

**O *SLOW DESIGN*: ESTUDO DE CASO DE UM
PROJETO DE CALÇADO FEMININO**



Jéssica de Oliveira Gehlen

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE ARTES E LETRAS
CURSO DE DESENHO INDUSTRIAL – PROJETO DE PRODUTO**

**O *SLOW DESIGN*: ESTUDO DE CASO DE UM
PROJETO DE CALÇADO FEMININO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Jéssica de Oliveira Gehlen

**Santa Maria, RS, Brasil
2013**

O *SLOW DESIGN*: ESTUDO DE CASO DE UM PROJETO DE CALÇADO FEMININO

por

Jéssica de Oliveira Gehlen

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Desenho Industrial, Habilitação em Projeto de Produto,
da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS),
referente à Disciplina Trabalho de Conclusão de Curso II.

Orientador: Prof. Carlos Gustavo Martins Hoelzel

Santa Maria, RS, Brasil

2013

FICHA CATALOGRÁFICA

Gehlen, Jéssica de Oliveira, 1992-

O *Slow Design*: Estudo de caso de um projeto de calçado feminino – Santa Maria, RS: Curso de Desenho Industrial/UFSM, 2013.

128p.: Il. – (Trabalho de Conclusão de Curso – Desenho Industrial – Projeto de Produto, Universidade Federal de Santa Maria).

1. Tendências 2. *Slow Design* 3. Calçado Feminino

© 2013

Todos os direitos autorais reservados a Jéssica de Oliveira Gehlen. A reprodução de partes ou do todo deste trabalho só poderá ser com autorização por escrito do autor.

Endereço: Rua Porto Alegre, n. 521, Bairro Vista Alegre, Palmeira das Missões, RS, 98300-000
Fone (0xx)55 96944665; E-mail: jegehlen@gmail.com

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Artes e Letras
Curso de Desenho Industrial – Projeto de Produto**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

**O *SLOW DESIGN*: ESTUDO DE CASO DE UM PROJETO DE
CALÇADO FEMININO**

elaborado por

Jéssica de Oliveira Gehlen

como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Desenho Industrial

COMISSÃO EXAMINADORA:

Carlos Gustavo Martins Hoelzel, Dr.
(Presidente/Orientador)

Fabiane Vieira Romano, Dr. (UFSM)

Tatiana Eder da Rocha Lago, Ms. (UFSM)

Santa Maria, 16 de dezembro de 2013.

Aos meus pais,
que me ensinaram a voar com os pés no chão.

AGRADECIMENTOS

À Alice Quedi Willig por me permitir enriquecer esse trabalho com suas histórias e, principalmente, pelo carinho que me recebeste no decorrer desse ano.

Ao Prof. Carlos Gustavo Hoelzel, por me instigar a pensar com os valores do *Slow Design*, assim como, por todas as conversas que engrandeceram a minha visão sobre a profissão do designer.

À Tatiana Lago, pelo carinho, paciência e aos incansáveis auxílios que me foram prestados.

Ao Dilson Ruoso, sócio proprietário da Uzzo Pessoal, por materializar o produto final.

Aos meus pais, Gelson e Salete Gehlen, por terem me ensinado a persistir na busca dos meus sonhos.

Às minhas irmãs, Cindi e Ana Júlia, pelos tantos abraços de conforto.

Ao Carlos Alberto por me fazer ter fé que tudo daria certo.

Às colegas Josiane e Marianna, pela amizade sincera e às tantas conversas que me instigaram a buscar sempre o melhor.

À Caroline e Nathalie, pelas muitas palavras de motivação.

Ao Cadi 2013 e à Projetar Empresa Júnior de Desenho Industrial, pelas experiências oferecidas.

Obrigada!

Toda mulher deseja o par perfeito. Um para o coração
e centenas para os pés!

Autor Desconhecido

RESUMO

Trabalho de Conclusão de Curso
Curso de Desenho Industrial – Projeto de Produto
Universidade Federal de Santa Maria

O *SLOW DESIGN*: ESTUDO DE CASO DE UM PROJETO DE CALÇADO FEMININO

AUTOR: JÉSSICA DE OLIVEIRA GEHLEN

ORIENTADOR: CARLOS GUSTAVO MARTINS HOELZEL

Data e Local da Defesa: Santa Maria, 16 de dezembro de 2013.

Esse trabalho estuda a abordagem do *Slow Design* bem como a sua aplicação no caso de um projeto de calçado feminino. Para tanto reconheceu-se as fases e valores do *Slow Design* e suas dinâmicas em um ciclo de projeto. Desenvolveu-se uma atividade projetual na perspectiva de design participativo, permitindo a aproximação dos atores do processo, e também, a observação dos valores identitários do usuário final. Para compreensão dos conceitos e sistematização metodológica, o estudo monográfico foi constituído de revisões sobre tendências e seus vetores, aprofundamento teórico sobre os conceitos da abordagem em questão e possibilidades que a relacionam ao calçado feminino. Como resultado, obteve-se um modelo de processo com base também em Löbach (2001), Bonsiepe (1984) e Baxter (2000). Manteve-se, acima de tudo, as perspectivas de desaceleração e a possibilidade de contemplação e reflexão das pequenas experiências diárias do "fazer *slow*". A partir desse resultado primário, que é o escopo metodológico, estabeleceu-se uma relação próxima entre designer e usuário, em ambientes diversos, permitindo uma experiência particular de projeto, a qual é o segundo resultado relatado nesse trabalho. Por fim, construiu-se artesanalmente um calçado que permitiu a validação e reflexões de todo o processo e apresentou a coerência dos elementos de expressão do produto e as referências.

Palavras-chaves: Tendências, *Slow Design*, Calçado feminino.

ABSTRACT

Monograph
Course of Industrial Design – Product Design
Federal University of Santa Maria

THE SLOW DESIGN: A CASE STUDY OF DESIGN FEMALE SHOE

AUTHOR: JÉSSICA DE OLIVEIRA GEHLEN

SUPERVISOR: CARLOS GUSTAVO MARTINS HOELZEL

Date and Place of the Defense: Santa Maria, December 16, 2013.

This work studies the approach of Slow Design and its application in the case of a project for female shoe. It was the recognized phases and values of Slow Design and their dynamics in the design cycle. It was developed a design activity from the perspective of participatory design, allowing the approach of the actors in the process, and also the observation of the end-user identity values. To understand the concepts and systematic methodology, the monographic study it was based on revisions of trends and vectors, theoretical development of the concepts of the approach in question and the possibilities that relate to female shoe. As a result, there was obtained a process model based also on Lobach (2001) Bonsiepe (1984) and Baxter (2000). Remained, to top it all, the prospects of a slowdown and the possibility of contemplation and reflection of small everyday experiences of "doing slow". From this primary result , which is the methodological scope, established a close relationship between designer and user, in different environments, allowing a particular project experience, which is the second widely reported results in this work. Finally, we constructed by hand a shoe that allowed the validation and reflections of the whole process and, particularly, had the consistency of expression elements of the product and the references.

Key-words: Trends, Slow Design, Female Shoe.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Esquema dos vetores atuais. Fonte: sintetizado de Kakuta Ribeiro, 2007; Trend Watching, 2013.....	10
Figura 2 - A trindade do <i>Slow Design</i> . Fonte: Adaptado de Fuad-Luke, [2006?].	12
Figura 3 - Surgimento do Slow Design. Fonte: sintetizado de Associação Slow Movement Portugal, 20--; Capatti <i>et al.</i> , 2006.....	13
Figura 4 - Princípios do <i>Slow Design</i> . Fonte: sintetizado de Sandberg, 2011; Fuad-Luke, 20--.....	14
Figura 5 - Processo de Significação. Fonte: sintetizado de Hoelzel, 2004.	20
Figura 6 - O “Si-mesmo” e seus dois agentes, sintetizado de Deschamps; Moliner, 2009.....	23
Figura 7 - Sandália de trabalho egípcio, 2000 a.C. Fonte: O'keeffe, 1996.....	29
Figura 8 - Sapato Inglês, 1890. Fonte: Okeeffe, 1996.....	30
Figura 9 - Sapatos de Cerimônia de Karl Lagerfeld, anos 90. Fonte: Okeeffe, 1996.	31
Figura 10 - Mocassins dos nativos da América do Norte. Fonte: O'keeffe, 1996.	32
Figura 11 - Bota Bally da década de 1880. Fonte: O'keeffe, 1996.	32
Figura 12 - Chapim Veneziano. Fonte: O'keeffe, 1996.....	33
Figura 13 - Desenho de um pé de Lótus adulto de 7,5 cm. Fonte: O'keeffe, 1996. ..	35
Figura 14 - <i>Stiletto</i> de Bernardo Figueroa, 1995. Fonte: O'keeffe, 1996.	36
Figura 15 - Etapas do Processo Produtivo do calçado, adaptado de SEBRAE, 20--.	43
Figura 16 - Faces do pé. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.....	46
Figura 17 - Ossos do pé. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.	47
Figura 18 - Percentual da distribuição do peso conforme a altura do salto. Fonte: SENAI.RS, 2005.	47
Figura 19 - Arcos do pé. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.	48
Figura 20 - Tipos de pés conforme a acentuação do arco. Fonte: Freitas, 2008, <i>apud</i> Calçadodesportivo, 2008.	48

Figura 21 - Tipos de Ante-pé. Fonte: Manfio, 2001.	49
Figura 22 - Fases da Marcha. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.	50
Figura 23 - Alterações no ciclo da marcha. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.	50
Figura 24 - Movimentos do pé. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.	51
Figura 25 - Estrutura do calçado, adaptado de O'keeffe, 1996.	52
Figura 26 - Cabedal de um calçado planejado.	53
Figura 27 - Principais modelos de calçados. Fonte: adaptado de Choklat, 2012.	55
Figura 28 – Infância da cliente. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	56
Figura 29 – Cliente em ocasião especial. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	57
Figura 30 - Variáveis Cognitivas: toalhas bordadas. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	59
Figura 31 - Variáveis Cognitivas: mesa posta para jantar. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	59
Figura 32 - Variáveis Semânticas: plumas e peles. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	60
Figura 33 - Variáveis Semânticas: franjas. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	60
Figura 34 - Variáveis Semânticas: pedraria. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	61
Figura 35 - Variáveis Semânticas: <i>Animal Print</i> . Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	61
Figura 36 - Variáveis Histórico-Culturais. Respectivamente: no colo da mãe; concurso de beleza; crisma. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	62
Figura 37 - Variáveis Histórico-Culturais. Respectivamente: em casa; concurso de beleza; debut. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	63
Figura 38 - Variáveis Histórico-Culturais. Convite e cerimônia de casamento. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	63
Figura 39 - Variáveis Histórico-Culturais. Colunas sociais de jornais. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	64

Figura 40 - Variáveis Histórico-Culturais. Respectivamente: baile; jantar social; desfile de moda; batizado de um afilhado. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.....	64
Figura 41 - Estilo anos 20. A cliente (esquerda) e cena do filme (direita) "O Grande Gatsby" (2013) que se passa na década de 20. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig e Google Imagens, 2013.	65
Figura 42 - Vestido Art Déco, Gucci Summer 2012 (esquerda); vestido da cliente (direita). Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig e Google Imagens, 2013.....	66
Figura 43 - Modelos de sapatos dos anos 20. Fonte: UOL Mulher, 2011.	67
Figura 44 - Variáveis Organizacionais. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	68
Figura 45 - Variáveis Econômicas. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.	69
Figura 46 - Análise Semântica.	71
Figura 47 - Análise Pragmática.	72
Figura 48 - Análise Sintática.....	74
Figura 49 - Painel Semântico – Anos 20. Fonte: Google Imagens, 2013.....	75
Figura 50 - Painel de Estilo de Vida	76
Figura 51 - Parte do estudo formal.....	77
Figura 52 - Paleta de Cores de acordo com o Painel de Estilo de Vida.	78
Figura 53 – Alternativas.	79
Figura 54 – Mocapes.....	81
Figura 55 - Alternativa escolhida	81
Figura 56 - Configuração da alternativa escolhida.	82
Figura 57 - Forma para protótipo.....	83
Figura 58 - Materiais selecionados para a construção do protótipo.	83
Figura 59 - Salto escolhido para o modelo	84
Figura 60 - Forma encapada.....	85
Figura 61 - Linhas e pontos importantes para o conforto do calçado.....	85
Figura 62 - Desenho sobre a forma.....	86
Figura 63 - Forma desencapada, e; marcação na planificação da diferença de lados da forma.....	86

Figura 64 - Processo de planificação da forma.	87
Figura 65 - Repassando o desenho da planificação para uma nova cartolina.	87
Figura 66 - Aumentos no Corpo de Forma.	88
Figura 67 - Corpo de Forma.	88
Figura 68 - Vincos da linhas principais do Corpo de Forma.	89
Figura 69 – Molde do Cabedal.	89
Figura 70 - Planificação da sobreposição do cabedal com pontos de rotação.	90
Figura 71 - Testes da planificação da sobreposição do cabedal.	90
Figura 72 - Modelagem do forro.	91
Figura 73 - Modelagem do avesso.	92
Figura 74 - Respectivamente, modelagem do contraforte e da couraça.	92
Figura 75 - Modelagem da palmilha.	93
Figura 76 - Corte a laser da peça que sobrepõe o cabedal.	94
Figura 77 - Corte e costura do cabedal.	94
Figura 78 - Conformação da palmilha e cabedal sobre a forma.	95
Figura 79 - Colagem da couraça e acabamento do cabedal.	95
Figura 80 - Colagem da sobreposição do cabedal e sola.	96
Figura 81 – Resultado da fabricação do modelo proposto. Foto: Augusto Zambonato.	97
Figura 82 – Resultado da fabricação do modelo proposto. Foto: Augusto Zambonato.	98
Figura 83 - Estudo de cores aplicadas ao modelo final.	99
Figura 84 – Produto final. Foto: Augusto Zambonato.	100
Figura 85 – Produto Final. Foto: Augusto Zambonato.	101
Figura 86 - Validação do Produto.	102

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fase de Preparar	26
Quadro 2 - Fase de Conceituar	26
Quadro 3 - Fase de Detalhar.....	27
Quadro 4 – Tipos de Couro, sintetizado de CRC Couros, 20--.	41

SUMÁRIO

Resumo	vii
Abstract	viii
Lista de Figuras	ix
Lista de Quadros	xiii
Sumário	xiv
Capítulo 1	1
Introdução	1
1.1. Objetivos	2
1.1.1. Objetivo geral	2
1.1.2. Objetivos específicos	3
1.2. Justificativa	3
1.3. O Processo de Design	4
Capítulo 2	6
TENDÊNCIAS E <i>SLOW DESIGN</i>	6
2.1. O que são tendências?	6
2.1.1. <i>Zeitgeist</i>	7
2.1.2. Vetores Atuais	8
2.2. Tendência selecionada: O que é o <i>Slow Design</i> ?	10
2.2.1. Os seis princípios do <i>Slow Design</i>	13
2.3. Do fast ao slow – um desafio para o design	16
2.4. Ampliando a vida útil do produto através do Consumo Reflexivo	18
2.5. Processo de Significação	19
2.6. A importância do usuário como co-produtor	20
2.7. Identidade do usuário	22
2.8. Produto exclusivo	24
2.9. Sistematização do desenvolvimento projetual	25
Capítulo 3	28
O CALÇADO FEMININO	28

3.1.	Desenvolvimento histórico.....	28
3.1.1.	A sandália	29
3.1.2.	O salto.....	30
3.1.3.	Sapatos de cerimônia	30
3.1.4.	O sapato prático.....	31
3.1.5.	Botas.....	32
3.1.6.	Chapins e Plataformas.....	33
3.1.7.	Conforto	33
3.2.	O calçado como elemento cultural	34
3.3.	A significação do calçado para a mulher contemporânea	37
	Capítulo 4.....	39
	PROCESSO PROJETUAL E RESULTADOS	39
4.1.	Analisar	39
4.1.1.	Estudo de materiais para calçado.....	39
4.1.2.	Principais etapas do Processo Produtivo do Calçado.....	42
4.1.3.	Legislação e Normas aplicada a Calçados	45
4.1.4.	Conforto do Calçado	46
4.1.5.	Estrutura do Calçado	52
4.1.6.	Tipos de Calçados	53
4.2.	Revelar	56
4.3.	Ampliar	57
4.3.1.	Levantamento das Variáveis.....	57
4.4.	Refletir	70
4.4.1.	Análises	70
4.5.	Envolver	74
4.5.1.	Painéis de Referências Imagéticas.....	74
4.6.	Participar	76
4.6.1.	Geração de alternativas e criação de modelos	76
4.6.2.	Alternativa Escolhida	81
4.7.	Evoluir	82
4.7.1.	Especificações do Produto.....	83
4.7.2.	Modelagem Técnica do Calçado.....	84
4.7.3.	Produção do Calçado	93

4.8. Sugestões de continuidade	99
Capítulo 5.....	103
Considerações Finais.....	103
Referências Bibliográficas.....	105
Bibliografia Consultada	109
Apêndice A – Modelagem Técnica do Calçado.....	110

Capítulo 1

INTRODUÇÃO

Toda ação da sociedade contém uma representação ou propensão para futuro e é por meio desses acontecimentos que se determina o espírito do tempo. Conhecido também pelo termo alemão *Zeitgeist*, o espírito do tempo é definido pelas manifestações sociais assim como pelos avanços tecnológicos de uma época. Para que haja de fato esse delineamento, é preciso que exista uma forma pregnante que resulte naquilo que conhecemos por *Gestalt*. No uso coloquial, o termo pode expressar o contemporâneo, ou seja, aquilo que é considerado “moderno” (CALDAS, 2013).

O estudo das tendências determina aquilo que podemos chamar de “vetores atuais”, entretanto quando se vive o momento decorrente existe uma visível dificuldade em delinear aquilo que irá incidir diretamente na moda e no design. Desse modo, o profissional das tendências, conhecido como *cool Hunter* (caçador de tendências), observa o comportamento dos consumidores e o traduz em propensões para o futuro.

Atualmente, a massificação do comportamento do consumidor, por meio das imposições do marketing faz com que se preze pela singularidade do indivíduo, o qual, descontente com a ideia de ser apenas um “pontinho” na massa, busca a quebra de padrões tentando modificar o contexto do seu dia-a-dia (KAKUTA; RIBEIRO, 2007). Essa modificação poderá relacionar-se com uma mini-eco-tendências denominada “vida interior” que propõe a inserção de significados a produtos de consumo. Essa ideia propõe um novo valor simbólico para os artefatos baseado no apego emocional, ou seja, na singularidade do produto na visão do seu usuário (*TREND WATCHING*, 2013).

Ao referir-se à singularidade, o produto exclusivo faz-se valer de uma nova corrente do design nascido na Itália, o denominado *Slow Design*. Dentre seus

preceitos, o *Slow* adota uma visão mais sistêmica para as complexidades da sociedade e de seus indivíduos, tudo isso feito por meio de uma espécie de desaceleração (CAPATTI, *et al.*, 2006). Enraizado em seis princípios, esse modelo propõe revelar pequenos detalhes da vida cotidiana para ampliar a experiência do usuário final com o produto, que pode ser o resultado da inserção de camadas de significados ao artefato. Para que a identidade do usuário seja de fato traduzida nessas camadas, faz-se necessário o envolvimento do indivíduo no processo de design, o qual será intitulado co-autor (SANDBERG, 2011).

O *Slow Design* também busca a evolução do produto, firmada na expansão do ciclo de vida por meio da agregação da qualidade. Assim, compreendemos que a intensão principal é diminuir a taxa de consumo e alongar a relação usuário-produto. Conseqüentemente essa ideia ajuda a reduzir o consumo dos recursos naturais e também a formação de resíduos prejudiciais ao meio ambiente (SANDBERG, 2011).

Portanto, esta pesquisa se baseia no estudo dos princípios do *Slow Design* visando a sua adequabilidade em um modelo de processo projetual. Tal modelo será validado no contexto projetivo do desenvolvimento de um produto de uso direto, para uma pessoa do sexo feminino, a qual também atuará de maneira participativa na busca pela *gestalt* do artefato. A materialização se dará por meio da criação de um calçado feminino que atenda aos requisitos propostos pelo *Slow*.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo geral

Proceder um estudo de caso de aplicação de *Slow Design* a um projeto de calçado feminino.

1.1.2. Objetivos específicos

Reconhecer as fases e abordagens do *Slow Design*, considerando também, a compreensão do esquema de difusão de tendências.

Desenvolver uma dinâmica de projeto que vise à aproximação do design de calçado com seu usuário final, buscando identificar os aspectos da identidade dos atores do cenário de uso.

Discutir os resultados do caso de projeto de calçado feminino a partir da experiência da autora com essa abordagem, o *Slow Design*.

1.2. JUSTIFICATIVA

Considerando as experiências possíveis pelo *Slow Design*, planeja-se a aplicação dos seus princípios no processo de criação, trazendo para o objeto de estudo traços da identidade individual do usuário. Esse tema foi selecionado com o objetivo de auxiliar a explorar as possibilidades de uso de um dos principais artefatos de estímulos do universo feminino na tentativa de agregar substâncias imateriais como forma de inserção de valores. Dessa forma, fez-se a opção pelo calçado pelos seguintes motivos: ser um objeto de uso direto; apresentar inúmeros componentes emocionais; e, finalmente, por ser de interesse da autora.

Para tanto, observa-se que o calçado, segundo o dicionário Priberam (2010), pode ser compreendido como um artefato que resguarda o pé do contato com o solo e equivale ao significado da palavra “sapato”. Entretanto, sabe-se que para as mulheres, os sapatos significam muito mais que isso, eles são objetos de desejo que possuem uma linguagem própria e estão diretamente ligados à personalidade da mulher. Enfim, são capazes de retratar intenções e aspirações através de linhas, texturas e acabamentos (NOVAES, 2006).

Enquanto objeto de afeto, os sapatos contam histórias, guardam lembranças de nossas próprias vidas e são capazes de preservar o passado. Mais que isso: são artefatos inanimados que recebem um poder, uma ressignificação, estando

diretamente ligado aos conceitos de fetiche, que por sua vez, compreende o objeto como algo dotado de poderes mágicos (SAPATOS..., 20--?, p.69).

Em relação ao meio sociocultural, os sapatos inspiraram rituais no Oriente e viraram objetos obrigatórios na moda no Ocidente. Ditaram lendas e contaram histórias que desbravaram gerações. Mais do que isso, deram asas à imaginação através do encantamento do sapatinho de cristal de “Cinderela” e inspiraram sonhadores com as histórias de “O Gato de Botas”.

Assim, percebe-se uma oportunidade de pesquisa e aprendizagem singulares na perspectiva apresentada. Essa se dará por meio da revisão das metodologias projetuais aprendidas durante o curso de Desenho Industrial visando a aplicação dos princípios do *Slow Design*. Por tudo isso, esse estudo representa um acréscimo de habilidades e competências para a autora.

