

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA
CATARINA
CÂMPUS FLORIANÓPOLIS
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE METAL MECÂNICA
CURSO SUPERIOR EM TECNOLOGIA EM DESIGN DE PRODUTO**

FLÁVIA BRESSAN THOMÉ

**DESENVOLVIMENTO DE UMA BOLSA DE COURO:
O MATERIAL, SUAS NUANCES E ESTIGMAS**

**FLORIANÓPOLIS - SC
2017**

FLÁVIA BRESSAN THOMÉ

**DESENVOLVIMENTO DE UMA BOLSA DE COURO:
O MATERIAL, SUAS NUANCES E ESTIGMAS**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina como parte dos requisitos para a obtenção do Tecnólogo em Design de produto.

Orientador: Prof. Me. Roberto Ângelo Pistorello;
Coorientadora: Prof^a. Ma. Paula Rodrigues
Correia

FLORIANÓPOLIS - SC

2017

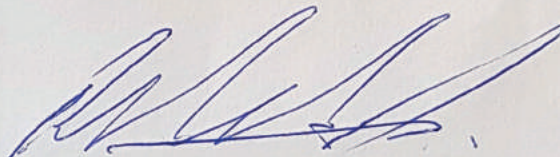
**DESENVOLVIMENTO DE UMA BOLSA DE COURO:
O MATERIAL, SUAS NUANCES E ESTIGMAS**

FLÁVIA BRESSAN THOMÉ

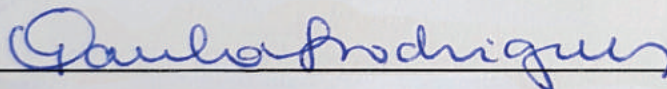
Este trabalho foi julgado adequado para obtenção do título de Tecnólogo em Design de Produto e aprovado em sua forma final pela banca examinadora do Curso Superior em Tecnologia em Design de Produto do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Santa Catarina.

Florianópolis, 13 de agosto de 2017.

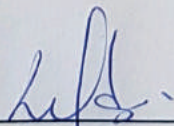
Banca Examinadora:



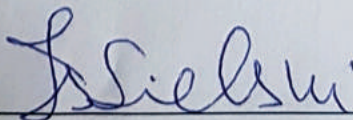
Roberto Angelo Pistorello, Mestre



Paula Rodrigues Correia, Mestra



Priscila Moura Ortiga, Mestra



Isabela Mendes Sielski, Doutora

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer aos meus pais, Dilson e Sandra, por serem o meu porto seguro, minha base. Admiro muito todo o empenho, dedicação e carinho que recebi durante toda a minha vida. Sem o amor de vocês eu não seria nada.

O meu mais sincero obrigada à minha editora particular, a pessoa que me estressa e ao mesmo tempo alivia a minha alma, minha amada irmã Brenda. Todas as brigas, frustrações, histórias e risadas que ocorreram ao decorrer da minha vida, eu não mudaria nada! Ter você como inspiração e modelo de pessoa é um privilégio.

A minha família, que me apoia e me faz rir com todas as histórias contadas e criadas em conjunto. Não lembro de algum momento em que eu não me senti feliz por estar ao lado de vocês.

A todos os meus amigos, os de Caçador, da faculdade e os da vida, agradeço muito por fazerem parte da minha história e por proporcionar algumas das melhores memórias que tenho.

Ao Instituto Federal por me proporcionar a experiência acadêmica da graduação.

A banca examinadora, por concordar em participar da avaliação e pelas críticas construtivas feitas ao trabalho.

Ao senhor Palmor, produtor do produto, que acreditou na ideia e desenvolveu uma bolsa melhor que o imaginado.

A empresa parceira, por aceitar e orientar o trabalho.

Em especial gostaria de agradecer aos meus orientadores para este projeto, Roberto e Paula, por me escutarem, me forçarem a sair da minha zona de conforto e me guiarem durante todas estas etapas.

RESUMO

Este projeto diz respeito ao desenvolvimento de uma bolsa de couro explorando os conceitos de individualidade, Hedonismo e *Lowsumerism*. O mercado tem um número significativo de pessoas interessadas na compra de produtos feitos de fibra natural, especialmente pela sua característica mais significativa, a resistência.

Palavras-Chaves: bolsa, couro, individualidade.

ABSTRACT

This report shows the development of a leather bag exploring the concepts about individuality, hedonism and Lowsumerism. The market has a significant number of people whom are interested in products made with natural fiber, especially because of most significant trade of the product, the resilience.

Keywords: purse, handbag, leather, individuality

LISTA DE FIGURAS

Figura 01.....	15
Figura 02.....	19
Figura 03.....	20
Figura 04.....	26
Figura 05.....	34
Figura 06.....	35
Figura 07.....	36
Figura 08.....	37
Figura 09.....	38
Figura 10.....	39
Figura 11.....	40
Figura 12.....	42
Figura 13.....	43
Figura 14.....	43
Figura 15.....	44
Figura 16.....	45
Figura 17.....	45
Figura 18.....	51
Figura 19.....	52
Figura 20.....	53
Figura 21.....	54
Figura 22.....	55
Figura 23.....	56
Figura 24.....	59
Figura 25.....	59
Figura 26.....	61
Figura 27.....	61
Figura 28.....	63
Figura 29.....	64
Figura 30.....	67
Figura 31.....	68
Figura 32.....	68
Figura 33.....	69
Figura 34.....	69
Figura 35.....	70
Figura 36.....	70
Figura 37.....	71
Figura 38.....	72
Figura 39.....	72
Figura 40.....	73
Figura 41.....	73
Figura 42.....	74
Figura 43.....	74

Figura 44.....	75
Figura 45.....	76
Figura 46.....	77
Figura 47.....	77
Figura 48.....	78
Figura 49.....	78
Figura 50.....	79
Figura 51.....	81
Figura 52.....	82
Figura 53.....	82

LISTA DE TABELAS

Tabela 01.....	32
Tabela 02.....	50
Tabela 03.....	58
Tabela 04.....	65

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 PROBLEMATIZAÇÃO.....	13
1.2 OBJETIVOS.....	13
1.2.1 Objetivo geral.....	13
1.2.2 Objetivos específicos.....	13
1.3 JUSTIFICATIVA.....	14
1.4 METODOLOGIA DE PROJETO.....	15
1.4.1 Pré-concepção.....	16
1.4.2 Concepção.....	16
1.4.3 Pós-concepção.....	17
1.5 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	17
PRÉ-CONCEPÇÃO.....	19
2 EMPRESA PARCEIRA.....	19
2.1 LAURA PEREIRA.....	19
3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	21
3.1 INDIVIDUALIDADE.....	21
3.1.1 Hedonismo.....	21
3.1.2 <i>Lowsumerism</i>	22
3.1.3 Marcas e a falsa sensação de único.....	24
3.2 COURO.....	26
3.2.1 Características do couro natural.....	27
3.2.2 Couro sintético <i>versus</i> "couro vegetal".....	28
3.3 BOLSAS.....	31
3.4 DEFINIÇÃO DE ESTILOS DE MODA.....	33
4 COLETA DE DADOS.....	37
4.1 ANÁLISE DE CONCORRENTES.....	37
4.1.1 Questionário.....	41
4.1.2 Entrevista.....	46
5 ATRIBUTOS DO PRODUTO.....	47
5.2 PERSONAS.....	47
5.1 REQUISITOS.....	49
5.3 PAINÉIS ESTÉTICOS.....	50

CONCEPÇÃO.....	56
6 DESENVOLVIMENTO.....	56
6.1 SELEÇÃO DA ALTERNATIVA.....	56
6.2 EVOLUÇÃO DA ALTERNATIVA.....	59
6.3 <i>RENDERING</i>	59
7 ADEQUAÇÃO DA ALTERNATIVA.....	60
7.1 <i>MOCKUP</i>	60
PÓS-CONCEPÇÃO.....	62
8 MEMORIAL DESCRITIVO.....	62
8.1 DESENHO TÉCNICO.....	62
8.2 LISTA DE MATERIAIS/COMPONENTE.....	65
8.3 PROCESSO DE PRODUÇÃO.....	66
8.4 ERGONOMIA.....	75
8.5 MANEJO/USABILIDADE.....	76
8.6 <i>CHECK-LIST</i>	79
9 PROTÓTIPO.....	81
10 CONSIDERAÇÕES FINAIS	84
REFERÊNCIAS.....	88
APÊNDICE A – Cronograma.....	93
APÊNDICE B – Questionário.....	94
APÊNDICE C – Entrevista.....	102
APÊNDICE D - Pesquisa em couro.....	104
APÊNDICE E – Declaração de finalização de trabalho de curso.....	117
APÊNDICE F – Termo de compromisso de originalidade.....	118
APÊNDICE G – Termo de autorização de divulgação.....	119

1 INTRODUÇÃO

O cenário econômico mundial mudou bastante, principalmente a partir de 1980, com a consolidação da globalização, que transformou diversas áreas, como a financeira, a produtiva, a industrial e a política (KONZEN, 2006).

Nos dias atuais, com a globalização e a constante divulgação, distribuição e assimilação de imagens, a busca pela individualidade e a vontade de pertencer à nichos/tribos sociais é cada vez mais constante. De acordo com Baars e Meira (2007), a moda é a forma de expressão destes costumes, atitudes, valores estéticos e culturais de grupos.

De acordo com Müller *apud* Sant'Anna (2007), uma série de movimentos mostram interesse mútuo entre a arte e moda. O vestuário é uma das formas mais plástica de expressão da individualidade pessoal, podendo ser atingida através de calçados, roupas e acessórios, servindo como uma espécie de “carteira de identidade” social, expressando uma ideologia ou uma crítica à sociedade. Nesse contexto, o couro relaciona-se com a individualidade por ser um material que possui uma vasta gama de possibilidades a serem exploradas, além de permitir a exposição dessa identidade mencionada, por meio da expressão de suas características, acabamentos e aspectos estético-formais utilizados na confecção de um produto.

O mercado de peles e couros cresceu no período entre 1970 e 2000, principalmente em países emergentes. A indústria do curtume¹ no Brasil é uma das maiores do mundo, devido à quantidade de pastos e rebanhos em território nacional. Neste aspecto o Brasil aparece como 5º maior produtor de couro, responsável por 10 a 11% da produção mundial (CÂMARA; GONÇALVES FILHO, 2006).

Sendo assim este projeto descreve o desenvolvimento de uma bolsa em couro, a fim de transpor a identidade do público alvo usuário em uma busca pela expressão do indivíduo.

¹ Indústria que se dedica ao tratamento de peles finas e de couros.

1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

No mundo de hoje tudo tende a ser descartável. Na moda esta tendência é mais visível, pois a cada estação climática um novo lançamento torna coleções posteriores em algo ultrapassado. Perante um cenário tão rápido e transitório, é um desafio fazer com que os produtos se tornem bens duráveis, que transcendam o tempo.

A bolsa é um produto que muitas pessoas usam cotidianamente e ajuda a compor o “*look*” de vestuários do indivíduo. Além disso, é um produto que auxilia a guardar e carregar os pertences necessários ao longo do dia e que podem variar de tamanho, forma, estética, qualidade, materiais, etc. Levando este objeto do mundo da moda em consideração, o desenvolvimento de um produto com maior durabilidade, tornou-se relevante.

Portanto, o desenvolvimento deste projeto procura solucionar a seguinte problemática: como desenvolver uma bolsa versátil e durável, expressando as características do indivíduo de modo que sua estética perdure no tempo?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma bolsa em couro, material resistente e que proporciona durabilidade ao produto, buscando uma estética que perdure e possibilite a sua utilização por um longo período de tempo.

1.2.2 Objetivos específicos

- Pesquisar o couro como material a ser aplicado no produto;
- Explorar as características do hedonismo no *design*, e sua aplicação no projeto;
- Compreender o *Lowsumerism* e sua relação com a moda e os produtos de um modo geral;
- Definir o conceito de individualidade como característica estética a ser explorado no produto;

- Desenvolver uma bolsa de couro.

1.3 JUSTIFICATIVA

Nestes tempos em que o consumo se tornou banalizado, produtos atemporais - tanto em questão de *design* como em questão de durabilidade - têm sido preferíveis. Vários movimentos de redução da quantidade de materiais utilizados nos produtos e do consumo em si, ganharam força, como foi o caso do *Lowsumerism*².

