCHER, Kate. Exploring demand reduction through design, durability and ‘usership’ of fashion clothes. **Phil. Trans. R. Soc. A** 375: 2017.

GWILT, Alison. What prevents people repairing clothes?: an investigation into community-based approaches to sustainable product service systems for clothing repair. **Making Futures Journal**, 3. 2014.

GWILT, Alison. **A practical guide to sustainable fashion**. 2^o edition. Bloomsbury Publishing, New York, 2020.

HAINES-GADD, Merryn, CHAPMAN, Jonathan, LLOYD, Peter, MASON, Jon, ALIAKSEYEU, Dzmitry. Emotional Durability Design Nine—A Tool for Product Longevity. **MDPI Journal - Sustainability**, 10, 1948, p. 1-20, 2018.

HUANG, X.; KETTLEY, S.; LYCOURIS, S.; YAO, Y. Autobiographical Design for Emotional Durability through Digital Transformable Fashion and Textiles. **MDPI Journal - Sustainability** 15, 4451, p. 22, 2023.

MENG, Men-Mi Li; YING Chen; YE Wang. Modular Design in Fashion Industry. **Journal of Arts & Humanities**, Volume 07, Issue 03, 27-32, 2018. Disponível em: <https://theartsjournal.org/index.php/site/article/view/1271> Acesso 08 julho, 2021.

NETO, ANA; FERREIRA, JOÃO. From to Wearing On: The Meanders of Wearer—Clothing Relationships. **MDPI Journal – Sustainability**, 12, 7264, 2020.

QUINN, Bradley. **Techno Fashion**. Oxford and New York: Berg 2002.

ZAKHARKEVICH, Oksana. Evaluation of the emotional component of transformable clothing with semantic differential. **Applied Researches in Technics, Technologies and Education Journal of the Faculty of Technics and Technologies**, Trakia University. V.6, n. 3, p. 245 – 251, 2018.