1.3. O PROCESSO DE DESIGN

Visando à sistematização de um modelo de processo para o desenvolvimento de um produto característico do *Slow Design*, tornou-se necessário estudar as abordagens das técnicas projetuais estudadas durante o curso de Desenho Industrial. Através desse estudo, percebeu-se a necessidade de mesclar etapas propostas por diversos autores, além de incluir os ideais dos 6 princípios do tema em questão, que serão melhor explorados no Capítulo 2. Sendo assim, os autores estudados foram: Löbach (2001), Bonsiepe (1984), Baxter (2000) e Hoelzel (2004) no que diz respeito ao modelo projetual, além de Strauss e Fuad-Luke (20--) e Sandberg (2011) na área do *Slow Design*.

Após aprofundar-se sobre tais abordagens, tomou-se como a primeira fase do processo de design para o desenvolvimento desse trabalho, a Preparação, proposta por Löbach, momento em que o problema é conhecido e analisado por meio da coleta de informações. Assim, para o *Slow Design*, essa fase poderá englobar três de seus princípios: Revelar, Ampliar e Refletir. Todos esses verbos visam analisar a relação do cliente com o produto, provocando a contemplação das pequenas experiências diárias, a expansão dessas e o conjunto de significados. Para essa coleta de informações foi aplicada a ferramenta conhecida como Levantamento das

Variáveis proposta por Hoelzel (2004), através dela o cenário de uso é observado por oito parâmetros: Espacial, Ambiental, Cognitivo, Semântico, Histórico-Cultural, Estético, Organizacional e Econômico. Por fim, ainda segundo Hoelzel, a definição do problema se dará por meio das Análises Semântica, Pragmática e Sintática.

O segundo momento, tomando Baxter (2000), é o Projeto Conceitual, onde acontece a geração de ideias e a seleção daquela que passará para a próxima fase. Para a contextualização, o autor sugere a construção de painéis imagéticos, sendo que para o presente trabalho serão utilizados o Painel Semântico e o Painel de Estilo de Vida. Além disso, é importante salientar que essa é a fase em que dois princípios do *Slow Design* se adequam: Envolver e Participar. Ambos sugerem a partilha de ideias e a participação ativa do cliente no processo.

Ainda segundo Baxter, o processo possui mais duas fases, o Projeto da Configuração e o Projeto Detalhado. Para esse estudo, essas fases foram mescladas visando a tomada de decisão quanto à configuração final do projeto e seu detalhamento por meio de desenho técnico e demais especificações. Assim, poder-se-á apropriar-se do último princípio do *Slow Design*, Evoluir, com intuito de pensar a longo prazo.

Por fim, de acordo com o estudo do tema proposto, optou-se pela utilização de verbos para denominar as fases do modelo de processo: Preparar, Conceituar e Detalhar. A primeira fase foi dividida em 4 sub-fases: Revelar, Ampliar, Refletir e Analisar; já a segunda, em duas: Envolver e Participar; por fim a última fase possui apenas uma sub-fase: Evoluir.

No próximo capítulo, as questões metodológicas voltam ao foco pela apresentação do estudo do *Slow Design* e da sistematização do desenvolvimento projetual. Dessa forma, ficarão claros os alinhamentos metodológicos propostos aqui.

Capítulo 2

TENDÊNCIAS E *SLOW DESIGN*

2.1. O QUE SÃO TENDÊNCIAS?

O estudo das tendências é atualmente um dos setores mais importantes no mercado da moda e do design, buscar inovações sem esse estudo pode sujeitá-lo a erros significativos, assim torna-se de extrema importância a compreensão da significação do termo. A etimologia da palavra indica que: "o termo deriva do latim *tendentia*, particípio presente e nome plural substantivado do verbo *tendere*, cujos significados são 'tender para' ou ser 'atraído por'" (CALDAS, 2004, p.23). Ou seja, é uma propensão ou uma inclinação do que está para acontecer (LINGER, 2012).

Pode-se entender tendência como um sintoma observado que se direciona para um futuro provável, entretanto, esta não precisa ser imposta pela indústria, através de cores, formas, materiais, etc. (CAMPOS; RECH, 2012), pois assim, ela seria apenas uma imposição mercadológica sem expressar os vetores que a resultaram. Devemos compreender o termo como um conjunto de elementos complexos, onde cada um, sendo eles independentes, relacionam-se entre si de diferentes modos (CAMPOS; RECH, 2012), resultando respectivamente em um vetor. Esses vetores nada mais são que conjuntos de comportamentos (hábitos e valores) que se direcionados ao futuro, indicarão uma força resultante. Nesse sentido, tendência é uma força resultante de um conjunto de vetores que apontam uma direção e um sentido (VAUTERO, 2013).

Segundo Caldas (2004) “toda a ação, no fundo, contém uma representação sobre o futuro”, assim diversas vezes observamos acontecimentos aleatórios e acabamos por classificá-los como uma tendência dada a casualidade, sem muitas vezes compreender a real significação do todo. Desse modo, é possível questionar:

Como avaliar a força de prescrição de um vetor? Hoje, quando quase tudo pode ser tomado como um sinal ou um vetor de tendência, é preciso reformular a pergunta ‘de onde vêm as tendências?’ e procurar saber ‘quem’ está falando, sobre ‘o quê’ e ‘para quem’ se dirige a mensagem. Embora sutil, essa contextualização é muito útil para mensurar a força de uma tendência. (CALDAS, 2004, p.114).

Além disso, é preciso considerar que existem várias classificações para a tendência. Quando relacionados com seu ciclo de vida, “**tendências de fundo** são aquelas que influenciam o social por longos períodos de tempo, enquanto **tendências de ciclo curto** identificam-se com os fenômenos passageiros de moda” (CALDAS, 2004, p.109). O fim de uma tendência normalmente vem seguido de uma antagônica, ou seja, uma contratendência, esse fenômeno é conhecido como diacronia e baseia-se na ideia de que o comportamento é influenciado pela busca de diferenciação do passado e na quebra de valores existentes (CALDAS, 2004).

Diante disso, ainda para Caldas, tendência poderá ser simplesmente classificada como um pólo emissor de mensagens baseada em sinais (vetores) as quais são emitidas para o pólo receptor (indivíduo/consumidor) com o intuito de “fazê-lo crer” (2004) sendo que, para o autor, é importante ressaltar que “só há tendência quando há redundância” (2004, p.118). Por fim, Rech e Campos (2013) entendem que elas podem ser consideradas como um espelho do futuro da contemporaneidade, pois nele “os signos atuais emergentes dos modos de vida refletem em projeções apontadas para um futuro específico” (p.2).

2.1.1. *Zeitgeist*

Falar de tendência sem relacioná-la com *Zeitgeist* torna o seu conceito praticamente vazio de significados. *Zeitgeist* é um termo originário do idioma alemão,

e significa “espírito do tempo”, estando diretamente associado às opiniões, comportamentos, gostos ou desejos, etc, predominantes em um determinado tempo da história (CALDAS, 2013, p.5).

O “espírito do tempo” é traduzido através de traços e contornos, que por sua vez, são definidos pelas manifestações de moda e o grau do avanço tecnológico de uma época (CALDAS, 2013). Desse modo, o autor explica que no uso coloquial o termo pode expressar o contemporâneo e coincide de certa maneira com o que é considerado “moderno” (2013). Já no uso culto, *Zeitgeist* “identifica o clima geral intelectual, moral e cultural, predominante em uma determinada época” (CALDAS, 2013, p.5), o qual valida a ideia de que a moda abriga e difunde os aspectos do tempo e da cultura (CAMPOS, RECH, 2012).

“No caso específico do delineamento do ‘espírito do tempo’, trata-se da identificação da mesma forma pregnante reiterada repetidas vezes, formando o que a semiótica chama de *Gestalt*” (CALDAS, 2013, p.8). Por fim, podemos conceituar o *Zeitgeist* como a tradução do comportamento dos indivíduos da sociedade assim como dos avanços da tecnologia e da moda em um espaço de tempo determinado, sendo que esses aspectos são interpretados pela *Gestalt* e revalidados pelas formas básicas dos artefatos da época em questão.

2.1.2. Vetores Atuais

Delinear o espírito do tempo no momento corrente sempre é um desafio, pois nunca se sabe o que de fato incidirá diretamente no comportamento da sociedade e como isso será traduzido pela moda. Atualmente, algumas organizações traduzem em tópicos os comportamentos mais incidentes nos grupos sociais e através desses vetores apontam algumas resultantes.

Nos últimos anos, uma das forças resultantes que poderá representar uma tendência, vem por meio do vetor de massificação dos comportamentos, fator que é proveniente da globalização, em todos os seus sentidos, mas principalmente quando se trata de consumo. Nesse sentido, pode-se perceber uma busca pela singularidade dos indivíduos (KAKUTA; RIBEIRO, 2007), a qual poderá estar baseada no anseio pela diferenciação e na quebra do padrão de massas.

O homem deste início de século XXI não busca apenas realização profissional, emocional e familiar – quer, igualmente, realizar-se como pessoa, isto é, como indivíduo que tem suas próprias aspirações, seu próprio gosto e um universo pessoal único. (KAKUTA; RIBEIRO, 2007, p.49).

Portanto, esse desejo, que está fixado na premissa de que “não somos mais um número, um pontinho na massa, uma cifra nas estatísticas, um milionésimo de qualquer mercado” (KAKUTA; RIBEIRO, 2007, p.49), já começa a aparecer em alguns movimentos mundiais. Isso está refletido na ideia de que as pessoas estão buscando perceber, entender e construir a sua própria identidade baseada na quebra de padrões, tentando modificar o contexto em que vive.

Além disso, há algum tempo já ouvimos falar das preocupações ambientais e da vontade de modificar o paradigma atual. Como um vetor indiscutível, no presente momento observa-se a necessidade das grandes marcas em manter e reafirmar suas atividades ecologicamente sustentáveis. Deste modo o portal *Trend watching*, aborda o tema introduzindo uma nova mini-eco-tendência para o ano de 2013, denominada de “Vida interior” e, explica que nada mais é que um “fenômeno de produtos e serviços que possuem uma vida por dentro”. Nesse sentido, os produtos baseados nessa premissa não irão resolver os maiores desafios sustentáveis do mundo, mas irão propor um novo valor simbólico para eles, ou seja, irão propor uma vida através de um produto de consumo (*TREND WATCHING*, 2013).

Tendências e Vetores Atuais



Figura 1 - Esquema dos vetores atuais. Fonte: sintetizado de Kakuta Ribeiro, 2007; Trend Watching, 2013.

2.2. TENDÊNCIA SELECIONADA: O QUE É O *SLOW DESIGN*?

O Movimento *Slow* é um manifesto internacional que foi embasado pelo Movimento *Slow Food*, de 1986, na Itália, “que contrariava os valores e a cultura associadas ao *fastfood* massificado e impessoal e que depois se especificou também no conceito e selo de qualidade ‘*slow cities*’ cidades pequenas e com qualidade de vida” (ASSOCIAÇÃO *SLOW MOVEMENT* PORTUGAL, 20--).

O *Slow Movement* é uma corrente mundial e contemporânea assente numa filosofia de vida que desafia a cultura da velocidade, do excesso e da quantidade sobre a qualidade. No mundo atual, frenético da pressa e da sobrecarga, essa filosofia defende que tentemos viver no ritmo certo, privilegiando a qualidade, o equilíbrio e o bem-estar nas diferentes áreas da vida. As suas manifestações inserem-se sempre numa lógica de desenvolvimento sustentável e solidário dinamizado pelas comunidades locais, e em articulação com o movimento de globalização que hoje vivemos (como complemento). Não é objetivo do *slow movement* ir contra o que tem sido conquistado até o momento presente e existe um reconhecimento das importantes virtudes do mundo ocidental nas conquistas e vitórias em batalhas pelos direitos humanos, equidade e qualidade de vida, porém, o *Slow movement* surge como a expressão de um modelo alternativo perante

as dificuldades do mundo atual e do atual modelo de desenvolvimento (ASSOCIAÇÃO SLOW MOVEMENT PORTUGAL, 20--).

Diante disto, o *Slow Design* poderá ser identificado como um “novo design” que adota uma visão mais sistêmica ao olhar a complexidade da sociedade, assim como de seus indivíduos (CAPATTI *et al.*, 2006). Ele nos diz que “[...] não é possível produzir e apreciar a qualidade, se nós não nos permitimos o tempo para fazê-lo, em outras palavras, se não ativar algum tipo de desaceleração” (CAPATTI *et al.*, 2006, p.2). Salienta-se ainda, que a abordagem lenta visa à produção de produto “bom, limpo e ético”, reafirmando a necessidade do usuário, produto e ambiente estarem em sintonia um com outro. Ou seja, busca “[...] cultivar qualidade: ligando os produtos e seus produtores aos seus locais de produção e de seus usuários finais, que, tomando parte na cadeia de produção de diferentes formas, tornam-se co-produtores” (CAPATTI *et al.*, 2006, p.2).

Slow Fashion define a moda que integra peças duradouras, atemporais e, principalmente, com qualidade de matéria-prima e acabamentos impecáveis. Surgiu a partir das ideias geradas pelo *Slow Design*, uma nova visão para apresentar produtos que respeitam as condições humanas, a biodiversidade e a limitação dos recursos naturais. Relaciona-se de uma forma algo direto com a sustentabilidade, pelo fato de esta primar pelo aumento do ciclo de vida dos produtos e por reduzir cada vez mais o impacto das ações humanas no ambiente. *Slow Fashion* resulta em maior qualidade e durabilidade das peças, além de proporcionar a oferta ao consumidor de produtos com um determinado cariz de exclusividade. (REFOSCO; OENNING, 2011, p.1)

O projeto do *Slow Design* pode ser entendido por meio da transposição de três grandes esferas (Figura 2), sendo elas: o indivíduo, o ambiente e o contexto sócio-cultural. Sendo que o foco do projeto estaria no centro dessa trindade (FUAD-LUKE, 2006?, p.19).

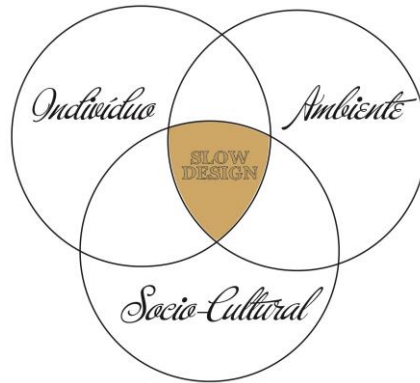


Figura 2 - A trindade do *Slow Design*. Fonte: Adaptado de Fuad-Luke, [2006?].

Dessa forma, o indivíduo poderá surgir como co-autor do projeto através da participação ativa em seu desenvolvimento, buscando junto com o autor a sua própria identidade por meio das resultantes do seu contexto sócio-cultural, ou seja “o lugar de onde o sujeito fala ao mundo volta a ser essencial. Dessa perspectiva, ‘diga-me de onde vens’ torna-se uma questão crucial” (CALDAS, 2004, p.109). Nesse momento, o artefato passa a ter um valor simbólico para o usuário, pois em suas camadas de significados estará subentendido a sua própria singularidade. Conseqüentemente, o apego emocional fará com que a vida útil do produto seja postergada, logo, relacionando-se com o meio ambiente.

A intenção principal é diminuir a taxa de consumo e alongar a relação usuário-objeto, elevando experiência, consciência e interação. Retardar a taxa de consumo ajuda a reduzir a taxa na qual os recursos naturais são usados, bem como a redução da taxa de escoamento da matéria (SANDBERG, 2011, p.25).

Assim, o *Slow* é uma forma de ativismo criativo que busca a integração de um novo conjunto de valores à prática do design. Baseia-se principalmente em interrelações incluindo: a criação de uma nova consciência sensorial, simbólica e holística; a observação das atitudes dos indivíduos que constituem a sociedade; a reposição do olhar ao desconhecido ou esquecido buscando o apego aos pequenos detalhes do dia-a-dia; o resgate da valorização do tempo tanto no sentido temporal propriamente dito assim como o tempo do projeto, sempre facilitando a lentidão; e, por fim, a reavaliação da materialidade e a inserção de camadas de

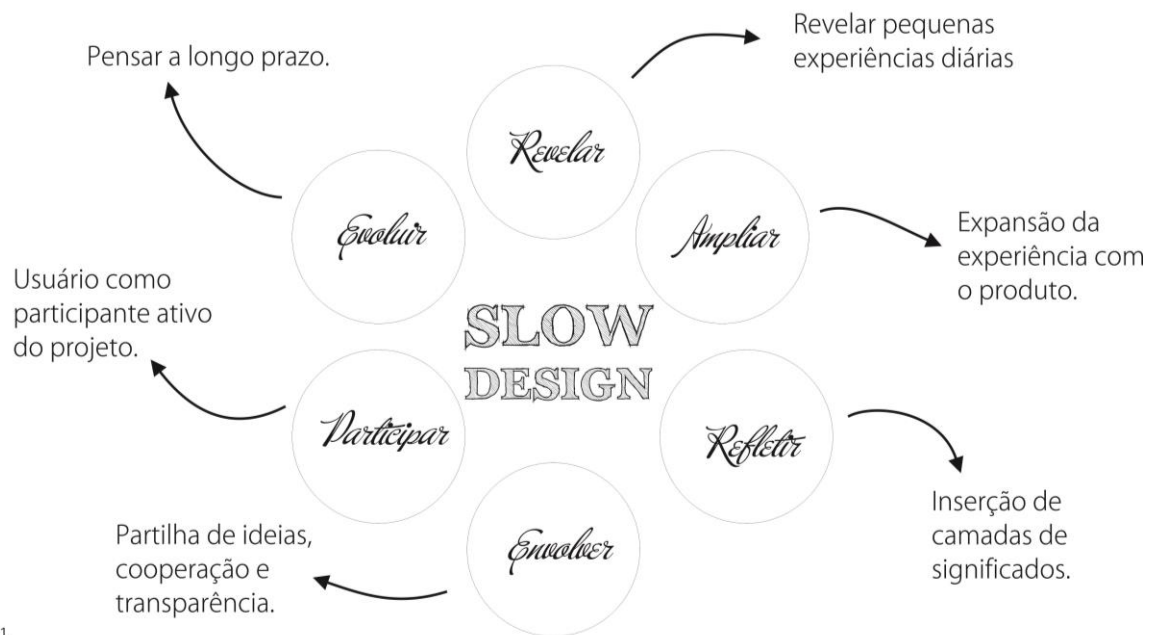
significados como forma de agregar uma substância imaterial (STRAUSS; FUAD-LUKE, 20--).



Figura 3 - Surgimento do Slow Design. Fonte: sintetizado de Associação Slow Movement Portugal, 20--; Capatti *et al.*, 2006.

2.2.1. Os seis princípios do *Slow Design*

Os princípios do *Slow Design*, ilustrados na Figura 4, são flexíveis e estão sempre abertos para interpretações, sendo possível expandi-los conforme necessário (STRAUSS; FUAD-LUKE, 20-- *apud* SANDBERG, 2011). A motivação do Movimento *Slow* é a criação de um novo conjunto de ferramentas e estratégias para o desenvolvimento e a avaliação crítica de projetos. Nesse sentido, a lentidão não está relacionada com o tempo decorrente no desenvolvimento de algo, mas sim no estado de consciência do designer e usuário que buscam uma interpretação mais profunda da experiência com o artefato (SANDEBERG, 2011).



Sandberg, 2011.

Strauss; Fuad-Luke, 20--.

Figura 4 - Princípios do *Slow Design*. Fonte: sintetizado de Sandberg, 2011; Fuad-Luke, 20--..

A seguir, serão apresentados os seis princípios norteadores do tema em questão e suas respectivas características.

Revelar

O primeiro princípio do *Slow Design* nos instiga a revelar e destacar as pequenas experiências diárias, que muitas vezes são perdidas ou esquecidas, como forma de inspiração para a criação de um novo projeto (SANDBERG, 2011). Segundo Strauss e Fuad-Luke (20--), esse princípio também se relaciona a materiais e processos que podem facilmente passar despercebidos em um artefato existente ou criado. Dessa forma, o “revelar” associa-se a constante observação do mundo que está a sua volta, na busca por motivações criativas que poderão resultar em um novo serviço, processo ou artefato.

Ampliar/Expandir

O segundo princípio nos diz que o projeto lento deve proporcionar diferentes maneiras de interação temporal e material entre usuário e artefato. Dessa forma, é

necessário que o objeto vá além da funcionalidade buscando expandir a experiência com o objetivo de tornar o objeto mais afetivo (SANDEBERG, 2011).

O projeto não é apenas sobre a forma espacial ou física dos objetos, mas sobre a forma de interações que ocorre e ocupa o tempo nas relações das pessoas com ele e através dele. A central e particular preocupação do design de interação deve, portanto, ser a 'forma temporal' de tais objetos e a 'forma de interação', como eles são usados ao longo do tempo (MAZÉ, *apud* STRAUSS; FUAD-LUKE, 20--).

Refletir

O princípio “refletir” instiga a contemplação lenta e a experiência reflexiva através da inserção de camadas de significados que faz com o que sujeito não consiga consumir rapidamente o artefato (SANDBERG, 2011). A partir desse conceito, os designers poderão questionar os valores ecológicos fazendo referência à percepção e à experiência emocional que a materialidade pode oferecer (STRAUSS; FUAD-LUKE, 20--), consequentemente aumentando o ciclo de vida do produto e diminuindo os resíduos e o escoamento de matérias primas.

Envolver

Esse princípio traz o conceito de *open source* e do design colaborativo, inspirando a partilha de ideias, a cooperação e a transparências das informações, entre criador e usuário durante o processo de desenvolvimento do artefato (STRAUSS; FUAD-LUKE, 20--). Ou seja, segundo Sandberg “O quarto princípio de envolver, salienta a importância da colaboração [...] onde as ideias são compartilhadas e, portanto, estão em constante evolução” (2011, p.19).

Participar

Sandberg (2011) explica que o quinto princípio, como forma de salientar o princípio “envolver”, visa encorajar os usuários para que eles se tornem participantes ativos no processo abraçando a ideia de convívio e troca de experiências. Tudo isso

se daria com o intuito de “fomentar a responsabilidade social e melhorar as comunidades” (STRAUSS; FUAD-LUKE, 20-- *apud* SANDBERG, 2011).

Evoluir

O último princípio ressalta que as melhores experiências com os artefatos emergem de sua dinâmica de maturação ao longo do tempo, nesse sentido instiga a olhar sempre além das necessidades e circunstâncias do dia-a-dia, ou seja, é um agente de mudanças (STRAUSS; FUAD-LUKE, 20--).

O último princípio é o de evoluir, que enfatiza a importância de pensar a longo prazo. Isto significa que os designers devem considerar como um ambiente ou objeto que vai amadurecer e mudar ao longo do tempo. [...] Este princípio enfatiza que os designers devem aproveitar materiais e processos que têm o potencial de adicionar o caráter e beleza aos objetos através do uso contínuo ao longo do tempo (SANDBERG, 2011, p.21).

Após conhecermos os valores propostos por esses 6 princípios, percebe-se que estamos diante de um desejo de quebra de paradigmas do sistema em vigor. Dessa forma, propõe-se para o design o desafio dessa transição de modelos, buscando na desaceleração soluções que agreguem valores imateriais aos produtos.