O couro é um material utilizado desde o início das civilizações. O material em si possui características, personalidade e história única, além de possuir uma boa resistência. Devido às suas características, a aplicação do couro como matéria prima na bolsa possibilita o prolongamento da vida útil do produto, reduzindo a necessidade de consumação dos compradores à novos produtos.

Além disso, possui qualidades e características das quais produtos sintéticos carecem, tanto em questão de conceito, como em individualidade. Suas imperfeições superficiais dão identidade e personalidade aos produtos que se utilizam deste material e possui uma grande representatividade no mercado.

Quando se pensa em produtos de origem animal, a primeira lembrança ainda é a carne. Porém a utilização do couro como matéria-prima base para objetos é uma prática antiga, indo desde a aplicação em vestimentas, a mobiliários, detalhes de armamento, entre outros. Levando isso em consideração, a aplicação do couro - que é considerado um subproduto/resíduo do mercado de carnes - no produto tornou-se uma forma de aliar conceitos de durabilidade dos produtos, unindo-se como outros temas a serem abordados pelo projeto, como por exemplo o *Lowsumerism*.

Além disso, abrange também pessoas amantes de um estilo mais rústico expresso através de matérias primas mais brutas, como camurça em sapatos e acessórios, casacos e bolsas diferenciadas utilizando a fibra natural (couro), sendo a peças consideradas versáteis, elegantes, resistentes para o dia a dia e compondo *looks* como forma de expressão de uma identidade e imagem construída pelo usuário.

Assim o projeto visa o aproveitamento do couro como subproduto da indústria de carne, o que não caracteriza impacto ambiental de sua utilização no produto, mas

² Termo inglês derivante das palavras "*low*" e "*consumerism*" que seria algo como "baixo consumismo".

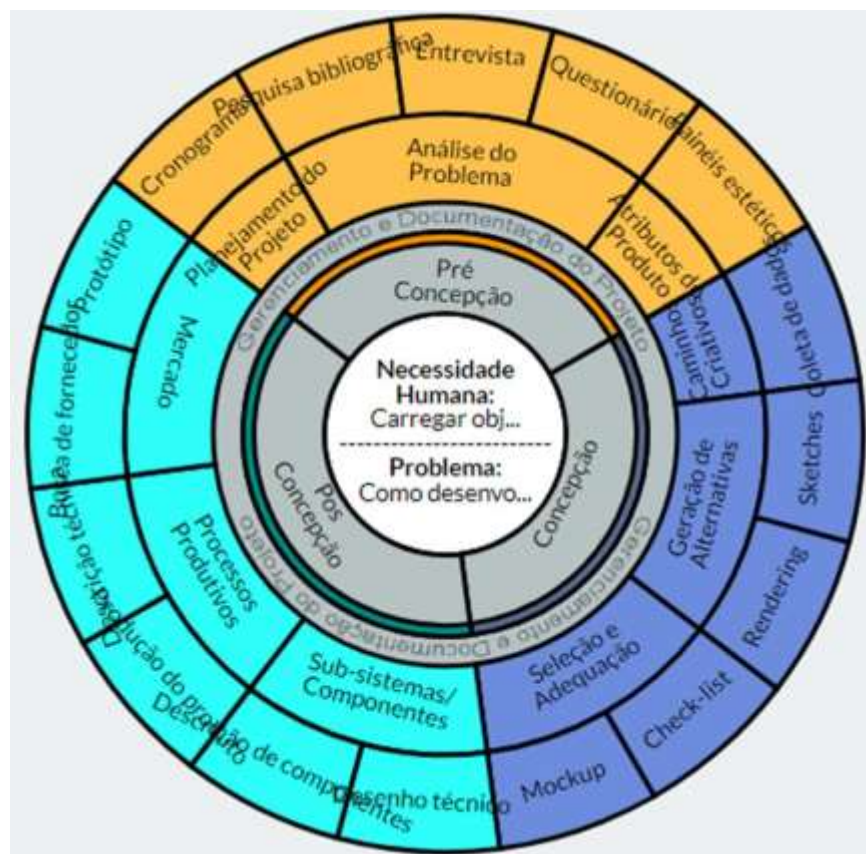
uma outra forma de reaproveitamento de resíduos. A resistência e consequente durabilidade do material também são fatores que contribuem para sua aplicação no projeto. Além disso, os produtos desenvolvidos em couro têm uma presença mais representativa no mercado, além de ser a principal matéria prima utilizada pela empresa parceira para a fabricação de seus produtos, o que reforça ainda mais o porquê da ênfase deste material para o desenvolvimento da bolsa.

1.4 METODOLOGIA DE PROJETO

O projeto em a intenção de utilizar-se do método MD3E - Método de desdobramento em três etapas - proposto por Santos (2006), constituído por três etapas básicas: pré-concepção, concepção e pós-concepção (figura 01).

Estas etapas são apenas os desdobramentos obrigatórios do método. Há também os desdobramentos mínimos, que serão realizados sucessivamente, dando conformidade e orientando o projeto.

Figura 1 - Fluxograma da metodologia aberta



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

1.4.1 Pré-concepção

Na pré-concepção, de acordo com Santos (2006), são desenvolvidas todas as atividades antes da geração de alternativas, como o planejamento do projeto, análise do problema e atributos do produto.

Um cronograma (Apêndice A), foi desenvolvido para assistir o cumprimento de prazos e etapas, ajudando na orientação dos conceitos estudados, assim como a identificação de alguns requisitos básicos e a geração de esboços.

Uma das atividades que compreendem a pré-concepção é a fundamentação teórica (Apêndice D), utilizando ferramentas para ajudar no desenvolvimento de conceitos e, posteriormente, requisitos, por meio de pesquisas bibliográficas dando suporte, embasamento e repertório. Também faz parte desta etapa pesquisa de campo, que no caso deste projeto, foi realizada ao buscar uma empresa parceira à proposta.

Outras atividades da pré-concepção foram a coleta de dados (análise de concorrentes, questionários e entrevista), elaboração de painéis semânticos e definição e hierarquização de requisitos.

Por meio da aplicação de um questionário (Apêndice B) e a realização de uma entrevista (Apêndice C) foram obtidas uma série de informações que, traduzidas e agrupadas, foram aplicadas para definir personas, humanizando o desenvolvimento e processo para a realização do produto. Estas personas possuem características embasadas no público identificado no questionário aplicado. Ainda, com a aplicação destas ferramentas, foram definidos requisitos.

1.4.2 Concepção

A etapa de Concepção completa-se com a geração de alternativas. Os desenhos foram desenvolvidos com as informações e requisitos estabelecidos na etapa anterior por meio dos dados das pesquisas, personas, mercado e painéis gerados.

Na fase de concepção, são determinadas as características formais do produto utilizando-se de ferramentas auxiliares no desenvolvimento de algumas alternativas para a execução do projeto, como por exemplo o *benchmarking*. Depois passa-se para um processo de seleção dos esboços gerados, no caso deste projeto,

através de uma matriz de seleção das alternativa que mais atendem às demandas dos consumidores. Com estes *sketches* selecionados, a geração de um *rendering* do produto é levada à empresa parceira, para maior explicação e demonstração da proposta desenvolvida.

1.4.3 Pós-concepção

Já na última etapa, a pós-concepção, são definidas as atividades que devem ser executadas após as soluções propostas de melhoramento, analisando os subsistemas e componentes que são utilizados no desenvolvimento do produto, processos produtivos e a análise de mercado, tanto em questão de consumo, como em espaço a ser ocupado pelo objeto desenvolvido.

Este projeto em questão, esta etapa resolveu problemas estéticos-funcionais do produto em consultoria com a empresa parceira e com a utilização de um *mockup* para estudo volumétrico de forma e disposição de componentes da bolsa.

Quando resolvido todos os aspectos conceituais do modelo, a busca por fornecedores para a aquisição dos elementos estéticos que são parte do produto inicia-se para a fabricação de um modelo físico do projeto desenvolvido.

A finalização deste método desdobra-se na produção de uma ficha técnica com desenho técnico, descrição de materiais e produtos utilizados, no roteiro dos processos produtivos, um memorial descritivo e caso o projeto seja lançado no mercado, o lançamento do produto, sua venda e a análise do pós-vendas.

1.5 METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia aberta desenvolvida por Santos (2006) abre espaço para a aplicação de mais de uma metodologia conjunta a sua para auxiliarem no desenvolvimento do projeto. Então, para esse projeto, foi utilizado o método de pesquisa qualitativa expressada em forma de pesquisa bibliográfica e entrevista com a empresa parceira, assim com uma pesquisa quantitativa em modo de questionário online para exploração de ideias, validação de informações, levantamento e conhecimento do problema para escrever e justificar o desenvolvimento desse projeto.

A primeira etapa, a pesquisa qualitativa, ajuda no desenrolar do projeto pelo

provável contato com novos assuntos e tópicos interligados ao produto, podem aprofundar mais o desenvolvimento processual da bolsa. Também serve como uma forma exploratória de intenções e estabelecimento de alguns critérios, métodos e técnicas orientando a formulação de hipóteses para a utilização no projeto. Pesquisas descritiva, também podem ser utilizadas como forma de registro e captação de informações a serem interpretadas sem a interferência do pesquisador (GIL, 2007).

A pesquisa qualitativa não se preocupa com uma representatividade numérica, mas com a compreensão de um grupo social em relação ao assunto analisado. Tal pesquisa auxilia na busca dos porquês, exprimindo o que convém ao pesquisador e não qualifica números obtidos, pois utiliza uma abordagem diferente. O objetivo da aplicação de tal ferramenta é produzir informações aprofundadas e ilustrativas para gerar novas informações, ou seja, voltada para projetos envolvendo a realidade, obtendo uma explicação dinâmica dos dados produzidos (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

A pesquisa qualitativa abrange o mundo dos motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes correspondentes de um espaço e tempo, além das relações, processos e fenômenos que não podem ser deixados de lado para o desenvolvimento de um produto, por exemplo. Ajuda também na hierarquização das ações e escolhas, assim como compreender, explicar os diferentes fenômenos do mundo social e natural. São dados empíricos que buscam esclarecer dúvidas com uma amostragem de pessoas menor que uma pesquisa quantitativa (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

A entrevista e o questionário aplicados tiveram como método a pesquisa descritiva, pois segundo Gil (2007), caracteriza-se como tal a apresentação de informações e dados utilizado para a demonstrar as características e determinações levantadas, assim como buscar mais informações de uma amostragem da população ou fenômeno, ajudando na compreensão entre as variáveis analisadas.

As pesquisas auxiliaram na definição de público-alvo, assim como algumas resoluções estéticas, requisitos, informações adicionais e justificativas para futuras tomadas de decisões na conceituação e seleção das alternativas de projeto.

PRÉ-CONCEPÇÃO

2 A EMPRESA PARCEIRA

2.1 LAURA PEREIRA

Laura Pereira é uma marca de uma microempresa, em que a coordenação de projetos e o gerenciamento da marca são controlados pela *designer* Laura Pereira, desenvolvendo artigos de couro influenciados por uma mistura da atmosfera escapista de viajantes e a estética *vintage*³ (figura 02). Os produtos dão importância à experiência proposta aos consumidores.

A marca tem base em Florianópolis e não possui uma loja física. Os produtos são geralmente vendidos pela *internet*, em participações em feiras e através da compra de lojistas interessados na oferta de bolsas de couro natural.

Figura 02 - Sacola



Fonte: < <http://laurapereira.com.br/produtos/> >

Acesso em: Maio de 2017.

A empresa produz bolsas, mochilas (figura 03), malas de viagens curtas e carregadores de cobertores. Valoriza a idealização do produto, o processo de criação e a sua durabilidade, além de tentar realçar as belezas naturais dos materiais utilizados.

³ É um estilo de vida e moda retrógrado, sendo uma recuperação de décadas de 1920, 1930, 1950.

Figura 03 - Mochila



Fonte: < <http://laurapereira.com.br/produtos/> >

Acesso em: Maio de 2017.

Fundada em 2011 e com produtos inicialmente confeccionados em tecido, a marca passou por uma transformação quando uma análise de vendas e faturamento indicou que produtos desenvolvidos em couro tinham uma presença mais representativa no mercado. Além disso, a troca de material (de tecido para couro) possibilitou um retorno de capital mais significativo e um alcance maior sobre o conceito como marca.