2.3. DO FAST AO SLOW – UM DESAFIO PARA O DESIGN

Segundo Liger, “a nossa sociedade vive em contínua evolução e, portanto, em constantes mudanças. Essas mudanças baseiam-se na negação do que as precede e no rompimento com o passado” (2012, p.86). Essa dinâmica entre opostos tem origem histórica, foi no Renascimento que o Humanismo passou a ser o centro dos ideais buscando o rompimento com os valores teocêntricos da Idade Média (LIGER, 2012).

Toda tendência provoca uma contratendência, que poderíamos definir como a manifestação de forças no sentido oposto e complementar. Do permanente jogo entre a tendência dominante e a contratendência correspondente podem-se abstrair duas regras, das mais úteis para a observação de sinais: a diacronia e a sincronia entre tendências. (CALDAS, 2004, p.109).

Da mesma maneira, atualmente, o movimento de nossas sociedades modernas está voltado para o modelo *fast*, o qual é caracterizado por ciclos de curto tempo. Dessa forma, estamos na era da impaciência, onde a característica que prevalece é precipitação. O marketing pode ser identificado como um impulsionador desse modelo, pois favorece a renovação incessante de objetos e artefatos, trazendo cada vez mais opções inúteis ao consumidor, conseqüentemente aumentando o volume de resíduos (KAZAZIAN, 2005). “Esse tempo moderno bate de frente com o tempo da natureza em sua produção de matérias-primas e em sua capacidade de absorção da enorme quantidade de resíduos gerados” (KAZAZIAN, 2005, p.40).

O fluxo de produção é encorajada pela Lei de Moore, originários da indústria de computadores [...] passou a dominar o pensamento estratégico corporativo e governar o sucesso no mercado. Isto leva todos a pensar em curto prazo e em curtos ciclos de vida dos produtos que levam a uma sensação cultural de um mundo acelerando. (FUAD-LUKE, 20--, p.8).

Nesse sentido o desafio do design atual é a transição desse sistema para o movimento de desaceleração, onde a sincronia (coexistência de contrários) faz-se ser percebida. No mesmo contexto, a semiologia nos faz apropriar-se da ideia de que “o fenômeno da produção de sentido é explicado pelo postulado de que as coisas só assumem significado quando em relação umas às outras” (CALDAS, 2004, p.119). Conseqüentemente, o *slow*, fixado como oposto do *fast*, surge como um modelo de quebra de paradigma (diacronia) buscando a sistematização de um processo de desenvolvimento e fabricação de produtos a favor da natureza e da qualidade.

O *fast fashion* está sendo desafiado por um novo movimento contraditório: *Slow Fashion*. É um conceito que deriva do *Slow Design* e está ligado à desaceleração da moda, com peças perenes, e esteticamente absorvidas

em mais de uma estação. É antagónico aos produtos impessoais e homogêneos oferecidos pelo *fast fashion*. É uma moda clássica e durável, portanto tem maior qualidade (REFOSCO; OENNING, 2011, p.4).

2.4. AMPLIANDO A VIDA ÚTIL DO PRODUTO ATRAVÉS DO CONSUMO REFLEXIVO

Com um desafio delimitado, faz-se necessário delinear os meios para obter um método de processo de *Slow Design*. Como o projeto lento propõe um olhar diferenciado para a sustentabilidade através do aumento do ciclo de vida do produto, a acentuação do apego emocional do indivíduo ao artefato, abordado pelos princípios do *Slow* como “consumo reflexivo”, surge como uma possível solução.

A durabilidade do produto é definida através do modo como o objeto se perpetua em um intervalo de tempo, ou seja, é “a capacidade do objeto se inscrever em uma certa perenidade” (KAZAZIAN, 2005, p.44). Dessa forma, investir na durabilidade aparece com uma estratégia à sustentabilidade, pois permite alongar a vida útil dos artefatos diminuindo a renovação e conseqüentemente preservando os recursos naturais como forma de limitar os impactos sobre o meio ambiente (KAZAZIAN, 2005).

Ainda segundo Kazazian (2005), os objetos prevalecem em nosso convívio de acordo com a intensidade com que despertam nossos sentidos, pois eles são carregados com as nossas vivências e consecutivamente de significações. Sendo assim, aqueles que eternizam histórias são capazes de instigar-nos a um sentimento fazendo valer o consumo emocional.

Dessa maneira, Sandberg (2011, p.21) afirma que: “estratégias para a concepção da longevidade incluem a criação de produtos que evocam respeito e carinho, tem personalidade forte, são capazes de evoluir e envelhecer bem e envolver o usuário em uma experiência multissensorial mais lenta”. Assim, a vida emocional de um produto tem papel fundamental na determinação de sua vida útil (SANDBERG, 2011).

O valor pode estar no fato de que alguém querido para o proprietário criou o artefato. Utilidade e estilo de fazer agrega valor aos bens de consumo, mas muitas vezes é a história pessoal da narrativa oferecida através do tempo

que agrega valor emocional significativos aos objetos. Este valor emocional é um elemento importante que fortalece o vínculo entre sujeito e objeto (SANDBERG, 2011, p.28).

Assim, são muitas as possibilidades de interferir no processo reflexivo do produto, entre elas está a experiência de imersão do usuário durante a utilização do objeto, pois quanto mais envolvido ele estiver, maior a possibilidade de estimular um vínculo. Da mesma maneira, experiências mais sutis, que se darão ao longo do tempo, poderão estabelecer o mesmo efeito (SANDBERG, 2005).

2.5. PROCESSO DE SIGNIFICAÇÃO

Para por em prática a ideia do consumo reflexivo, é importante compreender o processo de significação de um artefato segundo a Semiótica, ou seja, o estudo dos signos. Nesse contexto, também, se faz necessário um maior entendimento dos termos envolvidos para empregá-los de forma correta na contextualização do *Slow Design*.

Para Pierce (*apud* COELHO NETO, 1999) um signo “é aquilo que sob certo aspecto, representa alguma coisa para alguém” (p.56), ou seja, é a representação do objeto e não o objeto de fato (HOELZEL, 2004). Por conseguinte, ainda segundo Hoelzel (2004), o signo é um produto da soma daquilo que a Semiótica denomina Significante e Significado.

De acordo com Barthes (1992, *apud* HOELZEL, 2004), “o significante constitui o plano da expressão, e o significado o plano dos conteúdos”. Assim o significante poderá ser entendido como “forma”, ou seja é aquilo que pode ser descrito pela linguística e está relacionado ao conceito de algo. Já o significado é a “substância”, é abstrato e só poderá ser compreendido se recorrermos aos recursos extralinguísticos. Ainda, o termo diz respeito ao efeito direto produzido pelo indivíduo que o observa, ou seja, é totalmente dependente do intérprete e de sua condição como observador sendo considerada, então, como uma interpretação peculiar e individual (COELHO NETO, 1999). Essa ideia está sintetizada na Figura 5.

Processo de Significação

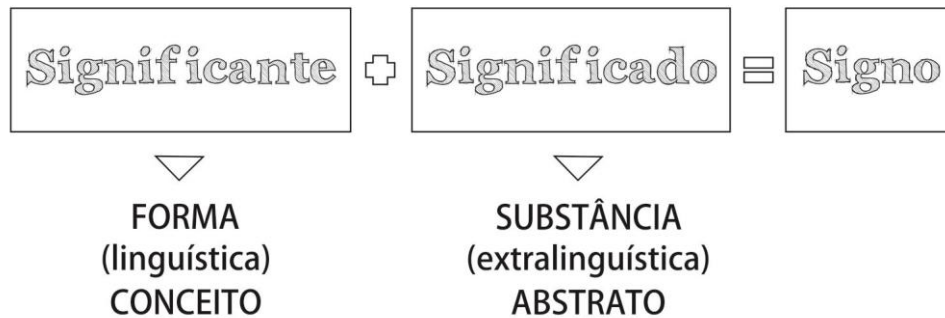


Figura 5 - Processo de Significação. Fonte: sintetizado de Hoelzel, 2004.

Assim sendo, o somatório do significado e significante que tem como produto o signo é conhecido como o Processo de Significação. Esse processo conduz ao efeito total que o signo produz sobre o intérprete (COELHO NETO, 1999). Por conseguinte, dentro da proposta do *Slow Design*, para que haja um consumo reflexivo, é necessário que o usuário complete a significação do artefato se posicionando na esfera de um sentido.

2.6. A IMPORTÂNCIA DO USUÁRIO COMO CO-PRODUTOR

O quarto princípio do *Slow Design*, “envolver”, instiga o questionamento das limitantes do usuário perante o processo de desenvolvimento do produto. Essa premissa se faz valer diante da proposta da criação de artefatos singulares, baseado na identidade do indivíduo.

Atualmente, os métodos de design são aplicados sem a interação e intervenção direta dos usuários finais, os quais, muitas vezes, são estudados através de nichos de consumidores. Essa “exclusão” é bastante criticada por métodos atuais, os quais introduzem o chamado “gerenciamento das expectativas”.

O gerenciamento de expectativa é o processo de certificar-se que as visões do usuário e suas expectativas com relação ao novo produto sejam realistas. [...] Se estes sentem terem sido 'enganados' por promessas não cumpridas, tendem a oferecer certa resistência ao produto e talvez até rejeitá-lo (ROGERS; SHARP; PREECE, 2002, p.300).

Dessa forma, Capatti *et al.* (2006) nos alerta sobre as consequências da não utilização desses modelos quanto a falta de harmonia com as sensibilidades dos consumidores finais, pois “[...] os usuários não são designers, mas os benefícios resultantes de se possibilitar que eles contribuam para o design são bastante grandes, no que diz respeito à aceitação do produto por parte de outros usuários” (ROGERS; SHARP; PREECE, 2002, p.300). Assim, a inclusão desses no processo se faz de extrema importância para a garantia do sucesso de determinado artefato, principalmente se esse for de uso exclusivamente pessoal.

Em um segundo momento, é importante relatar sobre o sentimento de apropriação do usuário imerso no projeto do produto. Quando o consumidor final está envolvido pelo universo do projeto, ele estará apto a verificar desde o princípio, quais são as capacidades reais do produto e isso nada mais é do que o gerenciamento das expectativas (ROGERS; SHARP; PREECE, 2002).

No passado, os desenvolvedores conversavam com gerentes ou ‘usuários-cobaias’, isto é, com pessoas que atuavam como usuários ao elicitar requisitos. A melhor maneira, contudo, de assegurar que o desenvolvimento esteja levando as atividades dos usuários em conta é envolver usuários reais durante o desenvolvimento do mesmo. Dessa forma, os desenvolvedores podem obter um melhor entendimento das necessidades e dos objetivos dos usuários, o que leva a um produto mais adequado e de maior utilidade. No entanto, dois outros aspectos que não têm nada a ver com funcionalidade são igualmente importantes, caso se pretenda que o produto seja útil e utilizado: o gerenciamento da expectativa e o sentimento de apropriação (ROGERS; SHARP; PREECE, 2002, p.300).

Entretanto, é importante que se vise a gestão da cooperação do usuário, pois apesar de entender suas necessidades e desejos, ele estará imergindo em um universo desconhecido, tentando aprender um novo jargão e um assunto com o qual não está familiarizado, o design (ROGERS; SHARP; PREECE, 2002).

Então, surge o conceito de etnografia, como forma de “controlar” a interação entre designer e consumidor, que é um método criado na área da antropologia que

busca a descrição da cultura, a fim de desvendar a organização social das atividades para finalmente entender as necessidades reais da criação de um novo produto (ROGERS; SHARP; PREECE, 2002). Tem como objetivo encontrar uma lógica em vez de impor alguma estrutura de interpretação, o que seria aplicável no mapeamento dos desejos do consumidor. Nesse sentido, ela é mais vista como uma experiência, do que uma coleta de dados propriamente dita (ROGERS; SHARP; PREECE, 2002).

É uma abordagem bastante ampla, na qual os usuários são observados enquanto realizam suas atividades normais. Os observadores mergulham no ambiente dos usuários e participam de seu trabalho diário, envolvendo-se em conversas, participando de reuniões, lendo documentos, etc. O objetivo de um estudo etnográfico é tornar o implícito explícito. Aqueles imersos na situação – nesse caso os usuários – estão tão familiarizados com seu ambiente e suas tarefas diárias que geralmente não vêem a importância de ações ou conhecimentos com os quais estejam familiarizados e, portanto, não os destacam em entrevistas ou em outras sessões de coleta de dados (ROGERS; SHARP; PREECE, 2002, p.308).

2.7. IDENTIDADE DO USUÁRIO

O design atual é dominado pela ideia de que o indivíduo faz sua identidade através dos produtos que compram e consomem. Essa crença interfere diretamente na maneira como nós mesmos nos enxergamos: totalmente ligados ao nosso mundo material (FUAD-LUKE, 20--). Entretanto, o modelo do *Slow Design* diz que é possível colocar em prática uma forma de desenvolvimento de produtos que supere a espetacularização do consumo por meio da valorização da identidade pessoal. Assim, será possível o planejamento de produtos que busquem gerar experiências marcantes, sem que sejam transformados em imagens de consumo rápido (CAPATTI *et al.*, 2006).

Nesse sentido, Caldas (2004, p.100) nos alerta sobre “[...] a necessidade da pesquisa, para o investimento na identidade própria, para o resgate das qualidades específicas e dos valores locais. É preciso desfazer a confusão com os termos identidade e imagem”. Assim, a primeira regra é saber quando o outro está interagindo por condicionamento social ou por movimentos internos e independentes de influências (CALDAS, 2004). Para isso é necessário compreender a diferença dos

termos “ser” e “ter”, onde o primeiro estabelece as emoções, ou seja, é a condição interna; já o segundo pode ser identificado como as condições externas, mais precisamente àquilo que estabelece status (CALDAS, 2004).

No estudo da identidade na psicologia social, William James (1890, *apud* DESCHAMPS; MOLINER, 2009) relata o indivíduo através da conceituação do “si-mesmo” como sendo constituído por dois agentes, o cognoscente e o empírico (Figura 6). O primeiro é o “eu”, constituído de percepções, sensações, lembranças e planos. O segundo é o “mim” ou “me”, que surge da união de três elementos: o “mim material”, que seria o corpo, os próximos e o que possui; o “mim social” diretamente relacionado com a reputação social, e; o “mim espiritual” lugar das nossas emoções ou do conhecimento que temos dela.

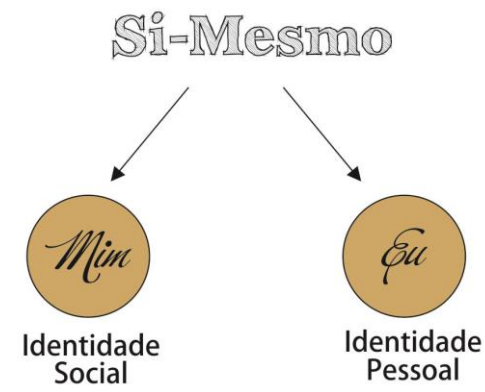


Figura 6 - O “Si-mesmo” e seus dois agentes, sintetizado de Deschamps; Moliner, 2009.

Ainda segundo Deschamps e Moliner (2009), é importante ressaltar que o indivíduo estará sempre envolvido pela cultura de seu grupo social desenvolvendo uma relação que poderá se dar com a tentativa de diferenciação ou de igualdade. Desse modo, identidade social é compreendida como o sentimento de semelhança com os constituintes do grupo e a identidade pessoal é o sentimento que busca a diferença perante esses. Em contrapartida, para que o indivíduo possa traduzir sua identidade pessoal em um artefato, é necessária a segurança de que, ao ser utilizado, o mesmo será aceito pelo grupo, o que não impede que o consumidor haja sobre o desejo de obter algo só seu, seja através da customização ou do investimento em produtos exclusivos (VAUTERO, 2013).

2.8. PRODUTO EXCLUSIVO

Na história do comércio sempre esteve presente uma enorme variedade, não só na gama de produtos, mas também nas opções de cada espécie. Essa variedade visa proporcionar ao consumidor mais segurança quanto a sua individualidade relacionada à sua escolha. Pois, a lógica é de que se existe disponível apenas um modelo de determinado produto, esse não o faria sentir-se diferente dos outros consumidores devido à falta da possibilidade da escolha (FORTY, 2007).

[...] a variedade do design era um princípio do negócio e a chave para o lucro, pois era o meio pelo qual eles persuadiam seus clientes de classe média a comprar tecidos acima de suas necessidades. Ao produzir constantemente novos designs, os fabricantes conseguiam promover a moda; uma dama que via que o tecido do qual seu vestido era feito se tornara difundido e popular tratava de comprar um design novo e original para se manter à frente da moda, ainda que o primeiro vestido mal tivesse sido usado (FORTY, 2007, p.123).

Como efeito, o aumento na variedade de produtos tem crescido de maneira significativa e é nesse contexto que os mercados globais vêm se aproximando de uma saturação. Então, como única estratégia plausível os consumidores atuais firmam suas opiniões na expressão “ser diferente ou morrer” (CAPATTI *et al*, 2006), principalmente quando se trata de moda. Embora, ainda segundo Capatti *et al*, exista atualmente a constante atualização das marcas da moda, criou-se um ciclo-vicioso na concorrência, onde cada novidade, que seja bem-sucedida, é imediatamente copiada. O autor justifica ainda, que “[...] está constantemente sendo oferecidos produtos e serviços que são apresentados como novos, mas são, na verdade, essencialmente imitativos” (2006, p.21).

Então, é por meio desse sistema que se explica a vontade do consumidor em personalizar seus objetos de moda, ação conhecida como customização. Em paralelo a isso, está emergindo a ideia de um mercado de produtos exclusivos que buscam por meio da satisfação dos desejos de individualidade suprir uma lacuna no meio da comercialização.

Lipovetsky (1989) reforça a ideia de que numa sociedade onde a publicidade é essencial, as marcas de moda comunicam não só uma

mensagem, mas sim sua personalidade. A marca contemporânea não é apenas um rótulo, tendo relação direta com os níveis de envolvimento do consumidor. A marca de moda desempenha também um papel no plano emocional, afinal são como se fossem símbolos que permitem ao consumidor “projetar um sonho”, uma imagem ou experiência desejada (CARPINELLI; HELD, 2011, p.2).



Assim sendo, “essa tendência de as pessoas estarem dando ênfase às suas singularidades é, portanto, um movimento de contracultura aos efeitos massificantes da globalização e da revolução tecnológica” (KAKUTA; RIBEIRO, 2007, p.49). Ou seja, estamos vivendo na era da individualidade, onde tudo precisa ser personalizado como forma de valorizar a identidade do consumidor.

2.9. SISTEMATIZAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

De acordo com os temas apresentados anteriormente é possível compreender a amplitude do *Slow Design* possibilitando, então, a sistematização de uma abordagem metodológica. Assim definiu-se os seguintes quadros referente às fases do desenvolvimento de um calçado feminino visando os princípios do *Slow Design*.


Preparar	Sub- fase	O que é?	Atividades	Resultados
	 Revelar	Destacar pequenas experiências diárias	Registro do cenário de uso.	Relato textual e iconográfico
	 Ampliar	Expansão da experiência com o produto	Levantamento das Variáveis: Espaciais Ambientais Cognitivas Semânticas Histórico-Culturais Econômicas Organizacionais	Relato textual e iconográfico
	 Refletir	Inserção de camadas de significados	Análises: Semântica Pragmática Sintática	Relato textual
	 Analisar	Estudos sobre o produto	Materiais Processo Produtivo Legislação e Normas Conforto do Calçado Sistemas de Numeração Estrutura Tipos de Calçados	Compilação de Literatura

Quadro 1 - Fase de Preparar

Conceituar	Sub- fase	O que é?	Atividades	Resultados
	 Envolver	Partilha de ideias, cooperação e transparência	Painel Semântico e de Estilo de Vida	Painéis Imagéticos
	 Participar	Usuário como participante ativo do projeto	Geração de Alternativas Avaliação das Alternativas Escolha da Alternativa	Esboços e mocapes

Quadro 2 - Fase de Conceituar

Detalhar

Sub- fase	O que é?	Atividades	Resultados
 Evoluir	Pensar a longo prazo	Especificação dos materiais Modelagem técnica Desenho Técnico Renderização Protótipo	Registro do projeto

Quadro 3 - Fase de Detalhar

Capítulo 3

O CALÇADO FEMININO

Para as mulheres, os calçados não são apenas objetos de moda, eles são indicadores de personalidade, humor e, muitas vezes, revelam sentimentos profundos. São artefatos que possuem alma, retratam intenções e fetiches e, ainda, representam, por vezes com sutileza e outras com exageros, a sensualidade feminina (NOVAES, 2006).

Os sapatos não estão relacionados apenas a história social e a evolução humana, consistem em um artefato tão íntimo que é capaz de contar a história de nossas próprias vidas. Pois, são lembranças palpáveis de ocasiões especiais em que foram usados, preservam o passado e nos faz ter memórias tão vivas quanto um álbum de fotografias (O'KEEFE, 1996). Neste capítulo serão abordados os principais aspectos históricos e emocionais desse artefato.

3.1. DESENVOLVIMENTO HISTÓRICO

Para compreender a relação do objeto com a evolução histórico-social e também de sua forma de interação com o usuário, é necessário fazer algumas considerações sobre a história do artefato. Assim, segundo Choklat (2012), a adoração pelos sapatos prevalece desde a Pré-História, há aproximadamente 40 mil anos, quando a estrutura óssea do dedinho do pé começou a apresentar modificações, indicando que os seres humanos usavam algo nos pés.

Entretanto, em um momento da história da humanidade, a função primária à que os calçados estavam destinados – a proteção aos pés – abre espaço para a interferência da criatividade humana e é nessa relação que o design começa a ser,

não apenas absorvido, mas definitivamente agregado a esse produto. (SAPATOS..., 20--?).

Assim, torna-se essencial conhecer os pontos relevantes da interferência do homem no desenvolvimento do sapato feminino para compreendermos a sua relação com a cultura das sociedades, assim como o seu processo de significação para o usuário.

3.1.1. A sandália

Foi o primeiro calçado desenvolvido pelo homem, cerca de 3 mil e quinhentos anos atrás, sucedendo às peles de animais que eram enroladas sobre os pés. Sabe-se ainda, que os egípcios e romanos desenhavam seus inimigos nas solas de suas sandálias como um ritual representativo de vingança (O'KEEFE, 1996).



Figura 7 - Sandália de trabalho egípcio, 2000 a.C. Fonte: O'keeffe, 1996.

Sua relação com universo feminino aparece através da Deusa do amor, Afrodite, a qual era frequentemente representada apenas com um par de sandálias nos pés, trazendo uma forte relação do calçado com a sensualidade. Nesse mesmo contexto, O'keeffe (1996, p.53) explica que “Durante os anos 30 e 40, os sapatos de dia que mostrassem os dedos dos pés eram considerados indecentes”.

3.1.2. O salto

Apesar de pouco conhecimento sobre a história da criação desse elemento tão significativo na evolução dos calçados, sabe-se que eles surgiram antes mesmo do cristianismo.

Os açougueiros egípcios usavam saltos para manterem os pés acima da carne e os cavaleiros mongóis tinham saltos nas botas para melhor se segurarem aos estribos. Mas o primeiro registro escrito de saltos usados por motivo de vaidade data de 1533, quando a diminuta Catarina de Médicis, trouxe sapatos de salto alto de Florença para Paris, para seu casamento com o duque de Orleães. (O'KEEFE, 1996, p.73).



Figura 8 - Sapato Inglês, 1890. Fonte: Okeeffe, 1996.

O marco na evolução dos saltos se deu através da criação dos *stiletto*s, também conhecidos como salto agulha, em meados de 1953. Esse tipo de salto possui em média 10 cm de altura e são “considerados símbolos de agressão, sexualidade exacerbada e sedução provocante” (O'KEEFE, 1996, p.121).

3.1.3. Sapatos de cerimônia

As mulheres começaram por adotar este sapato sem salto em meados do século XVII [...]” (O'KEEFE, 1996, p.184). Já no final do século, esse tipo de calçado para damas e cavalheiros tomou conta do mundo inteiro, entretanto, a imagem

unissex foi se perdendo ao longo do tempo e acabaram por serem modificados com a inserção de saltos. “Por volta de 1838 [...] estabeleceria definitivamente como sapato de senhora” (O’KEEFE, 1996, p.185). A partir disso, todas as primeiras damas norte-americanas tem os adotado como uma forma de representar uma imagem de responsabilidade e bom gosto.



Figura 9 - Sapatos de Cerimônia de Karl Lagerfeld, anos 90. Fonte: Okeeffe, 1996.

3.1.4. O sapato prático

À medida que houve as mudanças no quadro social feminino e, as mulheres passaram a trabalhar fora de casa, o vestuário foi se adaptando ao novo estilo de vida, e os sapatos, conseqüentemente tornaram-se mais confortáveis (O’KEEFE, 1996). Entretanto, ainda segundo O’keeffe (1996, p.244), “no Norte da Europa, já desde a Idade do Bronze que se usavam ‘bolsas para os pés’ semelhantes aos mocassins”.

Em 1919, a marca *Converse* lançou o *All Star*, conhecido como o calçado precursor no contexto de desporto unissex, segundo O’keeffe (1996). Ainda, segundo a autora a Nike lançou os seus primeiros modelos em 1971.



Figura 10 - Mocassins dos nativos da América do Norte. Fonte: O'keeffe, 1996.

3.1.5. Botas

Acredita-se que surgiram cerca de 13 mil a.C., pois elas apareciam nas pinturas rupestres da Espanha, as quais ilustravam homens e mulheres com botas de peles de animais. No século XVIII apenas os homens utilizavam esse tipo de calçado enquanto as mulheres das classes altas ficavam restritas ao uso de seus frágeis calçados, pois dessa forma eram mantidas dentro de casa. Já em 1830, com as mulheres trabalhando fora, esse costume foi rompido e em 1850 a bota tornou-se um símbolo da crescente igualdade, não apenas entre os sexos, mas também entre classe sociais (O'KEEFE, 1996).



Figura 11 - Bota Bally da década de 1880. Fonte: O'keeffe, 1996.

3.1.6. Chapins e Plataformas

“Na Veneza do século XVI, os sapatos chamados chapins colocavam os pés femininos sobre plataformas que frequentemente atingiam uma altura sem precedentes de 65 cm ou mais” (O’KEEFFE, 1996, p.348), diz-se que os maridos introduziam os chapins para evitar que as mulheres fugissem de casa. Apesar não terem subido tão alto, as plataformas voltaram à moda no século XX por meio da minúscula Carmem Miranda.



Figura 12 - Chapin Veneziano. Fonte: O'keeffe, 1996.

3.1.7. Conforto

Segundo Novaes (2006), foi tardiamente, no ano de 1822, que houve a primeira preocupação com adaptação do calçado ao pé. Nesse ano, sapateiros norte-americanos criaram o conhecido “sapato torto”, que consistia na diferenciação das formas para o pé direito e o pé esquerdo. Até esse momento, os dois pés dos calçados eram iguais, o que comprometia seriamente o conforto. Outro fato curioso é que anterior a isso, o rei Eduardo (1272-1307), da Inglaterra, padronizou a numeração dos sapatos que é conhecida até hoje, constituindo um facilitador para a futura produção em massa dos calçados.

3.2. O CALÇADO COMO ELEMENTO CULTURAL

No decorrer da história, observou-se a presença do sapato como um elemento gerador de costumes e rituais em diversas culturas. Esse artefato deu origem a inúmeros contos, desde a Cinderela até o Gato de Botas. Nesse contexto, foi-se criando uma espécie de mistério entorno do objeto, que poderá ter sido desencadeado por meio da própria história de interação do produto-usuário.

Um ritual que ilustra essa proximidade do artefato com as culturas vigentes em determinados territórios, encontra-se no Oriente, mais especificamente na China do século X. Na época, as bailarinas da corte imperial usavam meias apertadas com o intuito de fazer com que seus pés parecessem menores, porém, esse costume acabou por se espalhar pelas classes altas e deu origem ao doloroso método de enfaixamento dos pés(O'KEEFFE, 1996).

O costume foi absorvido pela classe alta como um rito de passagem para as chinesas das boas famílias, tornando-se marca de *status* na Dinastia Sung (960-976 e.c.). As jovens chinesas, entretanto, começaram a ter seus pés amarrados tão cedo e de forma tão apertada que se tornaram incapazes de dançar, e mesmo o caminhar tornou-se algo penoso. (SAPATOS..., 20--?, p.58)

Era através da análise da astrologia que a mãe chinesa determinava a data para o início do que eles denominavam como *gin lien*. Esse processo consistia na limpeza e tratamento dos pés para que posteriormente os quatro dedos, exceto o polegar, fosse curvado para trás e bem apertados com uma faixa enrolada à voltas do pé, com intuito de formar uma meia lua. Após cada banho, o pé era sempre apertado um pouco mais com um sapato de um número abaixo, conhecidos como “sapatos de lótus” (Figura 13).

Os sapatos chamados “Lótus Chinês”, populares entre as mulheres chinesas durante séculos, por exemplo, exigiam que um longo e doloroso processo de amarrações fosse realizado nos pés das meninas a partir dos três anos de idade, para que seus pés se transformassem nos delicados e deformados “Pés de Lótus”, a parte mais erótica do corpo de uma mulher, aos olhos dos membros daquela sociedade. O flagelo do corpo se transformava então em objeto de desejo. (SAPATOS..., 20--?, p.57)

Esse ritual estava diretamente ligado ao fetichismo cultural do país, pois sabe-se que as mulheres só viam seus pés durante o processo de enfaixamento e também nas preliminares amorosas quando o marido a descalçava e retirava-lhes as faixas. E ainda, essas, que consistiam em cerca de 3 metros de algodão ou seda, eram muitas vezes utilizadas para prender as esposas como forma de submissão (O'KEEFFE, 1996). “Historiadores relatam que esse costume permaneceu até 1949, quando então, com Mao Tse Tung, o sistema comunista foi implantado” (SAPATOS..., 20--?, p.58).



Figura 13 - Desenho de um pé de Lótus adulto de 7,5 cm. Fonte: O'keeffe, 1996.

Entretanto, não foi apenas no oriente que os sapatos simbolizaram um elemento cultural. No Ocidente, para O'keeffe (1996, p.402), “[...] o calçado fetiche [...] sempre foi ‘elegante, agressivo e com aparência de uma arma branca’”, normalmente é a altura do sapato que dá o sinal de erotismo. Sabe-se também que para o homem ocidental, os tornozelos femininos e, conseqüentemente, sua extensão em sapatos e botas, passaram a simbolizar outras partes mais escondidas do corpo, tornando-os elementos que instigam desejos e fantasias (O'KEEFFE, 1996).

[...] o fetichismo dos sapatos continuam a ser um tabu, em parte devido à sua associação com o travestimento e o sadomasoquismo. O fetichista ocidental clássico prefere brilhantes sapatos pretos de verniz (que dão um ar “molhado”), longos saltos agulha (associados a mulheres sexualmente agressivas) ou botas altas de atacadores (usadas por esculturais heroínas de banda desenhada cujos peitos em forma de torpedo saltam para fora reduzidos uniformes de látex). Os saltos muito altos impedem os movimentos – uma forma de submissão feminina que há quem ache erótica [...] (O'KEEFFE, 1996, p.403).

Além disso, na cultura anglo-saxã, os sapatos também estavam relacionados com o poder através do costume em que o pai da noiva entregava ao noivo um pé de sapato da filha simbolizando a transferência de autoridade (NOVAES, 2006). Entretanto, o mais curioso entre a comparação da cultura oriental e ocidental, se dá por meio de que enquanto na China o ritual *gin lien* passou a ser repudiado com a constituição da republica, ironicamente no Ocidente, os sapatos fetiches não só passaram a ser tolerados como forma de submissão como começaram a integrar a alta-moda (O'KEEFFE, 1996).

Um dos exemplos mais significativo dessa relação se dá por meio dos sapatos conhecidos como *Stiletos* que surgiram na década de 1950, na França, reafirmando a forma do sapato em detrimento ao conforto (Figura 14). Esse modelo é uma derivação do estilo *New Look*, proposto por Dior em 1947, sendo inspirado em imagens do passado e propondo uma nova mulher, mais agressiva e verticalizada. Eles apresentavam saltos agulha com ângulos radicais devido à altura de 10 cm, além disso, apresentavam bicos finos que sugeriam uma séria de simbologias (SAPATOS..., 20--?). Para O'keeffe (1996, p.121) eles eram “considerados símbolos de agressão, sexualidade exacerbada e sedução provocante”, tornando-se assim a imagem das meninas mal comportadas.



Figura 14 - *Stiletto* de Bernardo Figueroa, 1995. Fonte: O'keeffe, 1996.

Atualmente as mulheres, como principais consumidoras desses artefatos, validam a ideia de que os sapatos ainda estão associados à posição social e econômica de quem os usa (NOVAES, 2006). Pois, elas necessitam de calçados para as mais diversas ocasiões, por estarem inseridas cada vez mais em um contexto sócio profissional que exige, culturalmente, um cuidado mais apurado com

a aparência. Tudo isso se deu através das crescentes conquistas femininas em altos cargos da hierarquia corporativa.

Somado a isso, temos o conseqüente aumento da renda individual possibilitando maiores níveis de consumo. E por fim, o desejo de expressar um estilo de vida diferente a cada ocasião, devido a um maior conhecimento do que é moda e das principais tendências (efeito “maior número de blogs e revistas especializadas”). (DRESCH; CAMPOS, 2012, p.3)

3.3. A SIGNIFICAÇÃO DO CALÇADO PARA A MULHER CONTEMPORÂNEA

Jacobbi (2005) já dizia que um sapato pode ser caríssimo, mas o dinheiro, nu e cru, não traz a felicidade, enquanto um par de sapatos pode levar uma mulher a uma excitação muito próxima. Nesse contexto, os sapatos, como diamantes, tornaram-se os “melhores amigos das mulheres”, pois ele possui uma vantagem a mais que os outros acessórios de moda: “você pode ser gorda ou magra, baixa ou alta, bonita ou feia, mas pode comprar todos os sapatos que quiser” (p.13).

As consumidoras apaixonam-se por sapatos à primeira vista, encantadas, muitas vezes, pela inclinação de um salto ou por uma linha sensual. Assim, compreende-se que o impulso da compra na maioria das vezes nada tem haver com a necessidade, mas sim com o desejo. Afinal, o brogue irlandês (sapato da Antiguidade com sola de couro fixada ao tornozelo por uma correia) bem como as sandálias egípcias são, na verdade, os únicos tipos de calçados que humanidade realmente necessita. Ou seja, se não fosse os desejos ligados aos sapatos, eles nada teriam mudado (NOVAES, 2006).

Não há como negar que os sapatos possuem uma linguagem própria que estabelece padrões sociais e até sugerem interpretações das mais diversas. Sapatos feitos de materiais exóticos como crocodilo e avestruz representam sensualidade e poder econômico. Couros duros e pesados possuem uma conotação mais masculina e forte, e o uso de materiais mais delicados em sapatos do mesmo modelo sugerem individualidade extrovertida e brilhante. Couros macios indicam uma sensualidade discreta enquanto os mais duros são uma afirmação de virilidade. Os modelos sapatilhas, mules, babuches, sapatos de cardeal e sandálias de salto alto possuem uma conotação sexy ao passo que, os sapatos tipo Oxford, tamancos, mocassins, muitos modelos de sandálias e botas de salto rasas, são considerados calçados sensatos. (NOVAES, 2006)

O valor de um calçado, ainda hoje, não está diretamente associado a conceitos de ergonomia ou saúde, mas sim a uma série de questões tão subjetivas que nem as próprias consumidoras conseguem delimitar (JACOBBI, 2005). Nesse contexto, Freud insere o conceito de fetiche, que está relacionado à atribuição de poder a um objeto inanimado, ou seja, é como se o próprio sapato fosse ressimbolizado, passando de um simples artefato de proteção para um objeto de estima que poderá ser a chave da personalidade de uma mulher (SAPATOS..., 20--?).

A referência mais antiga que se tem a respeito do termo “fetiche” data de 1613, de uma obra inglesa chamada “O Pilgrimage”, de Purchas. Entretanto o termo fetiche começa ser usado pela antropologia apenas a partir de 1760, para se referir a supostos objetos dotados de poderes mágicos e, posteriormente, para embasar teorias a respeito de religião. (SAPATOS..., 20--?, p.69)

“Há séculos que os homens põem as mulheres em pedestais, sedutoramente inacessíveis” (O’KEEFFE, 1996, p.348). Por isso, costuma-se pensar que sapatos práticos até podem impor respeito, mas são os saltos altos que incitam à adoração e admiração. São através deles, que as mulheres permitem-se comandar e não a ser comandadas como acontecia na tradição do *gin lien* na China. Além disso, “fisicamente, é impossível uma mulher acobardar-se quando está de saltos altos” (O’KEEFFE, 1996, p,73), pois ela é forçada a tomar uma posição, e manter uma pose devido ao deslocamento do seu centro de gravidade para frente. E ainda, segundo o *Harpers Index*, o aumento médio da saliência das nádegas de uma mulher quando usa saltos é de 25% (O’KEEFFE, 1996, p.127).

Por fim, são diversos os motivos que influenciam no apego emocional das mulheres com os sapatos, mas todos estão relacionados às qualidades carismáticas do objeto e com o impulso pela posse. Há quem diga que uma colecionadora de sapatos é uma viajante frustrada, mas outros sugerem que elas andam simbolicamente em busca do conhecimento (O’KEEFFE, 1996). Assim, é por essas características que o sapato consiste em objeto diretamente ligado aos princípios do *Slow Design*, os quais, incitam o apego e a busca pela identidade do usuário.

Capítulo 4

PROCESSO PROJETUAL E RESULTADOS

Os capítulos 2 e 3 contemplaram a pesquisa teórica englobando as questões do *Slow Design* e sua relação com o calçado tornando possível delinear um modelo de processo que permitisse a validação da ideia. Tal estudo foi fundamental para o desenvolvimento do projeto que busca traduzir os valores do tema proposto em um calçado feminino exclusivo.

Sendo assim, a aplicação do método proposto será demonstrado neste capítulo juntamente com os seus resultados. Inicialmente é abordado o estudo sobre o calçado, posteriormente será apresentada a cliente a quem se destinará o objeto resultante. Por fim, serão definidos os painéis imagéticos que nortearão a criação além de descrever o método de produção do produto e seu respectivo resultado.

4.1. ANALISAR

4.1.1. Estudo de materiais para calçado

Para viabilizar o projeto de um calçado é necessário conhecer as características dos materiais utilizados nesse setor. A seguir, poder-se-á compreender o universo e o comportamento das matérias-primas utilizadas na confecção.

Couro

Durante muito tempo os sapatos foram reconhecidos essencialmente pelo seu material tradicional, o couro. Atualmente muitos são os materiais utilizados na fabricação desses, sendo um dos motivos, o desenvolvimento da petroquímica e o surgimento de diversos materiais sintéticos, abrindo, então, uma vasta gama de possibilidades para seus fabricantes (GORINI; CORREA, *et al.*, 2000).

Entretanto, os sapatos mais bem vistos no mercado, continuam a explorar as possibilidades que o couro oferece, pois esse é considerado um material de ótima qualidade que oferece maior durabilidade e conforto.

O couro constitui a pele do animal preservada da putrefação e apresenta uma textura extremamente rica de fibras colágenas, que deverão passar pelos diferentes estágios de transformação para se tornar flexível e macio. O couro pode ser definido como um subproduto animal que, após sofrer o processo de curtimento, não é mais passível de sofrer o ataque de microorganismos decompositores. (CRC COUROS..., 20--).

Muitos são as variações de tipos de couros utilizados na indústria, como mostra o quadro a seguir:

Tipo do Couro	Origem	Descrição
Vacum	Bovina	A pele bovina é dividida em duas partes: Flor e Raspa que servem para obtenção de outros tipos de couros. A pele inteira de um boi é o suficiente para produzir 20 pares de sapatos.
Suíno	Suína	É fácil ser identificada, porque os folículos pilosos são bem desenvolvidos.
Pelica	Caprina	A pele de cabra é conhecida pela sua resistência. A procedência da camurça legítima é desse tipo de pele.
Ovino	Ovelha, Borrego e Carneiro.	É um couro macio, altamente elástico e tem capacidade de absorver e eliminar facilmente grandes quantidades de água.

		Quando submetido à divisão, surge: Chamois Legítimo (camada inferior ou raspa) e a Camada Flor (couro finíssimo).
Mestiço	Mistura de raças entre caprinos e ovinos (carneiro)	Apresentam excelente resistência, maciez e um toque sedoso. Pode dar origem aos seguintes tipos de couro: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Camurça: o couro permanece com a flor. Porém, no acabamento, objetiva-se o carnal do couro. ▪ Chamois: quando se utiliza o carnal ou parte inferior da divisão do couro ou através de efeito (retirada da flor com lixadeira). ▪ Napa: Originaria da camada superior. As napa oriundas das peles mestiças são as mais procuradas para a confecção de vestuários.
Exóticos	Diversas espécies	Quando o couro for obtido de pele de peixes, crocodilos, pés de galinha, rãs, cobras, coelhos e outros pequenos animais.
Reouro	Bovino e petroquímica	É o reaproveitamento de fibras selecionadas do couro bovino acrescidos de látex natural e outros agentes vegetais. Também é conhecido como Couro Reconstituído.

Quadro 4 – Tipos de Couro, sintetizado de CRC Couros, 20--.

Além dos couros de origem animal, existem os chamados Couros Sintéticos e Couro Ecológico, sendo o primeiro um laminado com um tipo de substrato derivado do petróleo, normalmente o poliuretano (PU) ou policloreto de vinila (PVC). Já o segundo é assim denominado por passar por um processo de curtimento exclusivamente com elementos vegetais.

Materiais Têxteis

Oferecendo leveza aos calçados, os materiais têxteis são bastante recorridos pela indústria calçadista devido a seu conforto e ao baixo custo. Eles normalmente aparecem no cabedal ou então como forros. Os mais utilizados são os tecidos

naturais, como o algodão, a lona e o brim, pois os sintéticos, como a *lycra* e o náilon, apesar de serem utilizados, apresentam características prejudiciais à transpiração do pé (GORINI, CORREA, *et al.*, 2000).

Materiais Injetados

Os materiais injetados são utilizados normalmente para a produção de saltos e solas. Os mais utilizados são:

- ABS: possui ótima resistência ao impacto e a quebra, mas devido ao custo elevado é utilizado preferencialmente na fabricação de saltos mais altos.
- TR: é utilizado na produção de solas e saltos baixos, possui boa aderência ao solo mas tem pouca resistência a intempéries.
- Poliestireno: Tem baixo custo e alta resistência ao impacto.

Materiais Vulcanizados

Esse tipo de material é representado pelo EVA (copolímero de etileno e acetato de vinila). É um dos materiais mais utilizados no Brasil nas mais diversas partes do calçado, sobretudo na sola por ser bastante leve e macio. Entre suas características está a boa resistência ao desgaste e a possibilidade de ser produzido em diversas cores.

4.1.2. Principais etapas do Processo Produtivo do Calçado

Segundo SEBRAE (20--) são seis as principais etapas do processo produtivo do calçado, sendo elas: Design, Modelagem, Corte, Costura, Montagem e por fim o Acabamento, como mostra a Figura 15. As características desse processo consistem na aplicação constante de mão de obra, na descontinuidade de fluxo e pela difícil mecanização.

Processo Produtivo



Figura 15 - Etapas do Processo Produtivo do calçado, adaptado de SEBRAE, 20--.

Design

Caracterizado pela formulação do projeto do produto, consistindo na criação do desenho e na sua configuração para a fabricação. Essa é a fase responsável pela agregação de valor ao produto (SEBRAE, 20--). O projetista é encarregado também de acompanhar as novas tendências da moda e os novos métodos de construção do calçado.

Modelagem

Essa etapa está diretamente relacionada com a primeira, pois é a partir daquela que se pode escolher os materiais e demais detalhamentos de projeto. Entretanto, é necessário o auxílio de um modelista de fábrica para que se faça possível dar “vida” à ideia do designer, pois nesse momento serão definidos todos os

componentes que o calçado conterà, bem como as ferramentas que serão utilizadas.

Uma importante função desta etapa é adaptar o produto projetado para sua manufatura, levando em consideração as especificidades dos materiais, capacidades das máquinas e também os custos envolvidos. O processo tradicional utiliza o pantógrafo, que faz a escala e corta a cartolina para os modelos. Mais recentemente, com o auxílio da tecnologia, os equipamentos CAD (*Computer Aided Design*) bi e tridimensionais criam, a partir de informações digitalizadas, modelos que podem ser visualizados e alterados no monitor dos computadores. Esse processo é mais custoso, porém aumenta a precisão e agilidade (SEBRAE, 20--).

Corte

A principal função dessa etapa é destacar as partes que irão compor o sapato e definir os locais para costura, sobreposição e corte (POLINA, 2009). É normalmente realizada com facas, moldes com filetes de metal na borda ou balancins, prensas hidráulicas com navalha de fita de aço no cabeçote, ou então a laser ou de jato de água integrados à programas de computador. Esse último método garante um menor desperdício do material. Assim, é importante ressaltar que o fator que determina o método a ser utilizado é a matéria-prima (FREITAS, 2008).

Costura

É fase da união dos elementos através da demarcação feita anteriormente, sendo essa realizada através de colas sintéticas e da própria costura bem como da fixação da palmilha através de pregos (POLINA, 2009). O trabalho é realizado, normalmente, por máquinas industriais, com o objetivo de: dobrar, costurar, picotar ou colar as partes que compõe o cabedal. Nessa etapa também é possível aplicar enfeites e fivelas (FREITAS, 2008).

Montagem

É o momento em que o cabedal é unido ao solado. Esse processo é feito sobre a forma com os materiais aquecidos para garantir uma perfeita conformação.

Após o solado estar fixado, são colocados o salto, a biqueira e palmilha. Essas uniões poderão ser feitas com cola sintética e em alguns casos com novas costuras (SEBRAE, 20--).