Essa mudança de material uniu o interesse da *designer* por confecção de artigos de couro inspirados no design das antigas caixas de ferramentas, agradou ao público consumidor e se difundiu através de participação da marca no SPFW⁴ (São Paulo Fashion Weekend).

O conhecimento prévio da manipulação e produção de artigos de couro por parte da empresa e o segmento estético similar ao proposto por este projeto levaram a um contato com a empresária, que se mostrou aberta e interessada no desenvolvimento do artigo proposto, aceitando a parceria.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

⁴ Maior evento de moda do Brasil, o mais importante da América Latina e a quinta maior semana de moda do mundo. O SPFW acontece de modo semi-anual, reunindo estilistas e grifes brasileiras, super modelos, celebridades, grandes mídias, convidados e importantes compradores do universo *fashion*.

Serão abordados inicialmente nesta pesquisa temas relacionados à individualidade, hedonismo, *lowsumerism*, couro, bem como suas propriedades e processamentos. A pesquisa procura embasamento teórico para subsidiar a proposta de projeto do produto.

3.1 INDIVIDUALIDADE

Todo produto é projetado tendo-se em vistas as necessidades de um indivíduo ou grupo do qual este faz parte. De modo geral, tanto em produtos industriais, quanto em objetos do segmento da moda, os valores individuais e pessoais estão incorporados à compra.

Dito isso, a individualidade é um substantivo feminino, tendo como significado algo que possui características ou particularidades do que é individual; é a qualidade daquilo que está presente no indivíduo: como identidade cultural. É a reunião de características que diferenciam uma pessoa ou algum objeto, além de ser um o conjunto das qualidades que compõem a originalidade, fazendo com que algo ou alguém seja único (DICIO, 2017).

3.1.1 Hedonismo

O hedonismo é, de acordo com o Junqueira et al. (2011), uma doutrina social que busca a “qualidade de vida”, a qual só é possível através do consumo de bens materiais, gerando prazer. A mesma deixada de lado o lado espiritual e as relações interpessoais tornam-se insignificantes. Porém, com a divergência de opiniões, novas teorias foram desenvolvidas voltando-se aos estudos, dividiu-se e pode abranger o prazer dos prazeres e sentidos espirituais, como no *cirenaísmo*⁵, ou buscando os prazeres como moderadores do sofrimento no *epicurismo*⁶. No *utilitarismo*, que é o mais importante em relação ao projeto proposto, a procura individual do prazer somente se torna plena quando é estendida para o maior número de pessoas possível. Na psicanálise, o hedonismo é a teoria na qual as

⁵ Cirenaísmo é a teoria segundo a qual o prazer dos sentidos seria o fundamento de todos os outros prazeres espirituais.

⁶ Epicurismo é a procura pelo prazer moderado, referindo-se aos prazeres que não ocasionam sofrimentos.

ações humanas são motivadas pela procura do prazer, tentando evitar o desprazer. Resumindo, é a busca de uma vida inspirada e dedicada ao prazer e desejo.

De acordo com Fortes (2009), a “cultura do hedonismo está intrinsecamente associada à sociedade do consumo. Nosso dever é ser feliz e a felicidade implica o consumo.” Ou seja, no mundo capitalista após a Segunda Guerra Mundial, muitas pessoas procuram a felicidade através do consumo, e cabe aos *designers* e a sociedade em geral mudar o pensamento em relação ao consumo. Uma das formas de diminuir tal vontade por novas aquisições passa ser no desenvolvimento de produtos duráveis que promovam uma satisfação e não saturem o mercado com objetos banais.

A compra de um novo produto pode gerar uma felicidade, porém a felicidade é uma mera ideologia, servindo somente para a mensuração da igualdade entre outras pessoas, mascarando assim a desigualdade social, tornando outras relações, como por exemplo, as sociais em algo descartáveis, como qualquer outra peça de consumo comum, reduzindo-as como um mero objeto de troca.

A obsessão de comprar é certamente a expressão dos instintos hedonistas, mas pode ser vista, por outro lado, como forma de paliativo frente às inseguranças e incertezas que inquietam o homem atual. A compulsão consumista não é apenas o extravasamento da busca incessante de sensações prazerosas, mas constitui-se também numa espécie de compensação diante do vazio da própria subjetividade (FORTES, 2009).

O hedonismo na atualidade é herdeiro do utilitarismo econômico, uma concepção que tinha como meta evitar o sofrimento para os sujeitos, tanto na vida pública, como na privada. De acordo com Bentham *apud* Fortes (2009), o hedonismo é a base do pensamento utilitarista, em que a perspectiva era a criação de uma condição econômica que levasse à felicidade. Na sociedade atual, é comum associarmos a felicidade ao ato de consumir produtos, ou seja, se limita na relação de “custo benefício” e só é considerado algo com o que for útil.

3.1.2 Lowsumerism

O *Lowsumerism* é um termo originado de duas palavras de origem inglesa, com “*low*” de baixo e “*consumerism*” de consumo, que em sua tradução livre seria algo como “baixo consumismo”. O termo se originou a partir de uma pesquisa de tendências de comportamento e consumo em agosto de 2015 pela empresa Box

1824 (PUCCINI; ROBIC, 2015).

Tudo teve início com a Revolução Industrial em 1850. Em 1920, o crescimento de marcas e o aumento significativo das concorrências, o *boom* das peças publicitárias e o surgimento do crédito deram ao consumismo as ferramentas que precisava para atingir um número muito significativo de pessoas ao redor do mundo. Nos anos seguintes, como em 1950, a venda de um estilo de vida pré-estabelecido como “confortável” ditava e julgava famílias no que seriam os padrões aceitáveis para a sociedade.

Em 1980, houve o aumento do consumo individual voltado para grupos específicos, aumentando ainda mais o número de compradores de produtos, fazendo surgir assim, nos anos 1990 a Era do Consumo. Mesmo com o grito de uma minoria tentando alertar sobre a necessidade da conscientização ambiental, o número de produtos vendidos cresceu ainda mais. A mentalidade de *status* adquirido através da compra de um determinado aparelho tecnológico, transformou o consumo de objetos em um estado de constante ansiedade e desejo para possuir mais, onde a responsabilidade não é mais da indústria, mas passa a ser dividida com o consumidor (BOX 1824, 2015).

O consumo tornou-se algo desenfreado, e para tentar diminuir seus impactos, surgiram novas mentalidades, como por exemplo a Economia Compartilhada, que de acordo com Mendes e Ceroy (2015), possui quatro características básicas: compartilhamento de bens ociosos; o uso avançado da *internet* e de redes móveis; o comprometimento com os clientes através das redes sociais; e o ranqueamento dos serviços prestados, oferecendo mais segurança aos consumidores de seus serviços.

Alguns dos expoentes da Economia Compartilhada são empresas como Spotify, Netflix, Uber, AirBnb, que oferecem serviços onde o ter não é mais necessário para o usufruto de seus produtos. A mudança deve acontecer na consciência para a redução do consumo. Perguntas básicas surgem, tais como: Preciso disso? Posso pagar? Não é apenas um desejo de autoafirmação ou de pertencer à sociedade? (BOX 1824, 2015).

O movimento *Lowsumerism* pode ser explicado em três ações simples: sempre pensar antes de comprar; achar formas alternativas que causem menos impacto ambiental, como o sistema de trocas, restauro de objetos ou até mesmo a manufatura artesanal de algo que precise; e por último, viver apenas com o necessário.

Pessoas adeptas deste movimento já começaram suas sagas para a redução dos impactos no meio ambiente, como a francesa Bea Johnson, que iniciou o movimento *zero waste*, ou zero lixo, que consiste na adaptação de conceitos: *refuse, reduce, reuse, recycle, rot* (recuse, reduza, reuse, recicle, decomponha), em uma tentativa de diminuir a zero o número de rejeitos criados por ela, reduzindo o uso de embalagens de papel, preferindo retornáveis (como as de vidro) e utilizando os restos de alimentos consumidos para a decomposição e formação de adubo (JOHNSON *apud* PUCCINI; ROBIC, 2009).

Este conceito será utilizado no produto através do material de fabricação, ou seja, do couro na bolsa. Entre suas propriedades, a durabilidade e resistência ajuda a traduzir o conceito trazido acima. Além dessas características, se o couro usado for produzido como resíduo de abatedouros que focam apenas na carne bovina, a utilização em um produto dá um novo sentido para a pele do animal. Desta forma a aplicação do conceito que (JOHNSON *apud* PUCCINI; ROBIC, 2009) aborda em seu livro, se traduz na reutilização, a reciclagem e na redução em um sentido industrial de resíduo material utilizado para a bolsa.

O Hedonismo e o *lowsumerism* podem parecer antagônicos, porém se um único objeto realizar/suprir o desejo de compra consumista, cumprir a sua funcionalidade, trazer valores como durabilidade e estética, a necessidade por novos produtos não seria reduzida? Ou seja, um bom produto não substituiria o desejo por novos? A forma que a felicidade da compra afeta a pessoa momentaneamente pode ser usada a favor do movimento zero lixo, pois se a sensação de realização e satisfação com o produto obtido/comprado não for efêmera, a compra consciente de um produto mais durável poderá auxiliar na redução de resíduos. E se tal a realização da satisfação do consumo persistir e o produto possuir um ciclo de vida maior que a maioria, além de possuir uma estética com a qual a pessoa possa se identificar por um período de tempo significativo, a desculpa e justificativa para a obtenção de novos itens podem diminuir.

3.1.3 Marcas e a falsa sensação de único

As marcas vendem uma ilusão, uma mentalidade coletiva de pertencimento a certos movimentos e estilos associados ao produto anunciado. As evoluções delas, muitas vezes não vêm dos produtos, mas dos consumidores que possuem produtos

daquela marca e sugerem melhorias. Tornou-se, nos dias atuais, cada vez mais fácil a reprodução de bens idênticos, cumprindo a mesma função que determinado produto por preços mais acessíveis. Por isso as empresas começaram a investir cada vez mais na publicidade de suas marcas, fazendo-as como uma forma de garantia de qualidade e confiança entre os consumidores e empresa (KLEIN, 2003).

A venda de um estilo de vida na publicidade individual marca as pessoas com a vontade de pertencer e de consumir algo que é uma representação de si. Um trecho do artigo de Naomi Klein (2003) explica da seguinte forma:

[...] você quer é integrar-se de fato com as representações vivas de sua marca. Assim, digamos que você seja a Pepsi e que decidiu que a identidade da sua marca é a cultura jovem: 'Seja jovem, divirta-se, beba Pepsi:' ótimo para dizer num anúncio. Se uma banda de rock está tocando, há um corte para o comercial e a Pepsi diz: 'Ei, seja jovem, divirta-se, beba Pepsi:' Ora, isso é pegar uma carona na cultura jovem, e não tem nada de novo. Aqui na Austrália vocês têm mesmo um programa de música ao vivo que é inteiramente patrocinado pela Pepsi. O apresentador do programa tem o logo da Pepsi no microfone e os grupos que tocam exibem logos da Pepsi nas baterias. A Pepsi é a infra-estrutura cultural; inverteu-se a ordem sobre quem está pegando carona na cultura de quem (KLEIN, 2003).

O que a autora quis dizer foi que o reforço da marca e o *branding* são tão fortes, que acabasse esquecendo o que está se apropriando do que. É uma situação que é relacionada à marca ou a marca que pode ser relacionada a tal acontecimento?

A significação para a marca tornou-se uma forma de alimentação, pois não basta ter uma nova ideia, você precisa expressá-la no mundo real, tentando atingir o maior número de pessoas possível, com uma narrativa convincente tentando expressar o significado tanto em um âmbito privado, como público (KLEIN, 2003).

A apropriação e a perda das características que fazem algo único por uma mentalidade coletiva é algo preocupante nos dias atuais. Por isso no mercado atual, tendências como o *vintage* estão sendo resgatadas. Procura-se consumir algo com identidade diferenciada de outros produtos, algo que seja lembrado.

É neste contexto que é introduzida a implementação das características do couro no projeto. A pele animal, por ser cada uma diferente da outra, possui uma originalidade que pode ser explorada pelo *designer* em seus produtos. Além disso, pode adquirir uma estética atemporal e que possibilita a longevidade dos objetos criados.