Acabamento

Consiste na última etapa do processo quando o sapato é retirado da forma e passa pelos últimos ajustes, como a colocação do forro, enceramento, colocação de etiquetas e limpeza. Nesse momento também, acontece o controle de qualidade por meio da verificação de todos os calçados que saem da linha (SEBRAE, 20--).

4.1.3. Legislação e Normas aplicada a Calçados

São várias as leis que incidem indiretamente sobre o setor de couro e calçados, entretanto, a Lei Nº 11.211/2005 é única que fala diretamente sobre a confecção do calçado, mais precisamente sobre as condições exigíveis para a identificação do couro e das matérias-primas (SEBRAE, 20--).

No que diz respeito às normas, a CB-11, Comitê Brasileiro de Couro, Calçados e Artefatos de Couro, sendo esse um órgão da estrutura da ABNT, é o responsável pelos seus desenvolvimentos. Durante os anos de 2012 e 2013, novas normas foram publicadas, totalizando 66 (sessenta e seis) (INSTITUTO BRASILEIRO DE TECNOLOGIA DO COURO, CALÇADO E ARTEFATOS, 2013).

Tais normas regularizam os seguintes aspectos: insumos de produção, coloração, construção inferior do calçado, conforto do calçado e componentes, peles e couros, determinação da massa do calçado, construção superior do calçado, resistência da colagem da sola, componentes metálicos para calçados, componentes plásticos para calçados, substâncias graxas, entre outros (IBTEc, 2013).

Ainda, o IBETec – Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçados e Artefatos, promove o Selo Conforto, uma marca de conformidade. Desse modo, para que uma empresa possa adquiri-lo é necessário que seus calçados passem por testes de acordo com as normas técnicas também estabelecidas pela ABNT. As variáveis analisadas são: Determinação da massa (ABNT NBR 14835/2008), Distribuição de

pressão plantar (ABNT NBR 14836/2008), Temperatura interna (ABNT NBR 14837/2008), Absorção de impacto (ABNT NBR 14838/2008), Ângulo de pronação do calcâneo durante a marcha (ABNT NBR 14839/2008) e Níveis de percepção de calce (ABNT NBR 14840/2008) (REVISTA TECNICOURO, 2008 *apud* POLINA, 2009).

4.1.4. Conforto do Calçado

Anatomia do pé

Muitas são as variáveis que interferem no conforto do calçado, mas para que ele atenda os requisitos mínimos é necessário entender o membro ao qual é direcionado esse produto, aquele que é responsável por sustentar todo o nosso peso e ainda auxiliar na locomoção.

O pé, segundo Grifka (1989 *apud* MANFIO, 2001) possui duas funções básicas: conferir estabilidade ao corpo enquanto está em pé e assegurar a locomoção. Ele constitui-se de duas faces: dorsal e plantar, e dois bordos: lateral e medial, como mostra a Figura 16 (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2002).

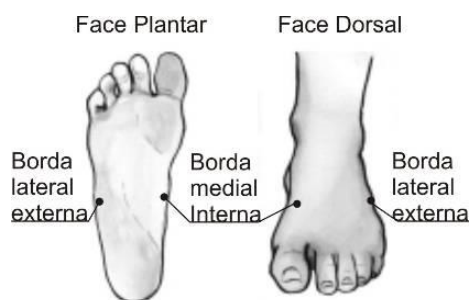


Figura 16 - Faces do pé. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.

Segundo o Ministério da Saúde (2002), o pé é formado por 26 ossos e dividido em 3 segmentos: Retro-pé, Médio-pé e Ante-pé (Figura 17). O primeiro é formado pelos ossos Talus e Calcâneo e tem como objetivo influenciar a função e o movimento do Médio-pé e do Ante-pé. Já o Médio-pé é formado pelos ossos Navicular, Cubóide e Cuneiformes e promove estabilidade além de transmitir a força do Retro-pé para influenciar o movimento do Ante-pé e vice-versa. Por fim, o Ante-

pé, o qual é formado pelos Metatarsos e Falanges, tem como função a adaptação às mudanças no terreno e também é responsável pela propulsão da marcha.

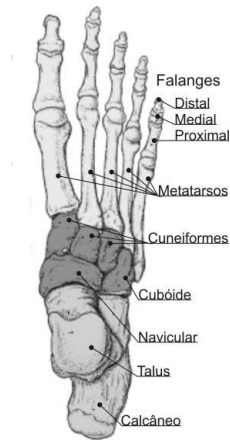


Figura 17 - Ossos do pé. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.

É importante ressaltar que o pé descalço ou sobre salto alto se comporta de maneira diferente e não distribui uniformemente o peso entre o calcâneo e os metatarsos. Para que essa distribuição seja feita de maneira correta, o calcâneo deve estar elevado em apenas 2 cm, sendo fundamental o conhecimento de que o salto mais alto do que isso compromete o conforto do calçado. Assim, a Figura 18 demonstra a percentagem de peso sustentado por cada região quando o pé está submetido à altura do salto.

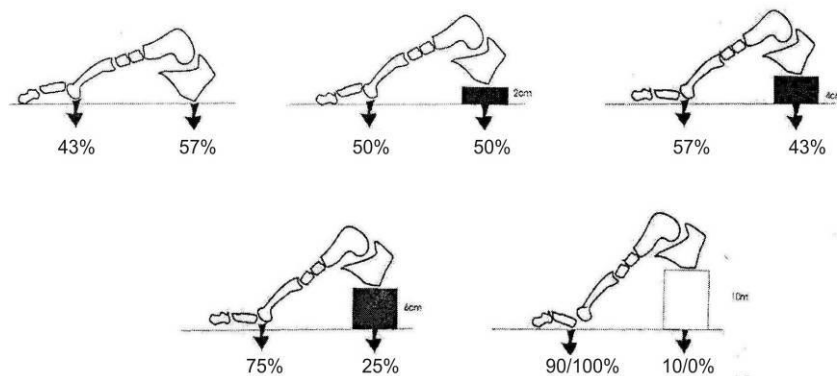


Figura 18 - Percentual da distribuição do peso conforme a altura do salto. Fonte: SENAI.RS, 2005.

A disposição dos ossos do pé confere-lhe uma forma de semi-cúpula na região, dando origem aos denominados arcos, que tem como função tornar o pé flexível ou rígido, conforme a necessidade. Assim, podemos identificar 3 arcos

(Figura 19): o Arco Longitudinal Interno, o qual durante a marcha dá maior elasticidade ao pé, permitindo que o mesmo seja lançado para frente; o Arco Longitudinal Externo, o qual suporta a maior parte do peso corporal quando se está na posição “em pé”; e por fim, o Arco Transverso.



Figura 19 - Arcos do pé. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.

Conseqüentemente, a acentuação do arco longitudinal define uma classificação segundo a pegada do indivíduo, a qual é identificada através da área de contato do pé com o solo, como ilustra a Figura 20.

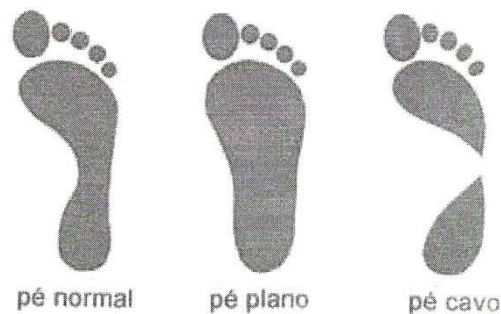


Figura 20 - Tipos de pés conforme a acentuação do arco. Fonte: Freitas, 2008, *apud* Calçadodesportivo, 2008.

Além disso, para melhor adaptação do calçado também se faz necessário conhecer os tipos de Ante-pé, que segundo Manfio (2001, *apud* VILADOT, 1987, WEIBLER, 1993) depende do comprimento dos dedos. Assim, podemos classificar em 3 tipo (Figura 21):

- Ante-pé Egípcio: no qual o dedo I é maior que o dedo II, este maior que o dedo III, etc., decrescendo sucessivamente, o comprimento, até chegar ao dedo V. Segundo Manfio (2001) é o tipo de ante-pé mais apresentado pelas mulheres (32,5%);

- Ante-pé Grego: no qual o dedo I é mais curto que o dedo II, este maior que o dedo III, e o comprimento continua decrescendo até chegar ao dedo V;
- Ante-pé Quadrado: no qual o dedo I é sensivelmente igual ao dedo II e muitas vezes igual ao dedo III e os restantes vão diminuindo de comprimento até chegar ao dedo V.



Figura 21 - Tipos de Ante-pé. Fonte: Manfio, 2001.

A marcha e os movimento do pé

Ainda de acordo com o Ministério da Saúde (2002), a pressão aplicada ao pé quando se está estático ou em movimento são diferentes. Em posição estática o peso corporal é distribuído igualmente entre os dois pés, sendo que a pressão se fará entre o calcâneo e as cabeças do 1º e 5º metatarsianos. Já com o pé em movimento, o peso corporal se concentra em dado momento em um só pé e/ou em áreas localizadas em ambos os pés de acordo com a marcha.

Dessa forma, a marcha consiste em um movimento automático e sucessivo que através de ações combinadas realizam o deslocamento do corpo. Ela inicia com o apoio do calcanhar no solo, momento em que o peso vai sendo distribuído pela borda externa do pé passando para a parte anterior, terminando no hálux. Assim, esse ciclo repete-se com o outro pé. Como ilustra a Figura 22, as fases da marcha consistem em: calcanhar solo (impacto), apoio médio (planta do pé e ante-pé), impulso (ante-pé e hálux) e aceleração/desaceleração (pendular).

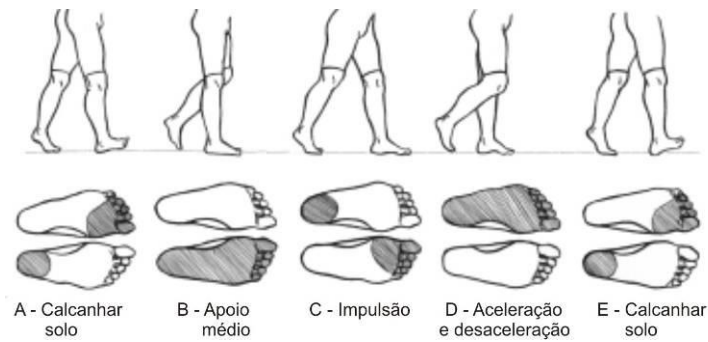


Figura 22 - Fases da Marcha. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.

Entretanto, esse ciclo poderá ser alterado conforme a região do pé em que o indivíduo tende a apoiar-se. Esses movimentos são conhecidos como eversão, quando a pessoa tende a virar a planta do pé para a parte lateral externa (sobrecarregando a parte interna) e, inversão quando ocorre o contrário (Figura 23).

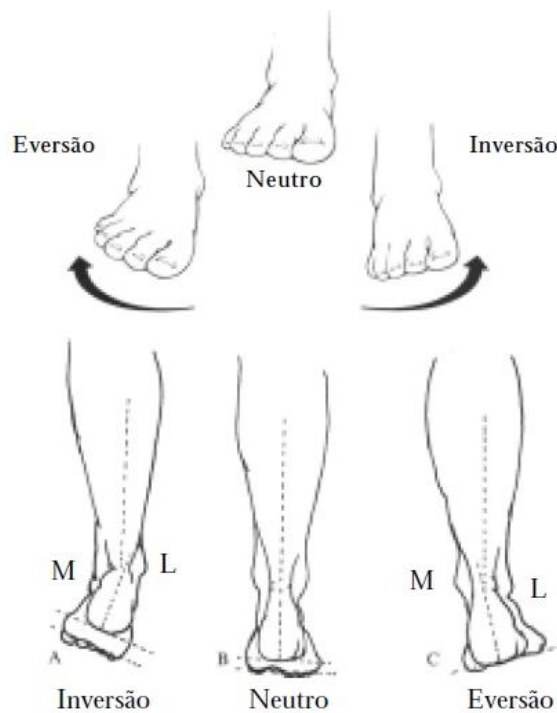


Figura 23 - Alterações no ciclo da marcha. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.

Não só a marcha, como também os demais movimentos dos pés são importantes para garantir o conforto do calçado. Por isso, através do estudo da biomecânica é possível compreender alguns movimentos realizados pelo pé, como mostra a Figura 24.

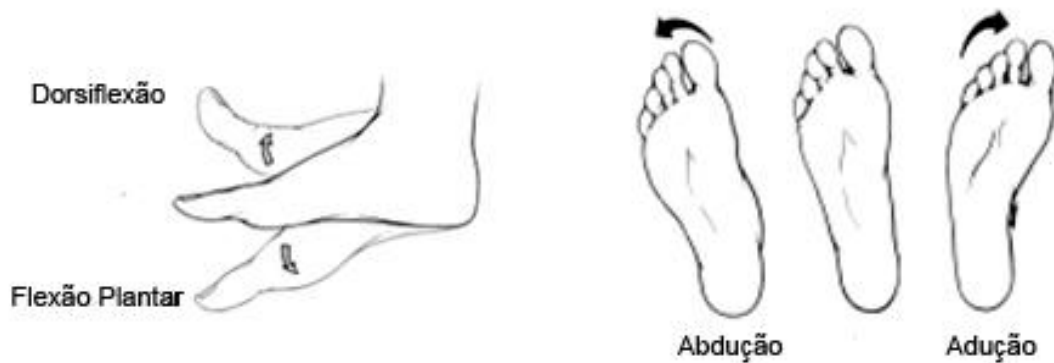


Figura 24 - Movimentos do pé. Fonte: Ministério da Saúde, 2002.

Sistemas de Numeração

Os sistemas mais utilizados no mundo são: o Sistema Francês, o Inglês, o Americano e o *Mondopoint*. Contudo, cada uma delas possui variações dependendo do país ou região, por isso é comum encontrarmos calçados marcados com 3 diferentes numerações (MANFIO, 2001).

O Sistema Francês, também conhecido como Ponto de Paris, é o adotado pelo Brasil. A unidade de medida corresponde a $\frac{2}{3}$ de centímetro (1 ponto), ou seja, aproximadamente 6,666 mm é a diferença entre um número e outro (MANFIO, 2001 *apud* RAMA, 1967 e MYLIUS, 1993). Entretanto, no Brasil esse sistema é adaptado e os calçados são geralmente marcados 2 números menores.

Dessa maneira, a numeração correspondente é igual à quantidade de pontos e a medida é determinada pela seguinte expressão:

Tamanho do calçado (cm) = nº do calçado x $\frac{2}{3}$ de centímetro

Ou

Tamanho do calçado (mm) = nº do calçado x 6,666 mm

4.1.5. Estrutura do Calçado

Para compreender a relação do calçado com os pés se faz necessário conhecer os termos empregados na denominação das partes da estrutura como podemos observar na Figura 25 a seguir.



Figura 25 - Estrutura do calçado, adaptado de O'keeffe, 1996.

- Contraforte: reforço da região calcanhar.
- Salto: suporte fixado à sola, quando baixo é destinado a dar equilíbrio ao calçado, quando alto tem o intuito de elevar.
- Boca do salto: parte frontal do salto.
- Alma: posicionada longitudinalmente ao centro da palmilha, objetiva sustentar a planta do pé elevada pelo salto.
- Enfraque: parte central da palmilha.
- Sola: parte externa inferior que fica em contato direto com o chão.
- Vira: acabamento da sola.
- Biqueira: parte frontal do sapato.
- Couraça: reforço interno da biqueira do sapato.
- Rosto: compreende a porção que cobre dos dedos até o peito do pé.
- Palmilha: recobre o sapato internamente sobre a sola.
- Decote: borda do cabedal (Figura 26).
- Forro: acabamento interno.
- Talão: parte traseira.

Na construção de um calçado, o Cabedal compreende praticamente toda a sua extensão com exceção da sola, é dividido em duas partes: a Gáspea (parte frontal, relativo ao rosto do sapato) e o Traseiro. A figura abaixo ilustra o cabedal planificado (CONHECENDO SEU SAPATO..., 20--).

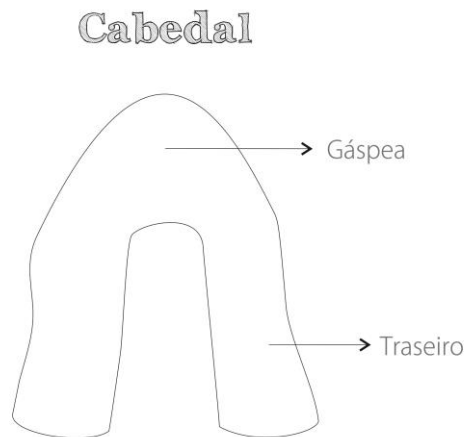


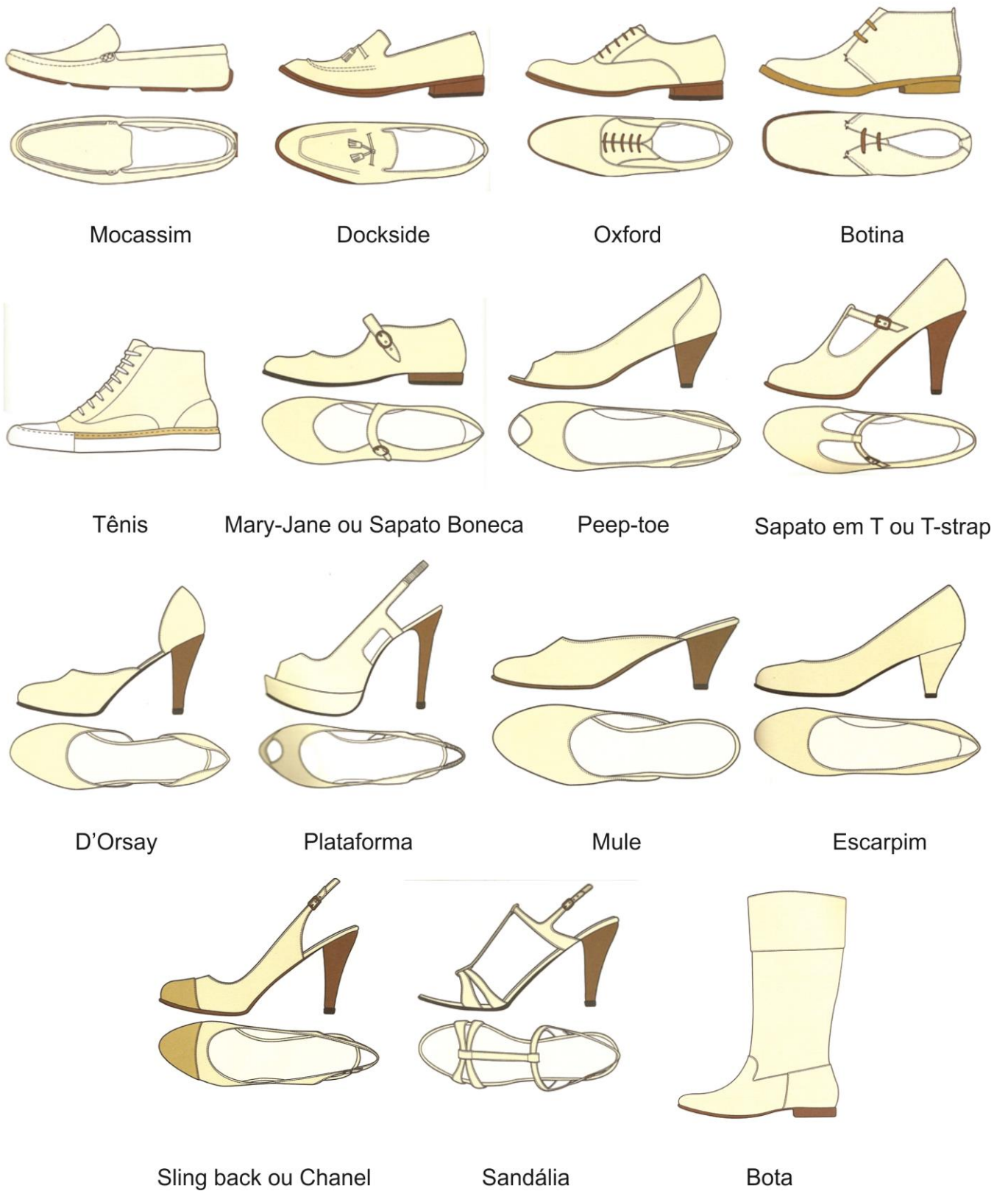
Figura 26 - Cabedal de um calçado planificado.

4.1.6. Tipos de Calçados

As variações de estilos de calçados que encontramos atualmente são ilimitados, entretanto, todos eles são variações e reinterpretações de estilos clássicos, como: o *Oxford*, a sandália, o escaupim e a bota, etc. A seguir serão apresentados os principais modelos (Figura 27), de acordo com Choklat (2012):

- *Mocassim*: é caracterizado por ser construído de maneira que a parte de baixo seja esticada até as laterais do pé e costuradas para fechar na parte superior. Consiste no antigo tipo de confecção de sapatos.
- *Dockside*: é o estilo mocassim com revestimento impermeável, solas antiderrapantes e entrelaçamento lateral.
- *Oxford*: caracteriza-se pela parte dianteira do sapato (gáspea) ser costurada sobre a parte superior dos painéis laterais (talões) do sapato.

- Botina: consiste em uma bota de cano curto normalmente feita em camurça, sem forro e com a sola de borracha de crepe.
- Tênis: é o calçado inspirado na prática esportiva, geralmente busca um bom desempenho mas também pode ser usado como sapato da moda.
- *Mary Jane* ou Sapato Boneca: aquele que possui uma tira que cruza ao pé e assemelha-se ao modelo escaarpim.
- *Peep-toe*: caracterizado por deixar apenas um dedo à mostra.
- Sapato em T ou *T-strap*: possui uma tira que sobe na gáspea (salomé) e se liga perpendicularmente à uma tira que envolve o tornozelo formando um T, é aquele em que o cabedal traseiro e o dianteiro não se encontram, caracterizando uma variação do escaarpim.
- Plataforma: quando a sola do sapato é elevada.
- Mule: sapato aberto atrás, sua frente objetiva apenas esconder os dedos.
- Escaarpim: é conhecido também como *Pump* ou *Stiletto*, caracterizado por ser um sapato fechado.
- *Sling back* ou Chanel: consiste em um sapato aberto atrás com uma tira envolvendo o calcanhar.
- Sandália: é aquele calçado que deixa os dedos e a maior parte dos pés à mostra.
- Bota: possui uma parte mais alta que cobre o tornozelo ou parte da perna.



Sling back ou Chanel

Sandália

Bota

Figura 27 - Principais modelos de calçados. Fonte: adaptado de Choklat, 2012.

A seguir inicia-se a apresentação da aplicação da metodologia proposta, como foi abordado no final do Capítulo 2. A primeira fase, Preparar, é constituída de 4 sub-fases, na primeira, Revelar, é feita uma espécie de mini-biografia da cliente a que se destinará o produto dessa monografia. Já na segunda sub-fase, Ampliar, é apresentado o levantamento das variáveis e por fim, na sub-fase Refletir é relatado o resultado das análises. Importante salientar, que a última sub-fase, Analisar, foi apresentada anteriormente.

4.2. REVELAR

Dona de centenas de pares de calçados, a cliente escolhida para a aplicação desse método teve sua vida marcada pela paixão por sapatos, os quais contam sua história e trazem consigo lembranças de momentos felizes.

Nascida no ano de 1954 em uma família tradicional na cidade de Palmeira das Missões¹ RS, a cliente possui traços da sua descendência de libanesa. Desde pequena participou ativamente da vida em sociedade, sempre incentivada pelos pais (Figura 28). Já adolescente, sua beleza levou a participar de diversos desfiles, incluindo alguns concursos, os quais exigiam um cuidado especial na escolha do vestuário, mas nesse caso, a atenção maior era sempre para os sapatos.



Figura 28 – Infância da cliente. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

¹ Palmeira das Missões localiza-se no noroeste do estado do Rio Grande do Sul possuindo aproximadamente 40 mil habitantes. É conhecido por ser um município que cultua os valores das tradições gaúchas.

O ano de 1973 foi marcado pelo seu casamento e o ano seguinte pelo nascimento da primeira filha. Já no ano de 1977, a cliente e sua família começam uma sequência de mudanças, a primeira cidade a recebê-los foi Porto Alegre, RS, porém em apenas um ano eles já estariam a caminho de Santo Augusto, RS, onde passaram 12 anos e tiveram o seu segundo filho. Ainda residiram em Santo Ângelo, Guaíba e Montenegro, retornando em 2002 à sua cidade natal.

Todas essas mudanças não foram um empecilho para que a vida social do casal continuasse sempre ativa (Figura 29). Assim, pouco a pouco a coleção de calçados da cliente recebia novos pares, cada um guardando em sua memória uma ocasião, a história dos lugares que passou e das pessoas que conheceu totalizando, em 3 centenas de pares.



Figura 29 – Cliente em ocasião especial. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

4.3. AMPLIAR

4.3.1. Levantamento das Variáveis

Como apresentada na sistematização do modelo projetual no Capítulo 2, o Levantamento das Variáveis consiste em uma ferramenta que visa ampliar a visão

do designer para o desenvolvimento do produto. A seguir está descrito o resultado da aplicação dessa ferramenta.

Variáveis Espaciais

Atualmente, residindo na cidade de Palmeira das Missões, a organização da residência da cliente é improvisada devido à falta de espaço para abrigar os móveis e objetos pertencentes a ela. Essa situação deu-se em função das mudanças de cidades, onde passou a morar em uma casa com menos cômodos que a anterior. A maior parte do espaço é ocupada por caixas que abrigam louças, móveis, objetos de decoração, calçados, etc., elas estão espalhadas por quase todos os cômodos da casa, com exceção da sala de estar, cozinha e banheiro. Esse aspecto acaba por restringir a circulação nos ambientes e torna alguns cômodos inutilizáveis. Além disso, há poucos objetos de decoração expostos.

Paralelamente à isso, o cenário da cidade em que reside é caracterizada por uma sociedade onde os costumes e valores são tradicionais. Dentre os principais acontecimentos estão os encontros particulares de famílias e também os bailes no mais importante clube da cidade, os quais acontecem ao menos duas vezes ao ano.

Variáveis Ambientais

Observou-se que no ambiente residencial da cliente, na maior parte do dia, a televisão encontra-se ligada. Ela relata que esse é um costume do seu cônjuge e que nos momentos em que ele não se encontra em casa ela opta por ouvir música para exercer as atividades do lar e suas habilidades manuais. Esse fato demonstra que mesmo em casa o ambiente tende à representação do social através do som.

Durante o inverno, a sala de estar conta com o aquecimento do fogo na lareira que é aceso, normalmente, durante a noite. Já no verão, eles mantêm as portas abertas para a circulação do ar, usando ventiladores para auxiliar. Assim, o conforto mostra-se como um requisito importante para o bem estar.

Variáveis Cognitivas

Dentre as habilidades da cliente, duas se destacam: o bordado com pedrarias e a culinária. A primeira é desenvolvida em toalhas que são produzidas para a venda e é exercida quase todos os dias. Já a segunda surgiu através do prazer que sente ao receber a família durante os finais de semana e nas festas de final de ano que é de costume realizar-se em sua casa.



Figura 30 - Variáveis Cognitivas: toalhas bordadas. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.



Figura 31 - Variáveis Cognitivas: mesa posta para jantar. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

Variáveis Semânticas

Neste grupo de variáveis foram analisadas peças do vestuário, calçados e acessórios da cliente, sendo que se observou a reiteração de algumas características nos três aspectos.

A primeira variável observada foi a presença de plumas como forma de acabamento em casacos e botas. Essas, também apareceram como elemento em um ensaio fotográfico, o qual englobou as plumas como parte principal do vestuário.



Figura 32 - Variáveis Semânticas: plumas e peles. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

Assim, por ser um elemento marcado pela leveza, as plumas trazem um ar de feminilidade, e principalmente de sensualidade. O legado das plumas se deu a partir dos anos 20, época que marcou o início da libertação feminina e a quebra de padrões.

Além disso, as franjas se mostraram elementos quase obrigatórios nos *looks*, decorando desde vestidos de gala até trajes casuais. Por vezes, as franjas aparecem como forma de cordões compostos de pedrarias, em outras em fios trançados ou correntes. Atualmente, elas fazem parte das composições montadas para bordar toalhas decorativas confeccionadas por ela.



Figura 33 - Variáveis Semânticas: franjas. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

Também é visível um apreço pelas composições, aplicações e acessórios com pedrarias, sendo que em algumas peças a própria cliente é quem faz a intervenção.



Figura 34 - Variáveis Semânticas: pedraria. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

Esses dois elementos – franjas e pedrarias – reiteram o caráter dos anos 20. Por proporcionarem mais delicadeza ao movimento da dança, as franjas sintetizaram o estilo da mulher moderna da época, as chamadas “melindrosas”. Conseqüentemente, a pedraria, outro ponto forte da “moda *cabaret*”, tem a intenção de proporcionar mais luminosidade à composição do vestuário. Dessa forma, percebe que a cliente busca agregar elementos que tragam movimento e luz ao seu estilo, características que confirmam seu modo de vida.

Por fim, outro aspecto reiterado em inúmeros pares de calçados da cliente são as estampas conhecidas como *Animal Print*, a maioria é marcada pelas estampas de onça, mas elas aparecem também em peles de cobras e até mesmo simulando as manchas da pelagem do boi. Essa característica afirma a busca por materiais ou simulações desses que tragam um aspecto nobre e ousado.



Figura 35 - Variáveis Semânticas: *Animal Print*. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

Variáveis Histórico-Culturais

A paixão da cliente pelos calçados veio através dos pais que desde cedo a levavam a lojas para que ela escolhesse seus próprios pares. Ela relata que viajava até Santa Maria na companhia da mãe e das irmãs para visitarem as lojas locais, sempre dando preferência a Eny Boutique². Além disso, diz que, por ser a irmã mais velha, tinha privilégios nas escolhas e também poderia comprar mais pares do que as caçulas. Acredita-se que até mesmo seu pai tinha apreço por sapatos, pois ainda jovem, possuía 14 pares, representando um número considerável para o sexo masculino.



Figura 36 - Variáveis Histórico-Culturais. Respectivamente: no colo da mãe; concurso de beleza; crisma. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

Outro fator que marcou a infância e adolescência foram os desfiles e concursos de beleza, como mostra a segunda imagem da Figura 36 e Figura 37. Nesse sentido, desde cedo ela participou ativamente dos eventos tradicionais da sociedade de Palmeira das Missões, como o Baile de Debutantes (terceira imagem da Figura 37) sempre acompanhada dos pais.

² A Eny Boutique foi fundada por Luiz Andrade em 1924, na cidade de Santa Maria-RS, com o intuito de ser referência na comercialização de calçados. Atualmente a rede possui 13 lojas, sendo 10 em Santa Maria e as demais nas cidades de Cachoeirinha, Santa Cruz do Sul e Porto Alegre (A ENY, 20--?).



Figura 37 - Variáveis Histórico-Culturais. Respectivamente: em casa; concurso de beleza; debut.
Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

Aos 15 anos de idade, insatisfeita com a aparência, mudou a cor dos cabelos, de castanho para loiro, o qual mantém até os dias de hoje. Assim, no ano de 1973, casou-se em um clube tradicional de Palmeira das Missões e em seguida mudou-se para a capital Porto Alegre.

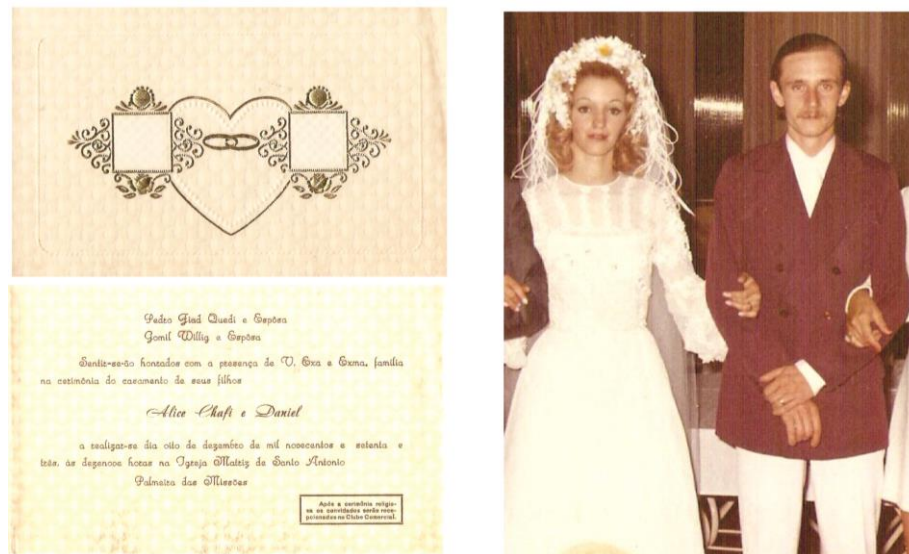


Figura 38 - Variáveis Histórico-Culturais. Convite e cerimônia de casamento. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

A fase adulta foi marcada por muitos bailes, jantares e diversos tipos de festividades, as quais exigiam grande variedade de roupas, calçados e acessórios. Certamente, esse fator foi decisivo para o início de sua coleção de sapatos. Ainda nesse contexto, varias foram às cidades em que residiu, mostrando facilidade em adequar-se às tradições das sociedades locais. A vida social ativa a tornou uma

mulher com forte representatividade, levando-a a receber convites para desfiles de lojas renomadas.



Figura 39 - Variáveis Histórico-Culturais. Colunas sociais de jornais. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.



Figura 40 - Variáveis Histórico-Culturais. Respectivamente: baile; jantar social; desfile de moda; batizado de um afilhado. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

Mãe de dois filhos, uma menina (1974) e um menino (1979), dedicou-se exclusivamente aos cuidados da casa e dos filhos. Entretanto, no ano de 2002, voltou a residir na cidade de Palmeira das Missões. Atualmente, é avó de duas meninas, uma de 13 anos e outra de 2 anos.

Variáveis Estéticas

Para essa variável buscou-se identificar as inspirações de estilo da cliente nas suas peças de vestuário e acessórios. Ao analisá-los, foi possível perceber que dois estilos prevaleceram: o primeiro ligado diretamente à moda e ao comportamento e, o segundo, influenciado principalmente pela arquitetura e à arte.

A estética dos anos 20 ficou conhecida através da suposta libertação das mulheres dos espartilhos e vestidos românticos. Nesse contexto, os vestidos passaram a expor as pernas e serem adornados por pedrarias, franjas, rendas e peles, elementos que apareceram também nos acessórios em geral da cliente. De acordo com a Figura 41, com frequência ela se referencia nas características desse estilo.



Figura 41 - Estilo anos 20. A cliente (esquerda) e cena do filme (direita) "O Grande Gatsby" (2013) que se passa na década de 20. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig e Google Imagens, 2013.

Ainda dentro do contexto dos anos 20, outra influência de estilo é o Art Deco, um padrão criado nessa época que tem como característica linhas retas e traços geometrizados. Recentemente, nos anos de 2012/2013, a moda se apropriou desse estilo para traduzí-los em vestidos e outros elementos do vestuário, um exemplo está demonstrado na Figura 42. Nesse contexto, percebe-se grande semelhança do estilo com o caráter estético da cliente.



Figura 42 - Vestido Art Déco, Gucci Summer 2012 (esquerda); vestido da cliente (direita). Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig e Google Imagens, 2013.

Dessa forma, o estilo principal da cliente remete em sua totalidade à estética dos Anos 20, onde o movimento, as linhas geométricas e os adornos marcantes compõe o visual. Os sapatos desse época se caracterizavam pelo bico fino, salto médio e tira no peito do pé (Figura 43). Também na década de 20 e 30, as tiras e os couros metalizados aparecerem frequentemente, além dos recortes com linhas inspiradas no movimento Art Déco (MORCELLI, 2011).

Sapatos dos Anos 20



Figura 43 - Modelos de sapatos dos anos 20. Fonte: UOL Mulher, 2011.

Variáveis Organizacionais

Observou-se uma tendência em organizar conjuntos de objetos semelhantes, isso pode ser encontrado em praticamente todos os cômodos da casa. Na cozinha, as prateleiras são organizadas conforme a utilidade dos objetos, por exemplo, taças estão em uma prateleira, copos para água em outra e assim por diante.

Como já havia sido mencionado, devido à mudança de casa e a falta de espaço para abrigar todos os móveis e objetos, eles estão organizados dentro de caixas. Porém, essa propensão acaba por refletir indiretamente nos objetos que estão em uso, pois ela, normalmente, costuma guardar todos os seus pertences em caixas organizadoras ou potes fechados, sempre com o intuito de proteger e evitar o desgaste. Isso também é válido para os calçados, todos estão guardados em caixas e sacolas de pano e agrupados em calçados de inverno e de verão.



Figura 44 - Variáveis Organizacionais. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

Variáveis Econômicas

Contando com uma coleção de aproximadamente 300 pares de calçados, a cliente guarda seu “tesouro” nas caixas originais, parte em seu *closet* e outros nos demais quartos da casa, preocupando-se sempre com a conservação de cada um. Dentre os pares existe uma disparidade de marcas, mostrando que os valores de cada um variam bastante, entre mais caros e outros mais acessível. Entretanto, ainda pode-se perceber que durante a vida toda houve um investimento considerável em sua coleção, sendo que a intenção é continuar adquirindo novos modelos.

Outro ponto importante que diz respeito ao valor monetário dos modelos é que a cliente não tem apego por alguma marca em especial ou por marcas renomadas, mas sim, o que importa é o material e a aparência estética do calçado.



Figura 45 - Variáveis Econômicas. Fonte: Acervo pessoal de Alice Chaffi Quedi Willig.

4.4. REFLETIR

4.4.1. Análises

De acordo com o modelo de processo proposto, as análises visam o aprofundamento do entendimento da coleta das informações das variáveis. Assim, foi possível refletir com mais atenção ao cenário da cliente.

Análise Semântica

Ao analisar o conteúdo das mensagens, mais precisamente no que se refere ao conteúdo material da cliente, pode-se fazer um parâmetro de sua identidade firmada em dois pilares proposto por Deschamps e Moliner (2009): o “Eu” e o “Mim”. Ao falar sobre o “eu” referenciamos-nos à percepção, às lembranças e aos planos que ela guarda internamente, ou seja, segundo a psicologia é o que ela é de fato. O “Mim” está ligado ao corpo, à reputação social e às emoções, sendo, então, aquilo que é exteriorizado.

Ao falar do “eu” da cliente podemos destacar um sentimento de nostalgia que está expresso em seus pertences, mais precisamente no conjunto de objetos que vem sendo colecionado com o passar do tempo. Assim, percebe-se que é no conteúdo material que ela registra a sua história e na cumulatividade é que faz a propensão do seu futuro.

Já as características estéticas também passam mensagens sobre o conjunto que forma sua identidade. Uma observação que se faz importante nesse contexto é a escolha de mudar a cor dos cabelos logo na juventude, mostrando que da inquietude e da insatisfação surgiu a vontade de transformação. Atualmente, o loiro dos cabelos faz parte de sua identidade social e tornou intrínsecos as emoções e sentimentos provindos do “eu” para a personificação do “mim”.

Por sua vez, o vestuário da cliente apresenta elementos essenciais para a interpretação das mensagens que ela emite. Dessa forma, pode-se observar que os

sinais caminham para exteriorização de uma mulher elegante e refinada, mas principalmente ousada. A extroversão do estilo anos 20, confirma que como a mulher da época, ela também busca a quebra de padrões e tem o espírito que procura fugir das obviedades.



Figura 46 - Análise Semântica.

Análise Pragmática

Essa análise foi feita levando em consideração o conteúdo material da coleção da cliente.

- **Signos Designadores:** os objetos que mais apresentam volumes na coleção são essencialmente louças, sapatos e vestuário. As louças possuem a função de apresentar as refeições e de servir os convidados da cliente em encontros de amigos ou familiares. Já os sapatos, além de da função básica de proteger os pés, é o ponto de referência para a composição do visual para as mais variadas situações. Por sua vez, as peças do vestuário, que primeiramente objetivam cobrir o corpo, aparecem também com a atribuição de compor a estética final do visual. Além disso, tanto os sapatos quanto as roupas apresentam forte questão social e cultural.

- **Signos Avaliadores:** no que diz respeito aos signos avaliadores, foi observado que há um cuidado especial na escolha dos materiais dos objetos, esses possuem em sua maioria, materiais nobres e/ou simulações dos mesmos. Um exemplo disso são as louças de cristais e cerâmicas trabalhadas, assim como a constante presença de pedrarias e simulações de peles de animais.
- **Signos Prescritivos:** as situações sociais em que os objetos serão utilizados instigam a cliente a tomar a decisão e a escolher o que será apresentado. Isso é aplicável tanto para a escolha da louça a ser utilizada na recepção de convidados quanto à roupa e o calçado que irão compor o seu visual em determinada ocasião. Assim, pode-se concluir que o social instiga a resposta que vem através do objeto.
- **Signos Organizadores:** os elementos mais evidentes de organização são as cores e texturas que farão parte da composição. Essas situações são observadas na disposição da louça em uma mesa e também na combinação de vestuário e sapato. Dessa forma a organização segue uma lógica estético-visual.

Análise Pragmática



Figura 47 - Análise Pragmática.

Análise Sintática

Analisando o contexto descrito nas análises acima e tendo conhecimento dos signos e de suas funções, é possível obter uma ideia estrutural das regras de combinação desses signos e sinais. Dessa forma, ao buscar a compreensão do conjunto de circunstâncias pode-se observar uma linha de reações que são exteriorizadas através da estética e conseqüentemente dos objetos que a formam.

Sendo assim, a cognição da cliente é o resultado da exteriorização de sentimentos e emoções relacionadas à sua história, pois segundo o contexto já descrito desde suas origens familiares, ela obteve o costume de se fazer presente na sociedade. Entretanto, no momento em que retornou a sua cidade natal e cessou esses acontecimentos sociais, houve a necessidade de resguardar carinhosamente essas lembranças em forma de objetos, dando origem ao seu discurso expresso por meio da coleção.

Dessa maneira, as características estéticas relacionadas a cada objeto são responsáveis pela apresentação da cliente, ou seja, por aquilo que ela deseja exteriorizar e mostrar aos indivíduos que compõe o círculo social. Assim é possível identificar que o ciclo inicia com o intuito de apresentar-se socialmente por meio da lógica estético visual, conseqüentemente há o acúmulo desses objetos de composição que por sua vez se fazem valer da lembrança de tal momento em que foram utilizados. Diante disso, compreende-se a formação da coleção como elemento final do discurso.

Por conseguinte, na Análise Semântica foi constatado que a cliente tem a estética norteadada pelos elementos característicos dos Anos 20. Dessa forma, considerando o contexto e o cenário de uso descrito, faz-se necessário aprofundar-se na temática através de imagens, para então dar início ao processo criativo. A seguir, relata-se esse estudo.



Figura 48 - Análise Sintática.

4.5. ENVOLVER

A sub-fase Envolver do modelo de processo é parte da Fase Conceituar a qual diz respeito ao processo criativo. A seguir será relatado como se deu a construção de referências imagéticas.

4.5.1. Painéis de Referências Imagéticas

Painel Semântico

Envolver é a primeira sub-fase da fase Conceituar, como descrita no Capítulo 1. Nela, baseado em referências imagéticas que traduzissem o resultado das análises apresentadas anteriormente, foi construído um painel que contemplasse o resumo da linguagem visual do estilo dos Anos 20. Após a seleção

de imagens, essas foram apresentadas à cliente com o intuito de a envolver desde o princípio da criação, buscando, então, a gestão da expectativa (Figura 49).



Figura 49 - Painel Semântico – Anos 20. Fonte: Google Imagens, 2013.

Painel de Estilo de Vida

Para complementar o Painel Semântico, foi selecionado imagens da cliente que representassem, além de seu estilo de vida, o conceito escolhido para o desenvolvimento do calçado: a recepção (Figura 50). Em particular, esse painel auxiliou visualmente a compreender o universo ao qual o produto deverá estar inserido.



Figura 50 - Painel de Estilo de Vida

Por conseguinte, foi a partir da construção desses dois painéis que se iniciou o estudo formal, norteador da geração de alternativas a qual será melhor explorada a seguir.

4.6. PARTICIPAR

Essa é a segunda sub-fase da fase Conceituar, nela será apresentada a geração, avaliação e seleção da alternativa que irá configurar o produto final. Esse processo foi norteador pelas informações coletadas no Levantamento das Variáveis e nas Análises apresentadas a partir do Capítulo 4 dessa monografia, além dos painéis imagéticos.

4.6.1. Geração de alternativas e criação de modelos

A segunda sub-fase da fase Conceituar do modelo de processo é denominada Participar, pois nela a cliente auxilia na criação do modelo. Entretanto, inicialmente, foi feito o estudo formal (Figura 51), a paleta de cores de acordo com o

contexto apresentado pelo Painel de Estilo de Vida (Figura 52) e os primeiros desenhos da geração de alternativa apenas pela autora para que, posteriormente, a cliente pudesse fazer a avaliação dessas alternativas acrescentando suas ideias. Porém, devido a problemas de saúde, a cliente não participou dessa etapa, mas manteve-se informada dos acontecimentos referentes ao projeto. Dessa forma, as observações feitas no Levantamento das Variáveis foram de extrema importância para que o produto correspondesse às expectativas.