3.2 COURO

O couro é uma matéria prima natural de origem animal usada há muito tempo. Nos primórdios da civilização, quando os homens ainda eram nômades e os abrigos não cumpriam sua função plenamente, vestimentas deste material eram utilizadas (figura 04). No Egito, 3.000 a.C, há evidências do seu uso, assim como na China. O processo de curtimento era usado por babilônios, hebreus, índios norte-americanos e os antigos gregos. Na Idade Antiga, o couro de ovelhas, cabras e/ou bezerras, foi utilizado para escrita, em forma de pergaminhos. No século VIII, a indústria do couro artístico foi introduzida na Península Ibérica (COBRASIL, 2016).

Figura 04 – Homens primitivos utilizando couro



Fonte:< <https://br.pinterest.com/pin/48554502209143873/> >

Acesso em: Março de 2017.

No Brasil, em função da colonização, condições climáticas e de vegetação propícia, desenvolveu-se uma grande criação agropecuária e pecuária, estendendo-se por grande parte do território nacional. O foco principal é a carne bovina, da qual o país pode ser considerado possuidor de um dos maiores rebanhos do mundo (COBRASIL, 2016).

Segundo Jacinto *et al.* (2012) as peles e o couro possuem uma grande importância na economia do país. Segundo os dados de CICB (2016a), um dos maiores importadores de couro acabado é a Itália, movimentando cerca de um bilhão de dólares no mês de setembro de 2016. Dito isso, no mercado atual, o couro é produto secundário da produção da carne, vendido cerca de 7% mais barato do que a carne (MEDEIROS *apud* GOMES, 2007).

O couro pode ser classificado com um resíduo/co-produto do abate animal,

pois possui um valor econômico, à parte do objeto principal, o motivo para o abate ser realizado, a carne. Também pode haver uma diferenciação entre produto e o co-produto, o último podendo ser considerado as repercussões do abate e a rentabilidade que a venda destas partes dão, mesmo não sendo o objetivo principal (GOMES, 2007). Estima-se que no boi, apenas 52% é diretamente consumida pelo homem, ou seja, 48% é resíduo destinado a outras empresas, podendo ser utilizado para a fabricação de bolsas e peças de vestuário no caso da pele e na indústria de ração, utilizando outras partes do gado (BARROS; LICCO, 2007).

Neste contexto, pode-se dizer que o couro não pode ser visto como uma matéria-prima nobre, pois é um resíduo de uma indústria vista por vezes como cruel e anti-ambiental: a da carne. Por estar relacionado a esta indústria, o material também carrega estigmas que impedem que boa parte das pessoas o enxergue como um resíduo reaproveitado. Pode-se contra-argumentar que boa parte da indústria do curtimento de couro se utiliza de vários processos químicos por vezes poluentes para o seu tratamento. Porém, as regulações da indústria brasileira quanto ao tratamento dos rejeitos e a evolução da tecnologia têm contribuído para materiais cada vez menos poluentes.

É sob essa perspectiva que este projeto trabalha, de que o couro é um resíduo, portanto sua reutilização se encaixa com os conceitos do utilitarismo e do *lowsumerism*: afinal, se o animal será abatido para obter a sua carne, é preciso que todo o resto também tenha um destino de reuso e reaproveitamento. As características inimitáveis do material, a personalidade única e outras qualidades são secundárias neste propósito, mas também agregam aos conceitos trabalhados de hedonismo e identidade.

3.2.1 Característica do couro

O couro é a pele curtida de origem animal. O curtimento é feito através de processos físicos-químicos, transformando o couro cru em um material nobre, estável, resistente e com diferentes características dependendo do tratamento obtido, permitindo diversos tipos de uso. É um material bastante abrangente, podendo ser usado em sapatos, bolsas, carteiras, malas, pastas, casacos, estofamentos, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, etc.

O couro possui características que não podem ser replicadas em materiais

sintéticos, principalmente pela sua porosidade, dando um bom respiro a peças, além da flexibilidade, elasticidade, resistência mecânica e a boa qualidade de conformação a diversas formas (COBRASIL, 2016). Além de ser um considerado nobre, o couro traz uma personalidade e autenticidade para produtos, o que outros materiais não possuem. Por cada pele ser única, possuindo diferentes químicas e exposições sofridas durante o longo da vida de diferentes animais, tais características individuais aparecem no resultado final. O produto feito de couro também carrega consigo, portanto, uma história intrínseca com a sua estética.

3.2.2 Couro sintético versus "couro natural"

O couro possui leis e restrições no Brasil, assim como qualquer produto, para a regularização de produção e algumas garantias de qualidade e obtenção do material, assim como uma forma de defesa aos trabalhadores da área. Assim, os termos "couro ecológico" ou "couro sintético", segundo a lei 4.888, estão proibidos desde 1965. A vigência destaca que somente produtos de origem animal devem ser chamados de "couro". Similares deverão ser referenciados como materiais sintéticos, a fim de não confundir os vendedores e consumidores (CICB, 2013b).

O material imitando o couro, de origem vegetal, tem como nome comercial "couro vegetal". É um tecido criado a partir de duas matérias primas renováveis: o látex e o algodão. Possui uma aparência semelhante à pele animal, porém, segundo Servolo Filho (2006), essa é a única característica comparável ao couro, pois o material vegetal não se compara em durabilidade, entre outras qualidades.

O látex é produzido principalmente da seringueira, sendo a principal fonte de borracha natural do mundo. É um dos poucos materiais naturais que possuem elasticidade, plasticidade, resistência ao desgaste, propriedades isolantes de eletricidade e impermeabilização de líquidos e gases. A borracha sintética e a natural quase possuem as mesmas composições químicas. A união dos dois materiais principais do "couro vegetal" é realizada através do processo de vulcanização⁷ associado à defumação. O material passa por químicos bastantes agressivos como enxofre e amônia, portanto também afetam o meio ambiente, além

1. ⁷Modificação da borracha natural obtida pela sua combinação com enxofre, para atribuir-lhe maior força, elasticidade e resistência a temperaturas altas e baixas.

de ser um material com uma característica que presa a uniformidade, perdendo muito da personalidade que a matéria bruta pode oferecer (SERVOLO FILHO, 2006).

Considerando os requisitos que este projeto busca cumprir, justifica-se o não uso do chamado “couro vegetal” por este não conservar as qualidades dos requisitos gerados para o projeto.

Porém, a qualidade do látex bruto depende muito do modo que o material é cultivado, sendo dividido em três grandes categorias segundo Maia (1998) *apud* Servolo Filho, 2006:

- a) Qualidade de processamento (equipamentos para melhoria do material);
- a) Material genético (mascaramento dos efeitos individuais de cada material);
- b) Qualidade da borracha (forma de manuseio no momento dos sangradores e sangramento).

Apesar de ser um material que é obtido de elementos naturais, fica suscetível a quantidade de produção do látex ao ano, podendo ou não atender às demandas do mercado, além de ser um produto que ainda não se sabe muito a respeito de suas qualidades. É uma borracha, um material que possui uma certa durabilidade, porém com o tempo e exposição a diversos fatores de tempo e uso, pode secar e estragar/rasgar, além de ficar quebradiço, não resolvendo os problemas encontrados em outros produtos atualmente, acrescentando um dos motivos para a utilização do couro natural.

Outro problema encontrado com este material seria o destino final do ciclo de vida do produto. Por ser um composto de borracha (plástico) com a adição de algodão, a reciclagem do produto torna-se um desafio.

O algodão é um material de difícil reciclagem. Segundo Zonatti (2013), é necessária de fiação⁸ deste tecido, para transformá-lo em fibras ou polímeros, fios e filamentos. É necessário o processo de desfibragem⁹ para a transformação do material, perdendo cerca de 20% do seu comprimento inicial.

⁸ Fiação é o processo de fabricação de fios têxteis usando com matéria prima fibras apropriadas para o uso têxtil.

⁹ redução a fibras; desfiadura.

3.3 BOLSAS

Abordados os principais tópicos para o referencial teórico tendo em vista o desenvolvimento da bolsa, o projeto dá continuidade pesquisando sobre o mundo da

moda e os tipos de produtos neste setor que podem ser utilizados para embasamento e coleta de dados para desdobramento do relatório.

No mundo da moda, possui uma grande variedade de estilos/tipos de bolsa e formas como estas podem ser classificadas (tabela 01). Durante a pesquisa sobre os modelos encontrados, fez-se uma seleção dos tipos mais relevantes para o projeto.

Segundo O'ROURKE (2015) no livro "The Handbag Designers Dictionary Terminology" podemos classificar e definir os tipos de bolsa e fechos da segunda maneira:

Tipos	
 <p>Mochila</p>	<p>Uma bolsa projetada para ser usada rente às costas, com o peso suportado pelos ombros através de duas alças verticais. As mochilas também podem ser usadas pendurada sobre um ombro.</p>
 <p>Tote</p>	<p>Um termo geralmente utilizado para descrever uma bolsa retangular como uma abertura no topo com duas alças de mão. A palavra "Tote" em inglês significa "to carry" (carregar).</p>
 <p>Satchel</p>	<p>Uma clássica bolsa estruturada, projetada para estudantes carregarem seus livros. O design geralmente se apresenta de uma caixa retangular, com uma larga aba que é fechada com duas fivelas, uma em cada extremidade da bolsa. Possui apenas uma alça, que é utilizada transversalmente ao corpo.</p>
 <p>Doctor bag</p>	<p>Uma bolsa clássica tanto no oriente como no ocidente, com uma base plana e seus lados arredondados. Possui duas alças largas que se encontram acima de uma dobra, coberta com uma moldura metalizada e um fecho de metal (arca). Tradicionalmente usada por médicos que antigamente atendiam pacientes em domicílio e utilizavam a bolsa para carregar seus itens médicos.</p>
 <p>Duffel/sea</p>	<p>Uma bolsa com formato cilíndrico, com alças curtas para ser carregada horizontalmente. É inspirada nas bolsas "drawstring bag" (saco com alças de cordão) usadas por soldados e marinheiros. A bolsa é nomeada por causa de uma cidade na Bélgica (Duffel), de onde o tecido para a fabricação da mesma era originalmente feita.</p>
Fechos	
 <p>Zipper</p>	<p>Um tipo de dispositivo para ser utilizado como fecho, consistindo de duas faixas de nylon com um dentes de metal ou um plástico presos em cada uma de suas extremidades. Um peça central é utilizada para deslizar horizontalmente e interligar os dentes, este podendo ser puxado tanto para cima como para baixo para permitir que os dentes possam tanto abrir como fechar o fecho.</p>
 <p>Sobreposição</p>	<p>Um pedaço de material, podendo ser de couro ou outro material, usado para cobrir/fechar um bolso ou a abertura principal de uma bolsa.</p>
 <p>Fecho magnético</p>	<p>Um fecho rápido através do encontro de dois discos metálicos com ímãs internos (um dos lados é chamado de macho, outro de fêmea). Usado em para locais os quais são preciso acesso rápido.</p>

Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

3.4 DEFINIÇÃO DE ESTILOS DE MODA

A questão “ O que é estilo? ”, sempre gera muita controvérsia. Apesar de ser uma palavra presente no cotidiano das pessoas, a definição de um conceito para os estilos de moda presentes no mercado é algo muito relativo e subjetivo.

A palavra estilo geralmente é designa ao modo de se vestir de uma pessoa, a forma como ela se auto expressa e expõem a sua personalidade para o mundo externo (sociedade). Está diretamente relacionada ao presente, sendo uma forma de traduzir uma época ou um período de tempo. Segundo (Meyer Shapiro, 1973 *apud* Armindo Trevisan, 1990 *apud* CURTIS, 2007), nós podemos definir estilo como “um sistema de formas qualitativas, repletas de expressão, nas quais se manifesta a personalidade de uma pessoa”.

→ MODERNO

A imagem, que uma pessoa desde estilo passa é de alguém sofisticada. Pode ser chamado de elegante exagerado. Adora assimetria (Minimalismo). É uma característica forte do estilo é a combinação de preto e branco por exemplo. Ousada e cosmopolita¹⁰. O estilo moderno expressado no painel (figura 05) tem em vista algo confortável para o dia a dia, com peças clássicas, que a maioria das pessoas possuem em seus guarda-roupas, mas a adição de acessórios, a utilização de cores e cortes/caimento das peças traduzem o moderno para este modo de se vestir.

Figura 05 - Estilo Moderno

¹⁰ Informação retirada do site : <http://elizamontes.com.br/papo-de-personal/como-usar/58-veja-os-7-tipos-de-estilo-e-descubra-o-seu.html>



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

→ ESPORTIVO

Este estilo está focado no conforto. Prefere peças que não apertem, tecidos naturais, e detalhes como bolsos, zíperes, com bolsas grande e práticas.¹¹O estilo esportivo (figura 06) preza pelo conforto e a praticidade. Utiliza-se de peças casuais/simples, podendo serem mais largas, misturadas com roupas utilizadas para a prática de esporte, com tênis, *leggings*, camisetas mais largas.

Figura 06 - Estilo esportivo

¹¹ Informações extraídas do site: <http://www.bemvestir.com/qual-e-o-seu-estilo-pessoal/>



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

→ CASUAL

O estilo casual une o útil ao agradável, por possuir peças mais simples e versáteis, podendo ser usado em muitas ocasiões na agenda de uma mulher. Basicamente o que caracteriza o estilo casual é a união de peças clássicas com informais¹². Geralmente é expressado pelas peças “coringas” do guarda-roupa de uma pessoa (figura 07), como por exemplo: camisetas lisas, *jeans*, tênis, sapatilhas. Praticidade na hora de se vestir, são peças que não exijam muito tempo no momento de decisão no que vestir.

Figura 07 - Estilo Casual

¹² Informações extraídas do site: <https://tudocommoda.com/estilos/estilo-casual-feminino/>



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

4 COLETA DE DADOS

4.1 ANÁLISE DE CONCORRENTES

Em uma entrevista realizada com a *designer* da empresa parceira no desenvolvimento do produto (Apêndice C), Laura Pereira, foram apontados vários concorrentes da marca atual, porém foram escolhidos apenas três para a comparação de produtos, além da bolsa mais vendida pela própria marca. Esta análise sincrônica estuda os produtos existentes e concorrentes no mercado com o intuito de mostrar considerações, avaliações e comparação na utilização de material e estética. Esta seleção foi feita a partir dos conceitos e requisitos encontrados a partir do desenvolvimento do projeto.

→ PINEAX

Figura 08 – Bolsa Cabas *tote longleaf* caramelo



Fonte:< <https://pineax.com/bolsas/cabas-tote-longleaf-caramelo.html>>

Acesso em: Março de 2017.

MARCA	Pineax
VALOR	R\$835,00
MATERIAL	Couro - top grain
ESTÉTICA	Contemporânea
TIPO DE FECHO	Não especificado para o bolso grande. Externo: torniquete
TIPO DE BOLSA	Tote
CONSIDERAÇÕES	Design minimalista, com bolso externo, explorando as características do material, dando bastante importância ao acabamento polido e homogêneo pela superfície. O tipo de couro utilizado ajudou a exprimir a elegância que o produto gostaria de passar. As peças usadas no acabamento acompanham a estética do objeto. Possui regulador de altura para a alça tiracolo, além de uma alça para a mão. Qualidade excelente de acabamento. Possui, provavelmente um acabamento com o semi-aniline.

→ BRAZI

Figura 09 - The Manaus



Fonte: < <http://www.brazibags.com/shop-online/rio-rucksack> >

Acesso em: Março de 2017.

MARCA	Brazi
VALOR	R\$680,00* *Valor estimado - cotação do dólar no mês d e março de 2017 - US\$3,12.
MATERIAL	Couro - top grain
ESTÉTICA	Contemporânea e robusta
TIPO DE FECHO	Zíper
TIPO DE BOLSA	Mochila
CONSIDERAÇÕES	Possui dois bolsos externos - frontal e no verso. O tipo de couro utilizado ajudou a exprimir a elegância que o produto gostaria de passar. Os acabamentos compõem a estética da bolsa, sendo de metal, dão um ar de robustez à mochila. Possui reguladores para as tiras de ombro, além de uma alça para a mão. Costura aparente. Boa qualidade no acabamento. Provavelmente possui um acabamento com aniline, por preservar a característica do couro e conferir um brilho.

→ ESCUDEIRO

Figura 10 - Bolsa Birgit



Fonte: < <https://www.escuderoonline.com.br/produto/bolsa-birgit/> >

Acesso em: Março de 2017.

MARCA	Escudeiro
VALOR	R\$598,00
MATERIAL	Couro - top grain
ESTÉTICA	Minimalista
TIPO DE FECHO	Magnético
TIPO DE BOLSA	Tote
CONSIDERAÇÕES	Couro tingido, possuindo uma superfície com textura mais homogênea, assim como sua coloração. Acabamento confere a bolsa maior resistência a exposição ao tempo (líquidos, etc.). Estética minimalista. Não possui nenhum bolso externo. Somente alças para ombro, limitando as opções de uso. Abrange um público maior.

→ LAURA PEREIRA

Figura 11 - Bolsa Clássica P Natural



Fonte: < <https://loja.laurapereira.com.br/products/bolsas-classicas> >

Acesso em: Março de 2017.

MARCA	Laura Pereira
VALOR	R\$398,00
MATERIAL	Couro Legítimo
ESTÉTICA	Vintage
TIPO DE FECHO	Fivela
TIPO DE BOLSA	Satchel (bolsa baú)
CONSIDERAÇÕES	Acabamento com semi-aniline, conferindo uma certa suavidade ao toque e o efeito mate do material. Inspirada em objetos retrôs, é uma bolsa com mais conceito. Possui regulagem da alça tiracolo. Diferenciada das outras pelo fecho. Assemelha-se a uma bolsa de ferramentas.

Todos os concorrentes utilizam couro de boa qualidade e dão valor à estética da bolsa, assim como têm cuidado com o acabamento e a projetam produtos para um contexto atual. Foi observado que a maioria utiliza o segundo melhor couro, o *top-grain*, que possui uma estética mais limpa e lisa. A única que utiliza um couro diferente entre as analisadas é a empresa parceira, utilizando o couro legítimo, sendo um material bom, porém um pouco inferior aos outros, barateando o produto, tornando-se um dos motivos de competição no mercado e um dos seus diferenciais, além de possuir estética *vintage* das minimalistas apresentadas, chamando mais atenção dentre as demais. Apesar de todas as bolsas analisadas possuírem um *design* trabalhado conceitualmente, o que chamou mais atenção foi a utilização da matéria prima aliada à estética, formando uma linguagem inusitada no produto, sendo algo desejado na concepção da bolsa.

4.1.1 Questionário

O desenvolvimento de um produto tem sua relevância aumentada no mercado quando destinado ao auxílio das necessidades/dificuldades de algo ou de alguém. Uma das formas de resolver é através da aplicação de um questionário, podendo demonstrar com números, algo empírico.

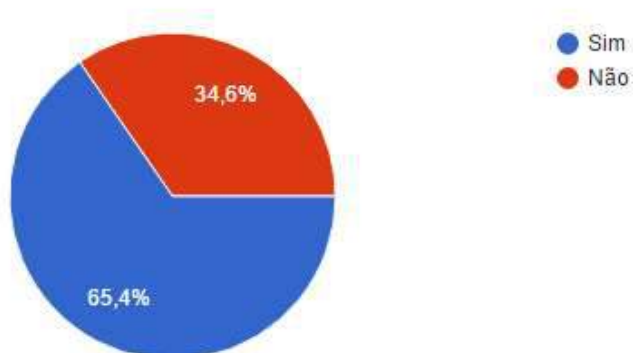
A pesquisa qualitativa por meio de questionário foi realizada via mídia social, aberta para respostas do dia 19 de março de 2017 até o dia 30 de março de 2017, obtendo um total de 127 opiniões diferentes. A análise desta pesquisa ajuda na definição do tipo de cliente que se quer atingir e atender e na obtenção das

necessidades dos clientes.

O questionário (Apêndice B) foi desenvolvido de forma genérica, para obtenção de respostas imparciais sobre o produto e o gênero dos entrevistados. A ordem em que os questionamentos foram feitos não necessariamente será seguida na compilação dos dados apresentados a seguir. Os dados analisados foram hierarquizados por relevância na evolução e seguimento do projeto.

Determinados os parâmetros para avaliação e estudo das informações, a pergunta 16 “Compraria uma bolsa de couro legítimo?” foi o começo do desenho do público alvo para a bolsa. Dos 127 respondentes, 65,4% (83 pessoas) responderam que comprariam uma bolsa confeccionada com este material (figura 12). Complementando este dado, a pergunta 16.1 pedia uma justificativa e a grande maioria respondeu pela durabilidade do material.

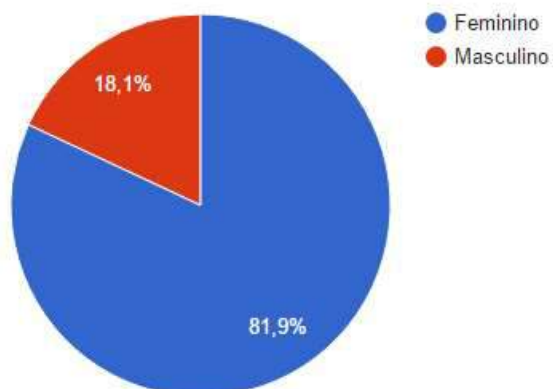
Figura 12 - Questão 16: Compraria uma bolsa de couro?



Fonte: Acervo pessoal, 2017.

Destas 83 pessoas que são adeptas a compra deste produto, foi identificado que 81,9% são mulheres (figura 13), portanto os homens, que se tornaram minoria neste caso, foram excluídos para as futuras análises. Ou seja, foram gerados novos gráficos utilizando somente as respostas obtidas pelas pessoas do gênero feminino, a fim de conhecer detalhadamente o perfil deste público.

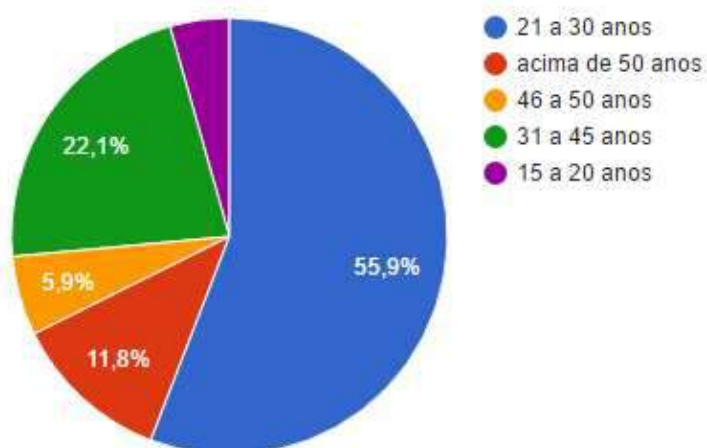
Figura 13 – Questão 01: Com qual gênero se identifica?



Fonte: Acervo pessoal, 2017.

Fazendo uma segmentação das respostas e isolando apenas aos dados respondidos pelo público feminino que compraria o produto de couro natural, deu-se início às questões que descreviam e identificavam mais o público alvo. Identificou-se que estas consumidoras são jovens possuindo idades entre 21 e 30 anos (figura 14). Foi analisado também que a maioria destas mulheres possuem um certo grau de escolaridade, pois as porcentagens das respostas da questão 3 teve pouca variação.

Figura 14 - Questão 02: Qual é a sua idade?



Fonte: Acervo pessoal, 2017.

Uma vez observado o gênero, idade e escolaridade, outro fator importante foi a rentabilidade das respondentes ao questionário. O poder aquisitivo para o desenvolvimento de um produto, principalmente para a produção de uma bolsa em couro torna-se importante por ser um material diferenciado. A renda mais respondida foi a de um a três salários mínimos (figura 15).

Figura 15 – Questão 04: Considerando o salário mínimo de R\$937,00, qual é a sua renda mínima?