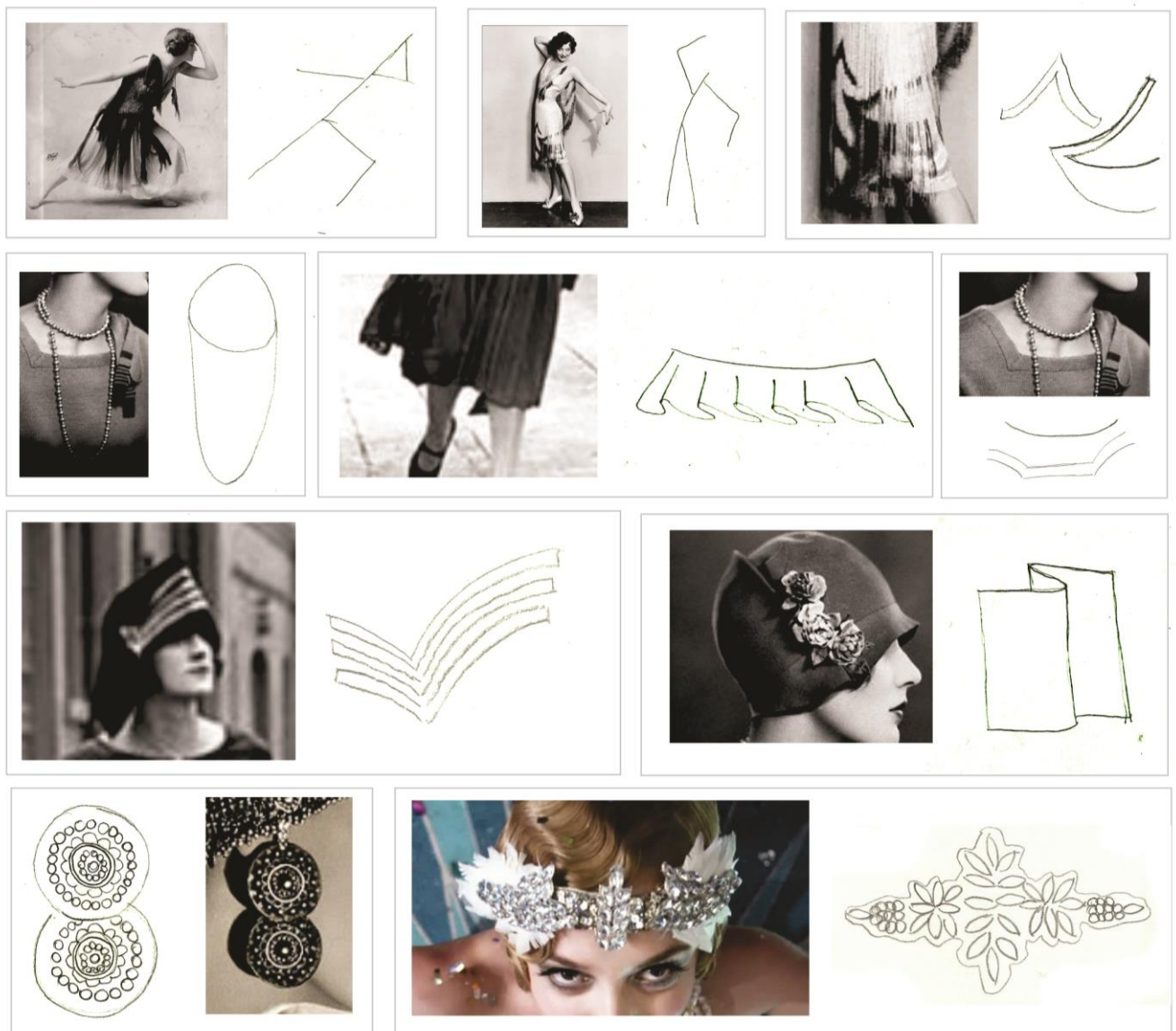


Figura 51 - Parte do estudo formal.



Figura 52 - Paleta de Cores de acordo com o Painel de Estilo de Vida.

Assim, de acordo com os requisitos citados anteriormente por meio das análises, a geração de alternativas foi norteadada pela temática dos Anos 20 (Figura 53). A seguir segue alguns desenhos propostos e sua respectiva avaliação.

Alternativas e Inspirações

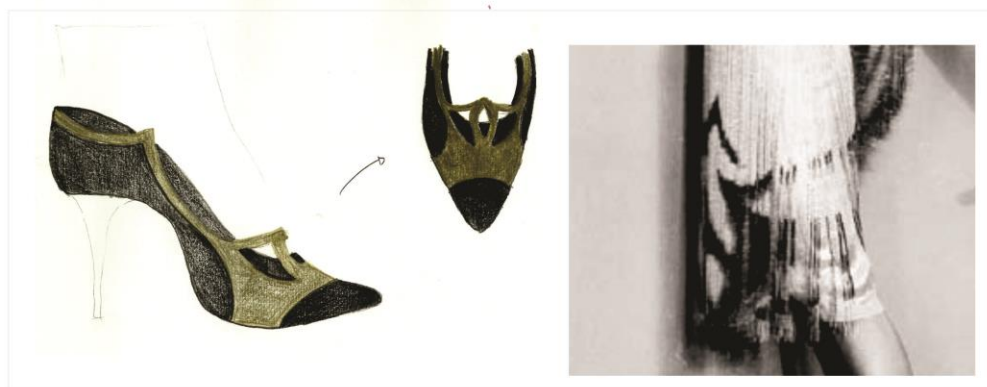
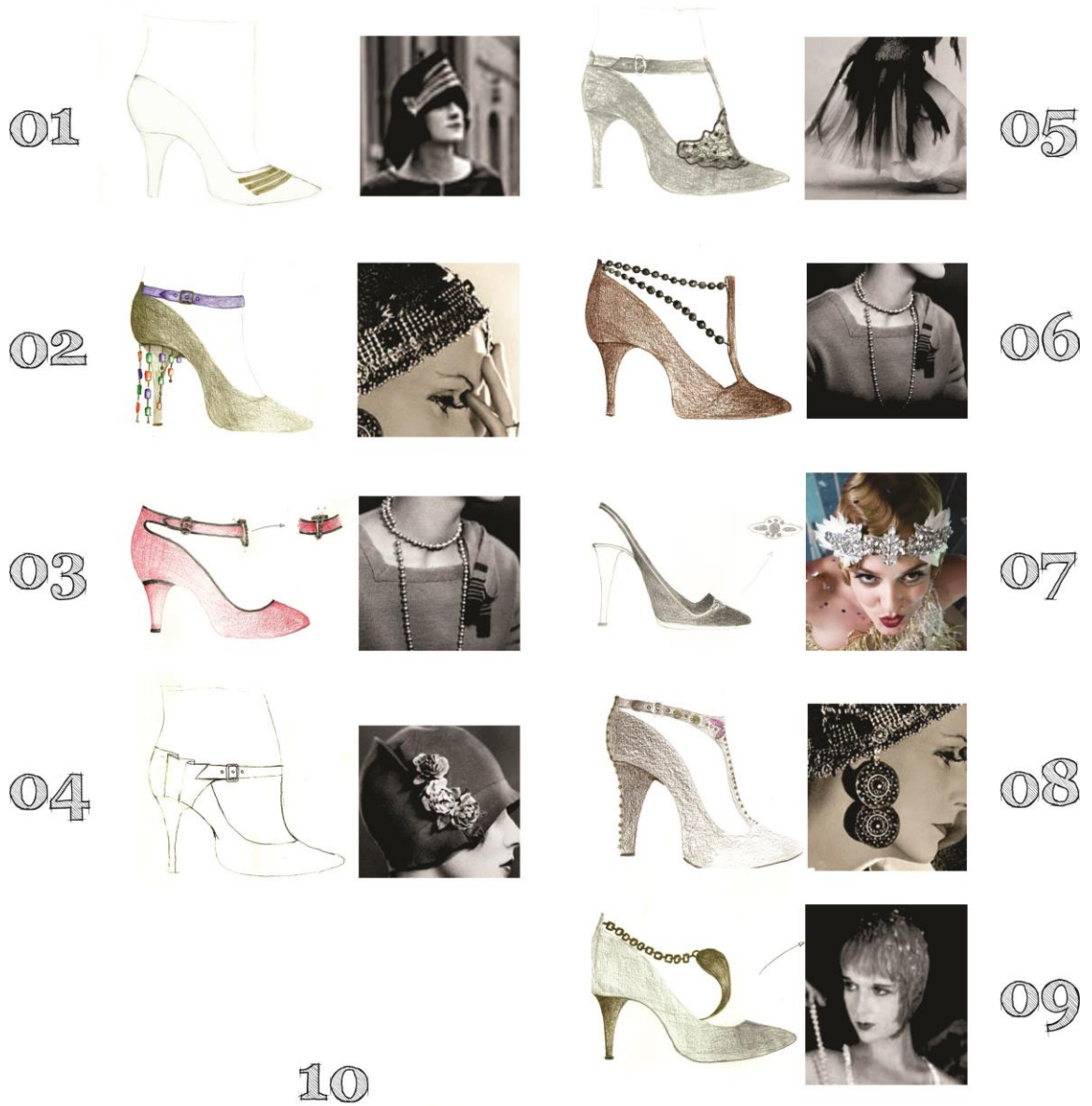


Figura 53 – Alternativas.

- 01.** Inspirado nas linhas do chapéu, essa alternativa não evidenciou a totalidade do estilo dos anos 20.
- 02.** Com caimento de pedrarias no salto, esse modelo, apesar de estar dentro do requisito estético dos anos 20, apresentou elementos mais conceituais fugindo do gosto pessoal da cliente.
- 03.** A alternativa não apresentou elementos que representassem formalmente a estética selecionada.
- 04.** Propondo dobras no couro na parte do calcanhar, essa opção mostrou-se contemporânea, porém pouco referenciada na estética proposta.
- 05.** Propunha uma sobreposição de renda sobre as tiras do peito do pé. A ideia foi interessante, porém ao ser repassada para um modelo volumétrico não conseguiu-se configurá-la de maneira harmoniosa.
- 06.** O modelo poderia trazer complicações ao conforto do calçado além de não trazer segurança no decorrer da marcha.
- 07.** Essa alternativa alcançou um discurso estético condizente com os anos 20, mas, por estar configurada em um modelo chanel, não o representou com tanto êxito quanto à alternativa escolhida.
- 08.** Sua configuração se assemelhou com sapatos já encontrados no mercado, assim, tendo em vista que a ideia era a criação de um sapato exclusivo, esse modelo não atendeu os requisitos.
- 09.** Apresentou uma ideia interessante inspirada no corte de cabelo da personagem da imagem, entretanto, ao ser desenhada sobre a forma não alcançou o resultado esperado.

A alternativa 10, em destaque na Figura 53, foi a selecionada para o desenvolvimento de um modelo final. A escolha deu-se através das seguintes considerações: ter o estilo da cliente e representar com sutileza o tema proposto. Assim, optou-se pela construção de mocapes sobre a forma para editar a configuração das linhas, como demonstra a Figura 54.



Figura 54 – Mocapes.

4.6.2. Alternativa Escolhida

O modelo final foi construído com inspiração nas linhas fluídas características do tema proposto: os Anos 20. Além disso, buscou-se trazer movimento através de curvas em harmonia com alguns cantos acentuados, assim constitui-se um desenho simétrico que agrega leveza às linhas através dos seus vazados.



Figura 55 - Alternativa escolhida

Como mencionado anteriormente, a configuração do desenho buscou contemplar o estilo da cliente assim como traços das referências imagéticas. Entretanto, o que mais se destaca na alternativa é o poder de síntese desses dois requisitos, sendo que a *gestalt* das linhas representa o ritmo da vida da cliente, ora fluída e ora acentuada pelas mudanças (Figura 56). Dessa forma, as linhas visam representar a sua história de vida, que apesar das inconstâncias é fortemente marcada pela fluidez.



Pontas Acentuadas Ritmo Varados Simetria Fluidez

Figura 56 - Configuração da alternativa escolhida.

Outro ponto importante é a sua semelhança com os sapatos da época sem perder o “ar” contemporâneo. Como citado anteriormente, o modelo *T-strap* predominava nos calçados dos anos 20 e diversas vezes eram valorizados com recortes e tiras inspirados nas linhas do movimento Art Déco também traduzido no desenho proposto.

4.7. EVOLUIR

A última fase, Detalhar, a qual é composta pela sub-fase Evoluir, como proposta pela sistematização do modelo projetual, será descrita a seguir visando a

especificação do produto final assim como o processo de modelagem de calçado e sua produção artesanal.

4.7.1. Especificações do Produto

Para a construção do protótipo adotou-se as seguintes características:

- Modelo: Fusão de Escarpim com o modelo *T-strap*.
- Forma de bico fino tamanho 37 com elevação para salto de 6,5 cm (Figura 57).



Figura 57 - Forma para protótipo

- Sobreposição de dois tipos de couro: para o cabedal couro tipo vacum na cor preta e para a sobreposição do cabedal couro sintético na cor cobre (Figura 58).



Figura 58 - Materiais selecionados para a construção do protótipo.

- O salto escolhido tem altura de 6,5 cm e espessura relativamente fina, caracterizando um salto agulha moderado. Para acabamento o salto será pintado na cor preta (Figura 59).



Figura 59 - Salto escolhido para o modelo

É importante ressaltar que essa configuração deu-se através dos limitantes impostos pela produção artesanal disponível atualmente na cidade de Santa Maria – RS. Devido à falta de fornecedores locais, a forma utilizada possui salto relativamente mais baixo do que o desejado, que seria 10 cm. Além disso, os dois tipos de couro utilizados não possuem as características necessárias para o acabamento previsto.

4.7.2. Modelagem Técnica do Calçado

A modelagem de um calçado consiste no desenvolvimento técnico dos componentes que o constituem. Para que ela seja realizada é necessário, principalmente, conhecimento sobre o pé, a forma, as medidas do calçado e do desenho sobre o corpo de forma (SENAI.RS, 2005). Essa é a parte mais delicada do desenvolvimento de calçados pois é nesse momento que se dá vida ao produto que imaginamos pois é necessário o tornar viável em termos de produção e no consumo de materiais (MAGPALI, 2013).

Atualmente, por meio do aprimoramento dos fundamentos da modelagem, essa é feita através de sistema CAD. Entretanto, para o produto dessa monografia, utilizou-se a modelagem tradicional. A seguir, será apresentado o detalhamento do

processo de modelagem das peças que irão compor o modelo com as características descritas anteriormente.

1º Passo – Encapar a forma

Após a definição das características do calçado, foi selecionada a forma a ser utilizada que em seguida foi encapada com fita crepe (Figura 60), sendo importante salientar que isso é feito apenas no lado externo, já que ambos os lados possuem a mesma massa. Esse procedimento é feito para posteriormente planificar a forma.



Figura 60 - Forma encapada.

2º Passo – Marcação de linhas e pontos importantes

Com a forma recapada, foi marcado visualmente as linhas centrais do rosto e calcanhar e então, refilada os excessos de fita. A partir disso, foram feitas as marcações dos pontos ideais para um sapato confortável: a) altura do calcanhar 55 mm; b) ponto em que a base da forma toca o chão e; c) o limite de elevação da tira para o modelo *T-strap*, 60 mm da linha feita a partir do ponto em que a base toca o chão. Essas informações estão ilustradas na Figura 61.



Figura 61 - Linhas e pontos importantes para o conforto do calçado.

3º Passo – Desenhando o modelo na forma

Após a marcação dos pontos foi desenhado sobre a forma o modelo desejado respeitando os limites dos pontos para garantir o conforto do produto (Figura 62).



Figura 62 - Desenho sobre a forma.

4º Passo – Retirando a superfície de fita da forma

Finalmente, a superfície formada pela fita foi descolada e rebatida no lado de dentro da forma para que fosse possível marcar a pequena diferença que existe na base, como ilustra a Figura 63.

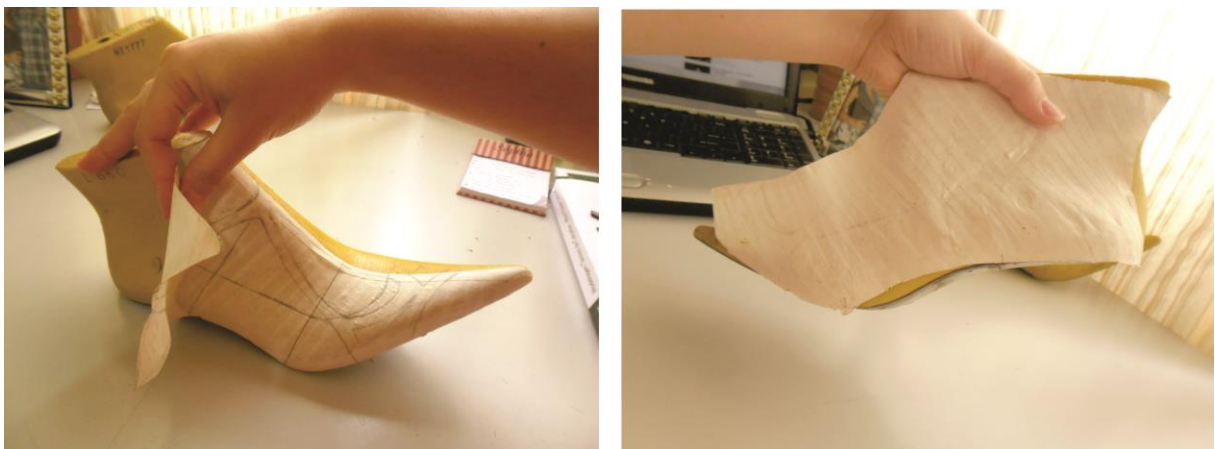


Figura 63 - Forma desencapada, e; marcação na planificação da diferença de lados da forma.

5º Passo – Planificação da Forma

Posteriormente, a superfície de fita foi colada em um cartolina e nela acrescentou-se linhas que marcassem a diferença entre lados da forma. Outro passo importante deu-se pelo refilamento da cartolina seguido da diminuição de 2mm da linha do calcanhar (Figura 64) para evitar o excesso de material.

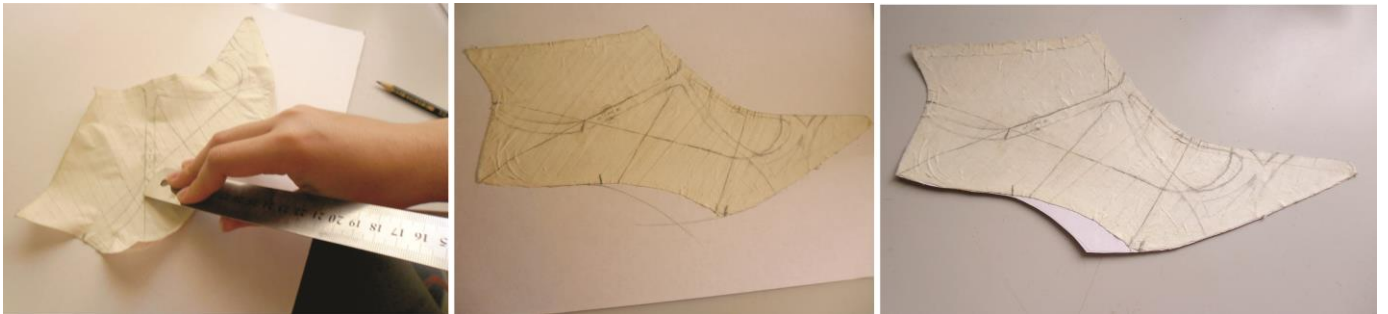


Figura 64 - Processo de planificação da forma.

6º Passo – Finalização da Planificação da Forma

Feito isso, abriu-se colchetes na Planificação da Forma para marcar as principais linhas do calçado e possibilitar a passagem dessas para uma nova cartolina. Esse processo é ilustrado na Figura 65.

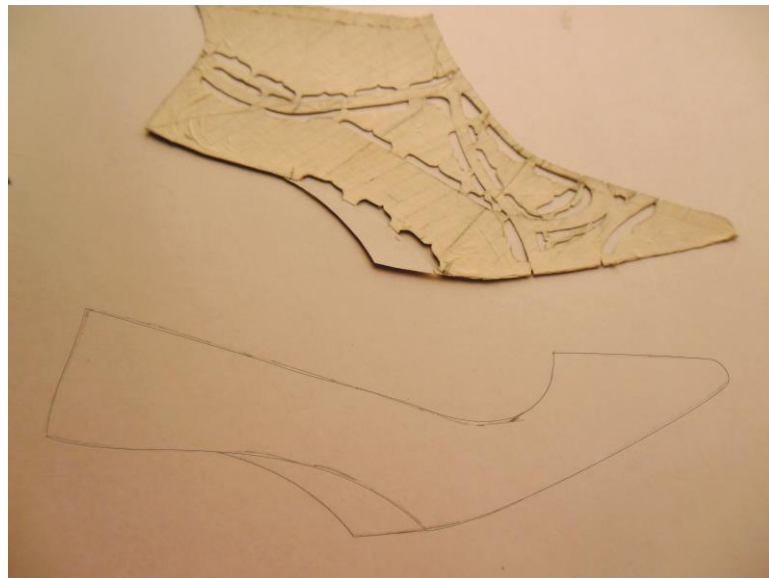


Figura 65 - Repassando o desenho da planificação para uma nova cartolina.

7º Passo – Construindo o Corpo de Forma

Com o processo de reprodução das linhas, inicia-se a construção do que chamamos de Corpo de Forma. Através dele todas as linhas necessárias para fazer os componentes do calçado serão marcadas. Assim, foram feitos os seguintes acréscimos ao desenho: a) com a ajuda do compasso acrescentou-se 18mm na linha da base do calcanhar, 16mm na linha da base da parte frontal e ainda 11mm aproximando-se no bico, tais aumentos são necessários para a montagem do cabedal sobre a forma; b) acrescentou-se 5mm da parte mais acentuada do decote, essa diferença é necessária para garantir que o lado de dentro do calçado compense as diferenças de volumes do pé (Figura 66).

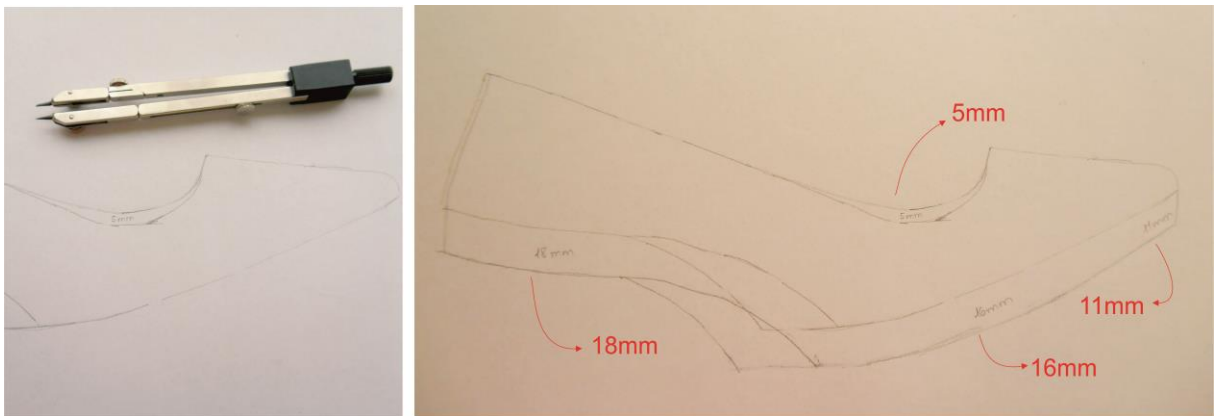


Figura 66 - Aumentos no Corpo de Forma.

Ainda nesta etapa, devem ser marcados os locais onde haverá costura e o código da forma utilizada para a produção (Figura 67).