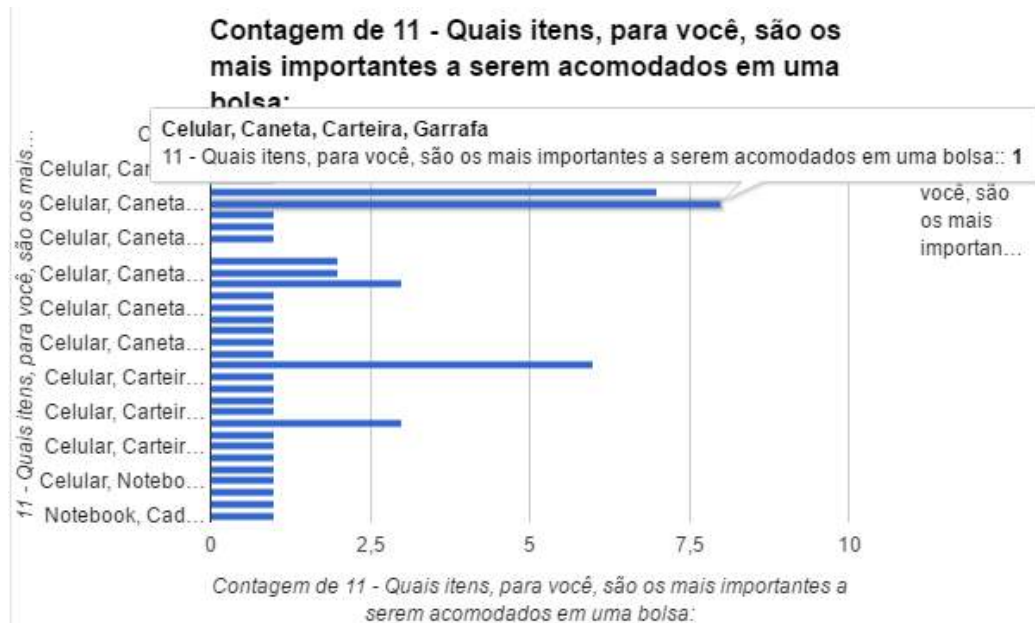
Fonte: Acervo pessoal, 2017.

Passada a análise “classificatória” das mulheres que responderam, o restante das perguntas, ajudando na humanização das respondentes. Na questão sobre com qual estilo de moda mais se identificava, os três principais respondidos foram: casual; esportivo e/ou moderno. Em seu tempo livre, a maioria gosta de assistir séries, filmes; navegar na *internet* e escutar música.

Em relação aos locais que frequenta, a grande maioria assinalou que vai ao *shopping*; trabalho e/ou faculdade. Algo que pode ser retirado deste questionamento é o reforço da situação financeira das entrevistadas, pois geralmente os frequentadores de lugares como *shoppings* são pessoas pertencentes a classe média-alta.

As questões que foram analisadas em seguida foram voltadas mais para a utilização das bolsas. Para a pergunta sobre a utilização da mesma bolsa para diferentes atividades, 77,9% das entrevistadas responderam que sim. Em consideração ao que a bolsa deve acomodar, os objetos mais mencionados foram: celular, caneta, carteira e garrafa (figura 16).

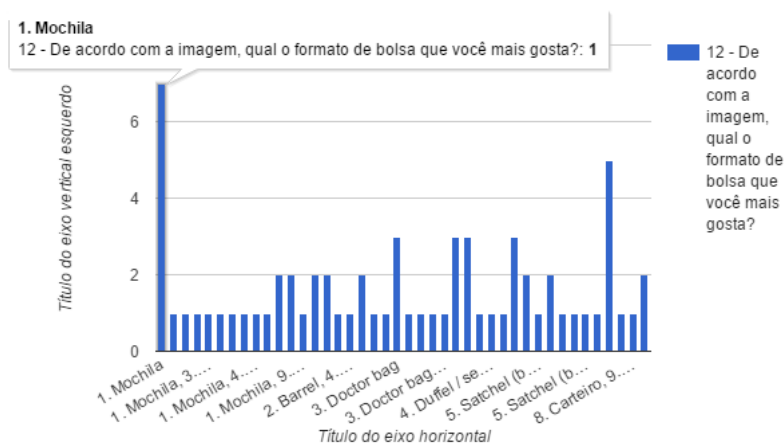
Figura 16 - Questão 11: Quais itens, para você, são mais importantes a serem acomodados em uma bolsa?



Fonte: Acervo pessoal, 2017

Encaminhando para a parte estética do produto, a pergunta da preferência por tipos de bolsas respondida no questionário teve como maior número de assinalações: mochila; tote; e a *satchel* (bolsa baú), *duffel/sea* e *doctor bag* ficam empatadas (figura 17). No quesito fecho, a grande maioria escolheu zíper, seguido de fechos magnético e sobreposição. Com estas respostas, a necessidade da praticidade e o fácil acesso aos objetos da bolsa foram observados.

Figura 17- Questão 12: De acordo com a imagem, qual o formato de bolsa você mais gosta?



Fonte: Acervo pessoal, 2017.

Na pergunta aberta sobre os problemas que tem ou teve com bolsas, foi observada uma certa padronização de respostas, como deterioramento fácil das bolsas; a falta de divisórias; problemas com o fecho; sem regulagem de tamanho ou a falta de mais opções; a má distribuição de peso da bolsa; falta de segurança e a não firmeza dos bolsos internos.

A última questão analisada foi o que as entrevistadas buscam em uma bolsa no momento da compra e os três requisitos que mais apareceram foram praticidade, estética e resistência. Essa pergunta ajuda a gerar três requisitos bases e reforça ainda mais o que as consumidoras avaliam para fazer a decisão entre os modelos ofertados.

4.1.2 Entrevista

A entrevista realizada com a *designer* Laura Pereira (Apêndice C), empresária e dona da empresa parceira para o desenvolvimento do produto, foi realizada *online*. Com as respostas obtidas, foi possível identificar quem ela considera seus principais concorrentes e ter a visão do mercado de uma pessoa que está imersa nesta área. Ajudou a compreender e expandir o conhecimento geral de onde o produto será inserido, além de poder extrair alguns requisitos que complementam as informações obtidas pelo questionário.

5 ATRIBUTOS DO PRODUTO

5.1 PERSONAS

As personas serviram como forma auxiliar a extração da maior quantidade de informação possível da pesquisa qualitativa. É uma ótima ferramenta para determinar e estereotipar um número pequeno de representantes.

Criar uma persona consiste em, essencialmente, criar um usuário final para o produto/serviço a ser consumido e obter conceitos e informações a partir dos dados, a fim de humanizar o processo e ter melhor visualização das oportunidades (GARRETT, 2011 *apud* TEIXEIRA; BENEDET; HOPPE, 2015).

Essa ferramenta é utilizada para uma ilustração mais palpável das informações obtidas. É um modo de humanizar a pesquisa qualitativa e colocar-se no lugar do comprador, identificando os problemas e frustrações compartilhadas, juntamente com a incorporação dos dados levantados.

Os dados obtidos forneceram informações para a identificação de necessidades do consumidor e a partir delas três personas foram desenvolvidas, sendo uma personificação aplicando os conhecimentos extraídas do questionário e da entrevista com a *designer* da empresa parceira no desenvolvimento do projeto.

Seguem as personas.

→ Persona 01



NOME Livia
IDADE 25 anos
ESTADO CIVIL Solteira
CIDADE Balneário Camboriú - SC
ESTUDO Cursando uma pós-graduação
OCUPAÇÃO Administradora
RENDA R\$2.800,00
ESTILO DE MODA Casual/elegante

DESCRIÇÃO DO DIA

Possui um dia a dia corrido. Acorda cedo para pegar o ônibus. Trabalha 8 horas e logo quando sai se locomove para a academia. Geralmente após a malhação sai com suas amigas para um happy hour. Assim que chega em casa gosta de ligar a tevê e assistir séries antes de dormir. Gosta de acompanhar as novidades no mundo da moda, porém não conhece muito sobre materiais e tendências.

PROBLEMAS QUE LEVARAM A COMPRAR UMA NOVA BOLSA

- Bolsa não possui divisão internas;
- Descascagem de material;
- Alça arrebitada;

OBJETIVOS NO MOMENTO DA COMPRA

- Praticidade;
- Versatilidade;
- Durabilidade;
- Resistência.

OBS: Se interessa por moda, mas não entende. Busca algo diferente.

→ Persona 02



NOME Viviane
IDADE 24 anos
ESTADO CIVIL Namorando
CIDADE Florianópolis - SC
ESTUDO Graduada em Publicidade
OCUPAÇÃO Freelancer
RENDA R\$2.000,00
ESTILO DE MODA Casual

DESCRIÇÃO DO DIA

Por ser autônoma, tem uma agenda e vida mais desregrada. Possui apenas o essencial para realizar o seu trabalho. Valoriza o dinheiro que ganha. Gosta de gastar um pouco mais em produto de qualidade e longa duração, ao invés de comprar algo novo a cada estação.

PROBLEMAS QUE LEVARAM A COMPRAR UMA NOVA BOLSA

- Fecho estragou muitas vezes
- Não possui regulagem de altura;

OBJETIVOS NO MOMENTO DA COMPRA

- Durabilidade;
- Opções de regulagem;
- Resistência.

OBS: Odeia desperdício. Utiliza a mesma bolsa por um longo tempo.

→ Persona 03



NOME Carla
IDADE 30 anos
ESTADO CIVIL Casada
CIDADE Curitiba - PR
ESTUDO Cursando a Nutrição
OCUPAÇÃO Chefe
RENDA R\$2.600,00
ESTILO DE MODA Casual/esportivo

DESCRIÇÃO DO DIA

Trabalha somente a noite em um restaurante de comida peruana. Durante o dia estuda nutrição, algo que sempre quis fazer. Anda de moto, pela praticidade de deslocamento. Sempre carrega a sua mochila, levando seus cadernos, notebook e às vezes uma muda de roupa. Em dias de chuva, enrola sua bolsa em uma sacola plástica para não molhar seus pertences.

PROBLEMAS QUE LEVARAM A COMPRAR UMA NOVA BOLSA

- Mochila que tende a rasgar pelo peso carregado;
- Desconfortável;
- Não cabiam todas as suas coisas dentro da bolsa;
- Molha todos os seus pertences;

OBJETIVOS NO MOMENTO DA COMPRA

- Durabilidade;
- Conforto;
- Resistência ao clima.

OBS: Não entende de moda, compra o que gosta

5.2 REQUISITOS

As personas desenvolvidas humanizaram o processo e deixaram mais claras algumas das necessidades e problemas encontrados nos produtos utilizados. Partindo dessa premissa, a utilização de uma tabela ajuda a formalizar os dados obtidos através do questionário aplicado e convertê-los de necessidades dos clientes em requisitos do produto. A ferramenta utilizada melhorar a visualização dos requisitos básicos que foram definidos para o produto.

Os requisitos foram organizados em uma tabela (tabela 02) com as necessidades do cliente, que foram convertidos em requisitos do cliente e então transformadas nos requisitos do produto, para o desenvolvimento da bolsa.

Tabela 02 - Requisitos

NECESSIDADE DO CLIENTE	REQUISITO DO CLIENTE	REQUISITO DO PRODUTO
Tudo molha	Não molhe seus pertences	Possuir um acabamento com um bom grau de impermeabilidade
Descascagem de material	Não é durável;	Fabricada de um couro resistente e de boa qualidade
Tudo fica misturado	Não tem organização	Ter divisórias e compartimentos que acomode no mínimo um celular, uma carteira, uma caneta e uma garrafa
Sem regulagem	Não tem regulador	Possuir opções de regulagens e ajustes em sua(s) alças
Trocar de bolsa para cada atividade	Ser versátil	Se adapta a mais de uma situação
Não fechamento	Falta de segurança	Aderir um tipo de fecho seguro, resistente e prático
Forro sai da bolsa	Falta de acabamento	Possuir bons acabamentos, como boa costura, forro colado, detalhes que não enrosquem em roupas;
Deixa objetos em casa por falta de espaço	Não cabe tudo que precisa levar	Ter um tamanho que acomode no mínimo um notebook de 15 polegadas (380mm x 120mm);
Falta de personalidade	Não possui estética	Explorar as características do material trabalhado;
Difícil de usar	Não ser complicada;	Ser prática no manuseio e fechamento da bolsa;
Empresa utiliza majoritariamente o couro	Utilizar couro	Utilizar como material principal o couro.

Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

5.3 PAINÉIS ESTÉTICOS

Para auxiliar no desenvolvimento conceitual das alternativas, em pontos onde os requisitos técnicos são subjetivos, foram criados cinco painéis estéticos: estilo de vida, painel de similares, atemporal, funcionalismo e estética. Estes painéis servem como referências estético-formais para a concepção da bolsa, suas alternativas e variações.

O painel de estilo de vida (figura 18) retrata o dia a dia corrido das mulheres, suas atividades e como a bolsa pode se enquadrar em alguns momentos, assim

como reforçar a questão da versatilidade, pois todas as ações representadas no painel podem ocorrer no mesmo dia.

Figura 18 - Painel de estilo de vida



Fonte: Acervo pessoal, 2017.

No painel de similares (figura 19) foram levados em conta alguns tipos de acabamento e forma, assim como uma variação de cor e tamanho. Como é um momento de desenho do produto, foi considerado mais importante linhas e arestas do que sistemas e usabilidade.

Figura 19 - Painel de similares



Fonte: Acervo pessoal, 2017.

No projeto, um dos requisitos encontrados/gerados foi a durabilidade da bolsa por um período significativo de tempo, ou seja, que acompanhe o comprador por vários anos. A exploração de um conceito, ou pelo menos referências visualmente remetentes a essa atemporalidade (Figura 20), foi levada em consideração para o desenvolvimento de alternativas.

Figura 20 - Paineis Atemporais



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

O painel funcionalista (Figura 21) foi pensado em detalhes de divisórias e conforto para o usuário para o desenvolvimento dos *sketches* e para fazer a composição interna e externa da bolsa (detalhes possíveis).

Figura 21 - Painel Funcionalismo



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

O painel estético (Figura 22) é o mais importante. Foi pensado em elementos de inspiração para o desenvolvimento de alternativas que condizem com o público alvo, que possuam umas fortes referências visuais para a expressão da individualidade abordada anteriormente no projeto, além de linhas, detalhes, cores e formatos que podem ser explorados em desenhos e modelos futuros.

Figura 22- Painel estético



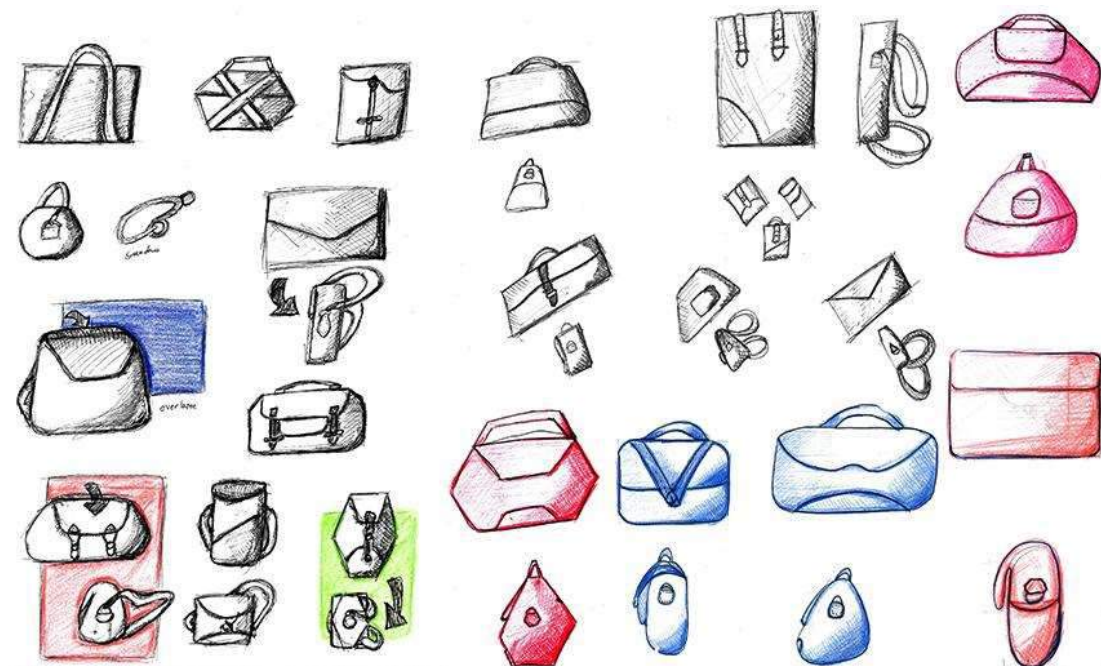
Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

CONCEPÇÃO

6 DESENVOLVIMENTO DE ALTERNATIVAS

Os painéis desenvolvidos no item anterior foram levados em consideração para a exploração de formas, texturas, composições, funcionalidades e detalhes nos desenhos desenvolvidos para a resolução do problema encontrado na pesquisa. Na figura 23 estão representadas as alternativas para o desenvolvimento da bolsa.

Figura 23 - Alternativas geradas



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

6.1 SELEÇÃO DE ALTERNATIVA

As alternativas foram desenvolvidas baseadas nos painéis gerados, nas pesquisas feitas e nas personas desenvolvidas. Apesar de ser uma etapa de criação, o conceito e estética sempre estiveram presentes. Para decisão de qual dos desenhos evoluir, foi realizada uma seleção informal dos três *sketches* que mais se encaixavam com o propósito do projeto, juntamente com o orientador e co-orientadora da pesquisa.

Foi realizada uma matriz de seleção (tabela 03) para decidir qual das três

alternativas seria trabalhada e finalizada. O método consiste na disposição das alternativas em colunas e dos critérios de seleção (requisitos gerados) nas linhas da matriz. Cada critério estabeleceu-se um peso, que variou entre 1 e 3 pontos. Com as alternativas já pré-selecionadas para pontuação, foi feita uma avaliação dos diferentes critérios apresentados com notas entre 1 e 5 pontos. A multiplicação destes valores, gera uma nota/peso final a qual ajuda a constatar qual alternativa mais atende às necessidades do público e possui o maior número de atributos.

Tabela 03 - Matriz de Seleção



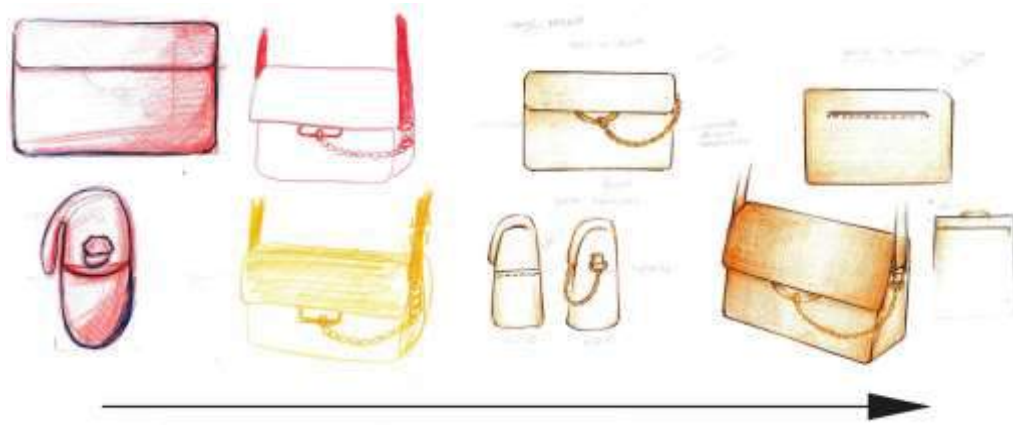
REQUISITO DO PRODUTO	PESO	DESENHO 01	NOTA FINAL	DESENHO 02	NOTA FINAL	DESENHO 03	NOTA FINAL
Possuir um acabamento com um bom grau de impermeabilidade	2	3	6	2	4	3	6
Fabricada de um couro resistente e de boa qualidade	3	5	15	3	9	3	9
Ter divisórias e compartimentos que acomode no mínimo um celular, uma carteira, uma caneta e uma garrafa	3	4	12	4	12	2	6
Possuir opções de regulagens e ajustes em sua(s) alças	3	5	15	4	12	1	3
Se adapta a mais de uma situação	4	5	20	3	6	2	4
Aderir um tipo de fecho seguro, resistente e prático	2	4	8	4	8	5	10
Possuir bons acabamentos, como boa costura, forro colado, detalhes que não enrosquem em roupas;	2	3	6	2	4	4	8
Ter um tamanho que acomode no mínimo um notebook de 15 polegadas (380mm x 120mm);	3	3	9	3	6	2	4
Explorar as características do material trabalhado;	1	4	4	3	3	3	3
Ser prática no manuseio e fechamento da bolsa;	2	5	10	2	4	4	8
Utilizar como material principal o couro.	3	5	15	4	12	4	12
NOTA FINAL			120		80		73

Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

6.2 EVOLUÇÃO DE ALTERNATIVA

Após a seleção da alternativa, a mesma passou por evoluções até chegar em um resultado satisfatório e que cumprisse todos os objetivos propostos pelo projeto e atendesse a todos os requisitos gerados/encontrados (figura 24).

Figura 24- Evolução da alternativa



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

6.3 RENDERING

O processo de seleção e evolução da alternativa é a validação do *sketch* como melhor solução apresentada. Para uma representação mais fidedigna, um *rendering* (Figura 25) foi desenvolvido para a demonstração mais fiel da bolsa em um plano bidimensional, aproximando-se de como poderia ficar o modelo físico (protótipo).

Figura 25 - Rendering



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

7 ADEQUAÇÃO DA ALTERNATIVA

Durante o desenvolvimento do projeto, a intenção de toda a pesquisa e levantamento de dados, assim como a busca de uma empresa parceira era a produção de um protótipo que poderia ser usado e testado. Dessa forma seria possível resolver quaisquer eventuais problemas de projeto e assim melhorar o produto caso seja levado ao mercado mais adiante.

Para a produção deste modelo em questão, foi feita uma divisão em duas etapas:

- A criação de um *mockup* para estudo volumétrico e correções estéticas. Este *mockup* foi feito com um material que se assemelha ao comportamento do couro, material usado para a fabricação do produto final;
- Confeção do protótipo, colocando em prática desenhos e detalhamentos realizados.

7.1 MOCKUP

Depois de todos os estudos teóricos e levantamentos de dados, assim como as análises de informações, compilação e criação de painéis para auxílio na criação de desenhos, a alternativa selecionada foi transformada em *mockup*.

Esta ferramenta auxiliou na visualização do desenho de forma tridimensional, teste de tamanho, manipulação da bolsa e seu funcionamento (figura 26). O modelo foi feito em EVA, pois o material se comporta de forma semelhante ao couro, de acordo com a Laura Pereira, dona da empresa parceira deste projeto e que trabalha e tem conhecimento sobre o material.

Figura 26- *Mockup* teste

Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Após alguns estudos de disposição e formatos, testes de tamanho, revisão dos conceitos abordados durante o projeto, um segundo *mockup* mais estruturado (figura 27) foi desenvolvido para então ser levado para o produtor (fornecedor) para a fabricação do protótipo da bolsa.

Figura 27 - *Mockup* teste aprovado

Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Durante a discussão com os orientadores sobre como desenvolver uma bolsa para *notebook* e ainda manter a versatilidade, a ideia de uma peça interna e retrátil surgiu. Portanto, durante a criação da bolsa, acabou-se gerando dois produtos, a bolsa externa e uma pasta interna para acomodar o computador e documentos, assim como canetas, celular e outros objetos.

PÓS-CONCEPÇÃO

8 MEMORIAL DESCRITIVO

O memorial descritivo mostra a documentação do projeto a partir do estudo volumétrico. O *mockup* serviu para uma visualização física dos desenhos e conceitos abordados durante o projeto, mas para o momento da execução e da orientação dada para o produtor do produto, a necessidade de desenhos com cotas e especificações de componentes, locais, alturas e distâncias dos elementos fez-se necessária para maior entendimento e, portanto, melhor produção do protótipo.

Fez-se uma busca de fornecedores para peças a serem utilizadas na bolsa também, todos aqui descritos. A qualidade dos materiais foi avaliada, bem como outros aspectos aqui também explicados.