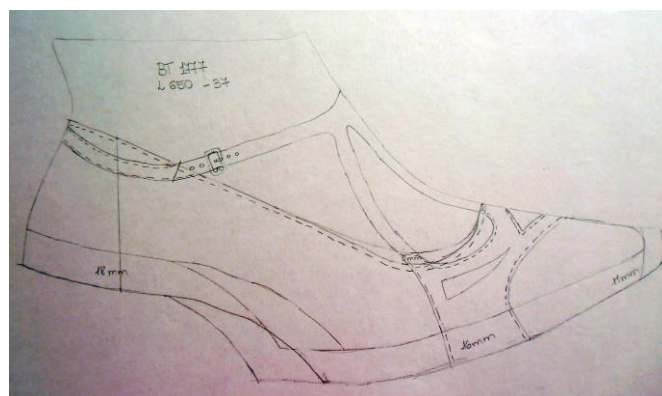


Figura 67 - Corpo de Forma.

Por fim, é necessário vincar as linhas do desenho para ser possível repassar as linhas ao construir os componentes do calçado (Figura 68).



Figura 68 - Vincos da linhas principais do Corpo de Forma.

8º Passo - Cabedal

Para a construção do molde do cabedal foi necessário dobrar ao meio uma nova cartolina e alinhar a dobra à parte reta do bico do Corpo de Forma. Então, as linhas características do Escarpim foram repassadas ao papel e acrescentadas de 4mm para a virada do couro no decote. Nesta etapa é importante destacar as diferenças de lado do calçado. Além disso, devido ao salto, foi necessário propor uma emenda para que na planificação os lados não se sobrepusessem, essa emenda será feita através da técnica de costura invisível, denominada de luva (Figura 69). Outro aspecto importante, é que essa marcação deverá ser acrescentada ao Corpo de Forma para que não se perca nenhum detalhe da construção dos moldes.



Figura 69 – Molde do Cabedal.

Ainda nessa etapa, foi planejada a sobreposição do Cabedal, a qual não foram aplicados aumentos de dobra, visto que o acabamento dessa peça em couro será dada por meio do corte a laser. A única particularidade desse processo foi achar pontos de rotações para que as linhas não se sobrepusessem, reforçando que a técnica utilizada foi igualmente a da cartolina vincada alinhada a parte reta do bico do Corpo de Forma (Figura 70).



Figura 70 - Planificação da sobreposição do cabedal com pontos de rotação.

Devido às curvaturas propostas pelo desenho, para a planificação dessa peça foi necessário fazer alguns testes (Figura 71). Através desses, conclui-se que o modelo deveria propor uma emenda em algum ponto a ser definido no protótipo.



Figura 71 - Testes da planificação da sobreposição do cabedal.

9º Passo – Forro e Avesso

A construção do forro foi feita em processo semelhante o do cabedal, todavia, foi necessário modificar algumas medidas para que modelagem corresponde-se a necessidade da montagem. Com o Corpo de Forma alinhado ao vinco da cartolina copiou-se a linha do cabedal até o ponto em que finda a diferença de lados, ou seja, próximo ao calcanhar. Nesse ponto, traçou-se uma linha reta que marcará o início do que chamamos de avesso (essas marcações foram acrescentadas ao Corpo de Forma).

Nesse desenho foi preciso diminuir 6 mm da linha inferior e acrescentar 6 mm à linha superior. Ainda, na linha reta da emenda do avesso acrescentou 8 mm para a sobreposição dessas peças, já que ambas serão costuradas na montagem (Figura 72).



Figura 72 - Modelagem do forro.

Para modelar o avesso, alinhou-se a um pedaço de cartolina vincada o topo do calcanhar do Corpo de Forma. Posteriormente, acrescentou-se 6 mm à linha de cima e diminuiu-se 6 mm da linha inferior. Essa peça é melhor compreendida na Figura 73.

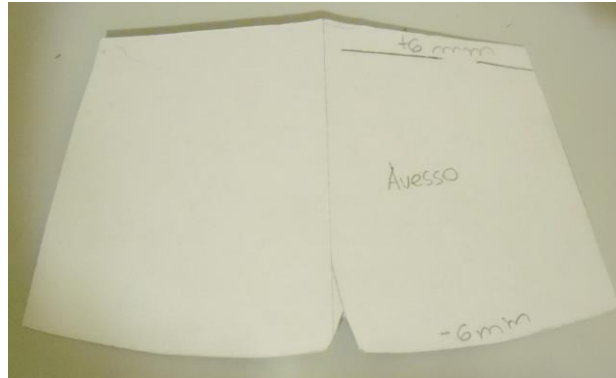


Figura 73 - Modelagem do avesso.

10º Passo – Contraforte e Couraça

Tendo em vista que essas peças são produzidas de materiais mais resistentes visando reforçar a estrutura do calçado, essas peças ficam localizadas, respectivamente, no calcanhar e no bico. As marcações foram igualmente acrescentadas ao Corpo de Forma e posteriormente repassadas às cartolinas. Na parte inferior de ambas diminuiu-se 8 mm, sendo que para o contraforte melhor se conformar às curvas do calcanhar foi necessário abrir algumas fendas como ilustra a Figura 74.



Figura 74 - Respectivamente, modelagem do contraforte e da couraça.

11º Passo – Palmilha

Para modelar a palmilha foi feito a colagem de fitas sobre a sola da forma, dessa vez, iniciando pelo centro. Após descolar a fita e planificá-la em uma cartolina

buscou-se deixar o arco de circunferência do calcanhar perfeitamente simétrico (Figura 75).

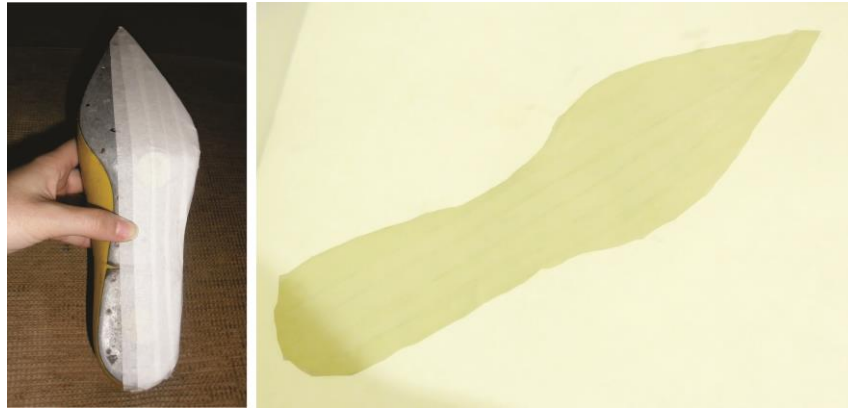


Figura 75 - Modelagem da palmilha.

Todos os componentes modelados foram vetorizados para aperfeiçoamento das linhas. O resultado encontra-se no Apêndice A dessa monografia.

4.7.3. Produção do Calçado

Após a conclusão da modelagem técnica, os componentes resultantes foram repassados para a produção, a qual foi realizada por uma fábrica de calçados artesanais de Santa Maria - RS.

Dessa forma, inicialmente foi cortada a laser a peça que sobrepõe o cabedal visando fornecê-la à fabrica que não obtinha essa tecnologia. O resultado pode ser observado na Figura 76.



Figura 76 - Corte a laser da peça que sobrepõe o cabedal.

Posteriormente, foram cortadas de acordo com a modelagem as peças que compõem o cabedal e em seguida foram chanfrados os aumentos de virada e de montagem para então serem costuradas (Figura 77). Além disso, costurou-se a fivela no local indicado da sobreposição do cabedal.



Figura 77 - Corte e costura do cabedal.

Para dar início a estruturação do calçado foi colada sobre a forma: a palmilha de montagem juntamente com a alma de metal. Após isso, o couro do cabedal, já unido ao forro e abrigando o contraforte, foi aquecido e iniciou-se a conformação sobre a forma, como ilustra a Figura 78.



Figura 78 - Conformação da palmilha e cabedal sobre a forma.

Feito isso, foi colado a couraça abaixo do cabedal e em seguida, lixado o excesso do couro que ficou sobre a palmilha, o que resultou em uma superfície mais regular (Figura 79).



Figura 79 - Colagem da couraça e acabamento do cabedal.

Então, a sobreposição do cabedal foi colada, visto a dificuldade em aaentá-la com o cabedal planificado, sendo que o ideal seria que ela fosse costurada anteriormente à montagem sobre a forma. Por fim, colou-se a sola de borracha e pregou-se o salto. Para conformar esses componentes foi necessário o auxílio de um equipamento de pressão, o qual dá mais garantia à durabilidade da montagem.

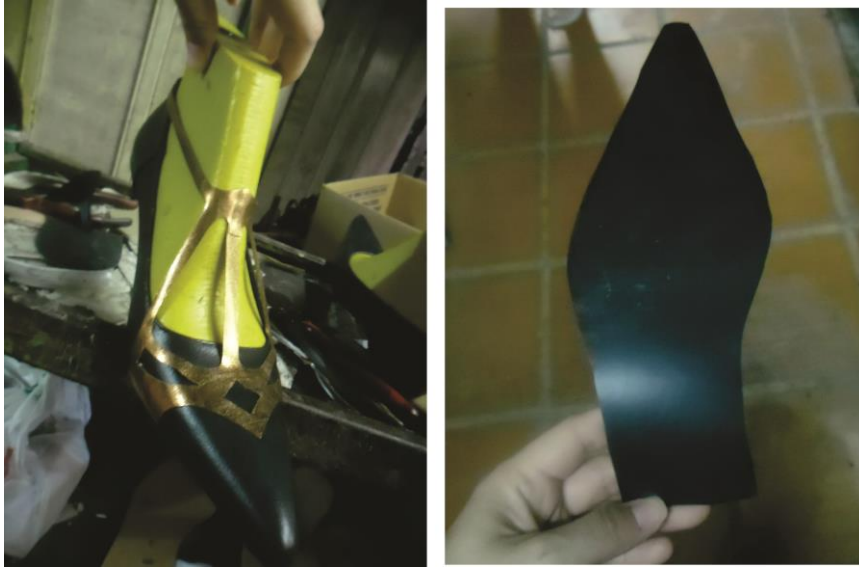


Figura 80 - Colagem da sobreposição do cabedal e sola.

Finalmente, o sapato saiu da forma para passar para o processo de acabamento. Assim, para melhor fixação da sobreposição do cabedal, foi necessário costurar à mão alguns pontos. Além disso, lustrou-se o couro com uma pasta da mesma coloração visando melhorar o aspecto final.



Figura 81 – Resultado da fabricação do modelo proposto. Foto: Augusto Zambonato.



Figura 82 – Resultado da fabricação do modelo proposto. Foto: Augusto Zambonato.

4.8. SUGESTÕES DE CONTINUIDADE

Após a materialização do modelo final, optou-se por fazer um novo de estudo do produto considerando novas cores e outros pontos a serem discutidos. Dessa forma, para melhor valorização das linhas foram feitos alguns testes de cores (Figura 83). Esses buscaram a adequação do modelo às expectativas estéticas iniciais.



Figura 83 - Estudo de cores aplicadas ao modelo final.

Dessa maneira, foi construído um modelo volumétrico (pullover) agregando as características desejadas inicialmente, dentre elas o salto mais elevado, o bico mais acentuado e uma nova configuração de cores. Esses aspectos não foram viáveis para a produção artesanal devido à falta de uma forma adequada à eles, além da fábrica e nenhum outro fornecedor da região disponibilizar os couros desejados.



Figura 84 – Produto final. Foto: Augusto Zambonato.



Figura 85 – Produto Final. Foto: Augusto Zambonato.

Finalmente, a validação formal foi feita por meio da comparação com os modelos de calçados propostos na década de 20. Conseqüentemente, foi notável a semelhança entre os elementos utilizados na composição da proposta feita por meio de linhas no modelo *T-strap* (Figura 86).

Validação do Produto



Figura 86 - Validação do Produto.

Capítulo 5

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A essência da fundamentação teórica dessa monografia, provinda do estudo das tendências, foi fundamental para a seleção do tema a ser abordado. A compreensão dos vetores em ênfase no cenário atual foi decisiva para perceber o desejo do público em consumir produtos com valores emocionais se sobressaindo aos valores materiais impostos pelo sistema atual de comercialização. Nesse sentido, surgiu a possibilidade de trabalhar com os valores propostos pelo *Slow Design*, onde o processo e o artefato se sobrepõem para viabilizar um produto que em essência pode ser materializado, mas é emocionalmente consumido.

O universo proposto pelo *Slow Design*, visto com olhos do tempo atual, pode ser percebido apenas como um desejo, mas é na aplicação de seus princípios que se percebe que a desaceleração proposta pela abordagem diz mais a respeito ao estado de espírito do designer do que o tempo aplicado ao desenvolvimento do projeto. Dessa forma, buscar a apreciação do processo de design é pensar de maneira colaborativa com o usuário permitindo a inserção de camadas de significados que muitas vezes só surge quando se está com a mente aberta para compreender e sintetizar o que o cenário tem a acrescentar ao produto.

Assim, para viabilizar academicamente essa proposta foi necessária a estruturação de um modelo de processo que aproximasse o projeto da cliente a que se destinava o produto. Tendo em vista que o calçado é um artefato que possui um discurso na história do sujeito, a inserção de significados se deu por meio da imersão na história de vida e no dia-a-dia da cliente. Dessa maneira, o projeto comprovou que o *Slow Design* não é apenas uma realidade distante e sim, pode ser concretizado através da cooperação e aproximação do designer com o usuário final do produto.

Durante o processo de materialização do calçado, a escolha de desenvolver a modelagem manual, em contraponto à modelagem mais precisa feita pelo sistema CAD, se associou com a ideia de vivenciar cada momento da realização do projeto. Essa proposta, apesar de ter representado um desafio, foi, acima de tudo, um acréscimo de conhecimentos, sendo que o *Slow Design* foi o grande incentivador da experiência. Além disso, valorizar o produto e reconhecer o seu verdadeiro valor, também diz respeito ao conhecimento do usuário final de como esse artefato foi concebido, ou seja, o gerenciamento da expectativa, certamente esse é um dos grandes benefícios dessa abordagem.

Em suma, o produto final, produzido de maneira artesanal, conseguiu atender a proposta da abordagem em diversos aspectos. O calçado resultou em um artefato que traduziu o estilo e a história da cliente a quem se destinou. Além disso, a aplicação do modelo de processo obteve êxito através da sua validação material. O produto, ao ter inspiração nos anos 20, estética traduzida através de análises sobre a usuária final, saiu da obviedade dos elementos desse estilo, todavia, através das linhas, representou a ideia formal não só dessa corrente estética, mas também da projeção de vida da cliente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A ENY. Disponível em: <<http://www.eny.com.br/>>. [20--?]. Acesso em: 04 nov. 2013.

ASSOCIAÇÃO SLOW MOVEMENT PORTUGAL. **Movimento Slow**. [S. l.], [20--]. Disponível em: <<http://www.slowmovementportugal.com/movimento-slow/>>. Acesso em: 17 jun. 2013.

CALÇADO. In: **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa**. [S. l.], 2010. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=cal%C3%A7ado>>. Acesso em: 08 jul. 2013.

CALDAS, Dario. **Curso “Metodologia de Pesquisa e Análise de Tendências”**. 2013.

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

CAMPOS, Amanda Queiroz; RECH, Sandra Regina. Tendências fundamentadas nos dados. In: Conferência Internacional de Design, Engenharia e Gestão para a Inovação, 2., 2012, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2012. p.1-8.

CAPATTI, Alberto. *et al.* **Slow + Design: Manifesto + Abstract**. In: Slow + Design: International Seminar, 2006, Milan. Disponível em: http://www.experientia.com/blog/uploads/2006/10/slow_design_background.pdf. Acesso em: 10 maio.2013.

CARPINELLI, Carolina; HELD, Maria da Silva de Barros. O consumo do Descartável: O *fast-fashion* e o processo de criação dentro do design de moda na contemporaneidade. In: Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 6., 2011, Lisboa. **Anais...** Lisboa, 2011.

CHOKLAT, Aki. **Design de Sapatos**. São Paulo: Senac, 2012.

COELHO NETTO, J. T. **Semiótica, Informação e Comunicação**. 5.ed. São Paulo: Perspectiva. 1999.

CONHECENDO SEU SAPATO. Disponível em: <<http://marcvisao.blogspot.com.br/2009/08/conhecendo-seu-sapato.html>>. [20--]. Acesso em: 28 out. 2013.

CRC COUROS: Matéria Prima. São Paulo, [20--]. Disponível em: <http://www.centrodocouro.com.br/website/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=75&Itemid=112>. Acesso em: 4 set. 2013.

DESCHAMPS, Jean Claude; MOLINER, Pascal. **A identidade em psicologia social: dos processos identitários às representações sociais**. Petrópolis: Vozes. 2009.

DRESCH, B.; CAMPOS; G. F.. A importância do conforto e do design no consumo de calçados femininos. In: Encontro Nacional de Estudos do Consumo, 6.; 2012, Rio de Janeiro. **Anais Eletrônicos...** Rio de Janeiro: Escola Superior de Propaganda e Marketing, 2012. Disponível em: <<http://www.sisgeenco.com.br/sistema/enec/enec2012/ARQUIVOS/GT3-75-145-20120820233206.pdf>>. Acesso em: 02 jul. 2013.

FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo**. São Paulo: Cosac Naify. 2007.

FREITAS, Alice Oliveira. **Interação Produto x Usuário: Projeto de Calçado Feminino com salto Adaptável**. 2008. 85f. Monografia (Curso de Desenho Industrial) Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2008.

FUAD-LUKE, A. *Slow Theory: A paradigm for living sustainably?* [S. l.][2006?]. Disponível em: <<http://fluido.files.wordpress.com/2006/07/slow-design.pdf>>. Acesso: 17 maio. 2013.

GORINI, Ana Paula; CORREA, Abidack Raposo; *et al.* **A indústria Calçadista de Franca: Área de Operações Industriais 1 – AO1**. [Franca], 2000. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/rs_7_ao1.pdf>. Acesso em: 4 set. 2013.

HOELZEL, C. G. M. **Design Ergonômico de interfaces gráficas humano-computador: um modelo de processo**. 2004. 176 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TECNOLOGIA DO COURO, CALÇADO E ARTEFATOS. **Informativos**. [S. l.], 2013. Disponível em: <<http://www.ibtec.org.br>>. Acesso em: 5 set. 2013.

JACOBBI, Paola. **Eu quero aquele sapato: Tudo sobre uma obsessão feminina**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

KAKUTA, Susana; RIBEIRO, Julio. **Trends Brasil: tendências de negócios para micro e pequenas empresas**. Porto Alegre: Sebrae-RS. 2007. 166p.

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves**. 2. ed. São Paulo: Senac. 2005.

LIGER, Ilce. **Moda em 360º**. São Paulo: Senac. 2012.

MAGPALI, Pamella. **Notas da Oficina de Sapatos Artesanais – Mag-P**. In: 8ª Semana Acadêmica de Desenho Industrial, 2013. Universidade Federal de Santa Maria. 28 nov. 2013.

MANFIO, Eliane Fátima. **Um estudo de parâmetros antropométricos do pé**. 2001. 178f. Tese (Doutorado) Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2001.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Manual de Adaptações de Palmilhas e Calçados**.

Disponível

em: <http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/manual_cal%EA7ados_final.pdf>.

Acesso em: 12 set. 2013

MORCELLI, Geovanna. Museu de sapatos no Canadá expõe criações dos anos 20 e outros modelos raros. **UOL Mulher**. 2011. Disponível em:

<http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2011/11/03/museu-de-sapatos-no-canada-expoe-criacoes-dos-anos-20-e-outros-modelos-raros.htm>. Acesso em: 02.

Jan. 2014.

NOVAES, G. C. de C. **Os sapatos ao longo da existência humana e sua**

contemporaneidade. Antena Web – Revista Digital do IB Moda, São Paulo, n.2,

2006. Disponível em: <<http://www.antennaweb.com.br/edicao2/artigos/artigo4.htm>>

Acesso em: 02 jul. 2013

O'KEEFFE, Linda. **Sapatos**: Uma festa de sapatos de salto, sandálias, botas.

Flórida: Könemann, 1996.

POLINA, Geisa. **Sapato Social Feminino**: Proposta de calçado aplicada a Terceira

Idade. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Desenho Industrial –

Projeto de Produto) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

REFOSCO, E.; OENNING, J.; *et al.* *Do fast fashion ao Slow Fashion*: Um desafio ao design. In: Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 6., 2011, Lisboa. **Anais Eletrônico...** Lisboa, 2011.

ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. **Design de Interação**: Além da interação Homem-Computador. Porto Alegre: Bookman. 2002. Disponível em:

<<http://books.google.com.br/books?id=bl0H1cYIzAwC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 24 jun. 2013.

SANDBERG, Abigail Jane. **Decelerated Design**. 2011. 52 f. Dissertação (Mestrado em Artes) – University of Iowa, Iowa, 2011.

SAPATO: Simbolismo x Funcionalidade. Rio de Janeiro: PUC-Rio. [20--?]. Disponível em: <http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/9115/9115_4.PDF>. Acesso em: 05 jul. 2013.

SEBRAE. **Couro e Calçados**: Etapas da produção de um calçado de couro. [S. l.]:

[20--]. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/setor/couro-e-calcados/sobre-couro-e-calcados/producao/118-3-etapas-da-producao-de-calcado-de-couro/BIA_1183>. Acesso em: 04 set.2013.

SEBRAE. **Couro e Calçados**: Legislação. [S. l.], [20--]. Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/setor/couro-e-calcados/sobre-couro-e-calcados/legislacao>>. Acesso em: 05 set. 2013

SENAI.RS. **Modelagem Técnica de Calçados**. Novo Hamburgo, Centro Tecnológico do Calçado SENAI. 2005.

STRAUSS, Carolyn F.; FUAD-LUKE, Alastair. **The *Slow Design Principles***. [S. l.] [20--]. Disponível em: http://www.slowlab.net/CtC_SlowDesignPrinciples.pdf. Acesso em: 22. maio 2013.

TREND WATCHING. **10 Tendências de consumo cruciais para 2013**. [Londres], 2013. Disponível em: <<http://www.trendwatching.com/pt/trends/10trends2013/>>. Acesso em: 17 jun. 2013.

VAUTERO, Jaisso. **Notas de aula da disciplina de Tópicos em Design Contemporâneo**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria. 23 maio 2013

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BONSIEPE, G. **Metodologia Experimental**: Desenho Industrial. Brasília: CNPq/Coordenação Editorial, 1984.

BAXTER, M. **Projeto de Produto**: Guia prático para o projeto de novos produtos. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2011.

LOBACH, B. **Design Industrial**: Bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2001. xxxx (estilo referencia bibliográfica)

SANTOS, A. M.M.M.; Corrêa, A. R.. **Panorama do setor de couro no Brasil**. [S. l.]: BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento), 2002. Disponível em: <http://www.bndespar.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set1603.pdf>. Acesso em: 4 set. 2013

BELMIRO, Arnaldo. **Como fazer Sapato Artesanais**: Sandálias e Outros Calçados. [S. l.]: Editora Tecnoprint, 1986.

APÊNDICE A – MODELAGEM TÉCNICA DO CALÇADO