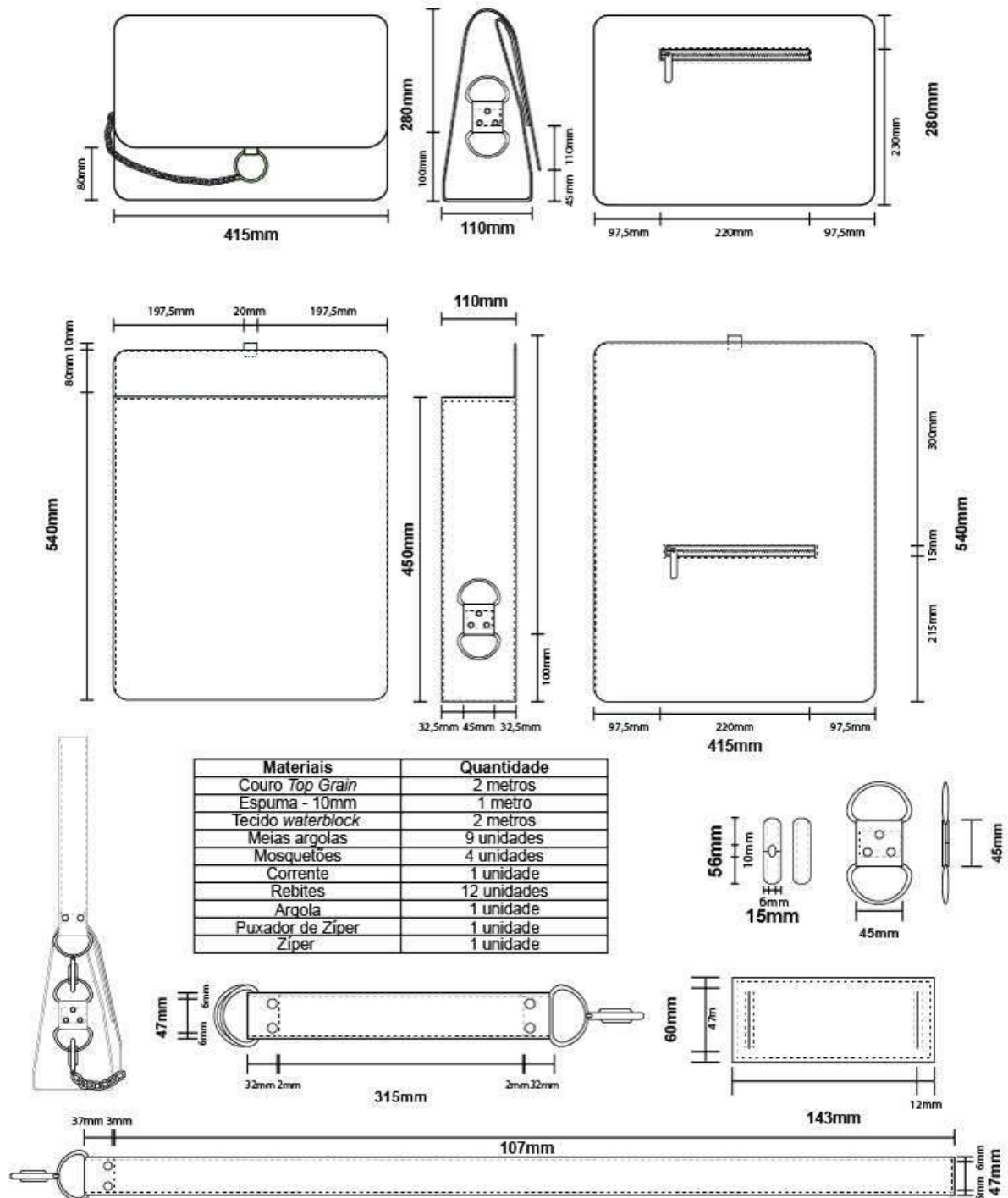
8.1 DESENHO TÉCNICO

O *mockup* do produto ajuda na visualização tridimensional do projeto, porém para a produção do protótipo são necessárias cotas/medidas dos componentes e partes da bolsa. Por este motivo são feitos desenhos técnicos. Para descrição de processo foram selecionados alguns desses desenhos (figuras 28 e 29) que auxiliam no entendimento e acompanhamento da execução do modelo físico.

Figura 28 - Desenho técnico bolsa parte externa

FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

Nome do modelo: Bolsa versátil para <i>notebook</i>	Data: 18/06/2017
Descrição do modelo: Bolsa para carregar objetos que comporta até uma computador de 15 polegadas. Contém duas peças, a bolsa e a pasta interna removível.	
Responsável: Flávia Bressan Thomé	
Desenho Técnico	Peça 01 - Bolsa

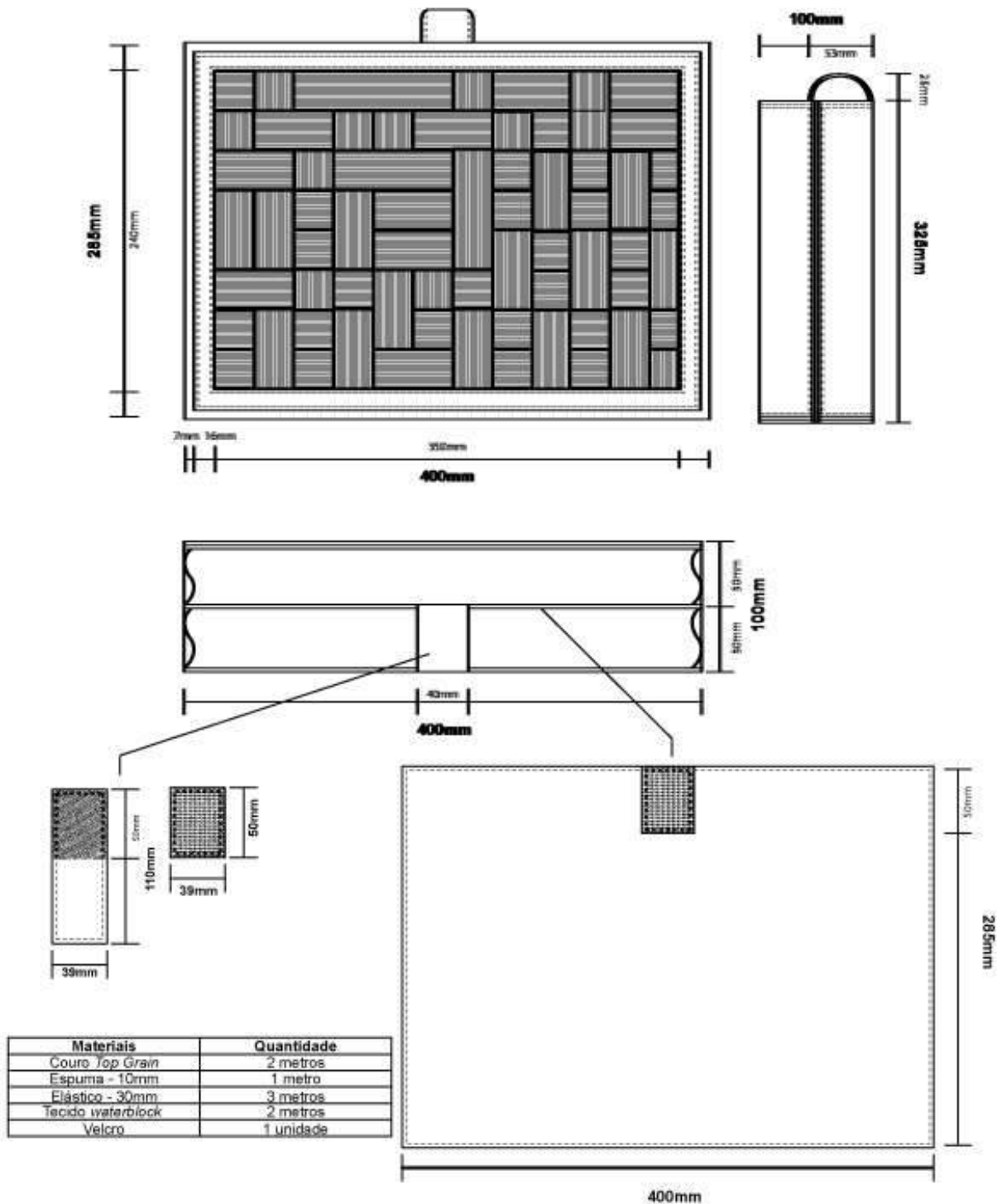


Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Figura 29 - Desenho técnico bolsa parte interna

FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

Nome do modelo: Bolsa versátil para <i>notebook</i>	Data: 18/06/2017
Descrição do modelo: Bolsa para carregar objetos que comporta até uma computador de 15 polegadas. Contém duas peças, a bolsa e a pasta interna removível.	
Responsável: Flávia Bressan Thomé	
Desenho Técnico	Peça 02 - Pasta



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

8.2 LISTA DE MATERIAIS/COMPONENTES

As medidas decididas/projetadas para a produção da bolsa foram entregues juntamente com materiais/componentes decididos e escolhidos especialmente para a melhor forma estética possível do produto (tabela 04). Se todas as decisões forem bem pensadas e planejadas, o produto conversa como um todo, o que ajuda na “compra” do conceito/ideia pretendida pelo projeto.

Tabela 04 - Lista de Fornecedores e materiais

Metais	
	
Materiais	Quantidade
1 - Meias argolas	9 unidades
2 - Mosquetões	4 unidades
3 - Corrente	1 unidade
4 - Rebites	12 unidades
5 - Puxador de Zíper	1 unidade
6 - Argola	1 unidade
Fornecedor: Altero metais - Curitiba - PR	
Tecido	
	
Materiais	Quantidade
Tecido <i>waterblock</i>	2 metros
Tecido Gorgurão Waterblock Mandala LiláTiffany - fabricado por Dolher	
Fornecedor: Torre vermelha - Blumenau - SC	
Espuma	
	
Materiais	Quantidade
Espuma 10mm	1 metro
Fornecedor: Bush - Florianópolis - SC	

Elástico		
Materiais	Quantidade	
Elástico 30mm	3 metros	
Fornecedor: Cris Aviamentos - Florianópolis - SC		
Couro		
Zíper		
Velcro		
Materiais	Quantidade	
Couro <i>Top Grain</i>	3 metros	
Zíper	1 unidade - 220mm	
Velcro	1 unidade - 110mm	
Fornecedor: Palmor Henrique (produtor da bolsa) - Florianópolis - SC		

Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

8.3 PROCESSO DE PRODUÇÃO

A fabricação da bolsa foi terceirizada com um produtor local de Florianópolis que possui uma tenda em uma feira na Praça XV de novembro, no Centro da cidade.

Para a realização de tal, os desenhos representativos, os desenhos técnicos e os materiais comprados para a produção do modelo foram levados ao senhor Palmor Henrique, que trabalha com couro, para a produção do protótipo.

A bolsa demorou 7 dias para ser produzida e, durante o processo de produção, dúvidas foram esclarecidas via mídia social através de uma extensa conversa com muitas imagens trocadas para resolver questões, caminhos a serem seguidos e alterações de detalhes do projeto.

O processo inicia-se com a pele natural bovina na cor marrom (figura 30), do couro *Top Grain*, um dos melhores no mercado. Em uma conversa inicial, descobriu-se que havia várias formas da bolsa ser montada, porém a decisão pelo corte planejado pareceu ser a forma mais viável e com maior economia de material.

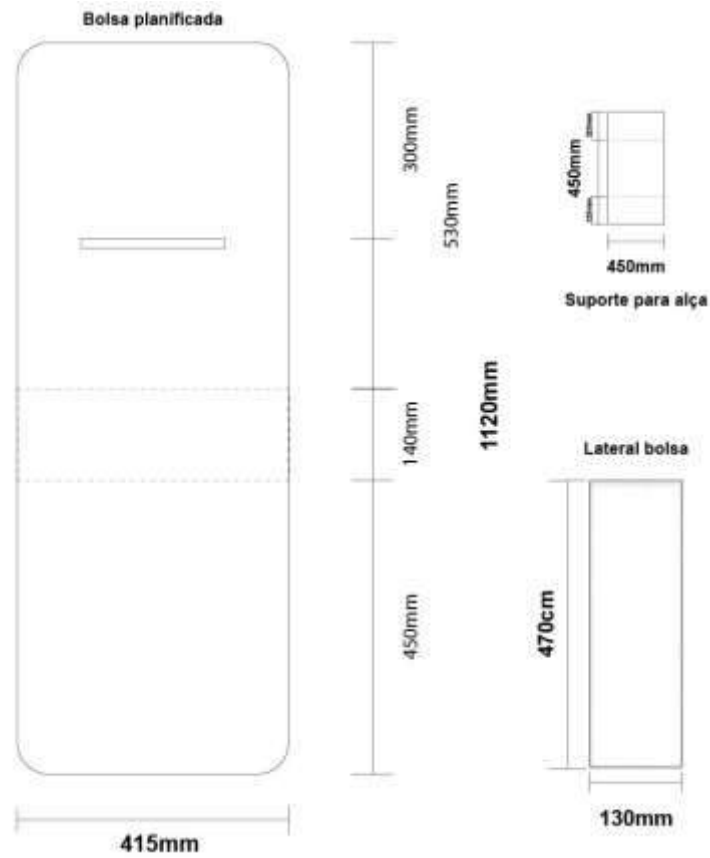
Figura 30 - Pele natura bovina



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

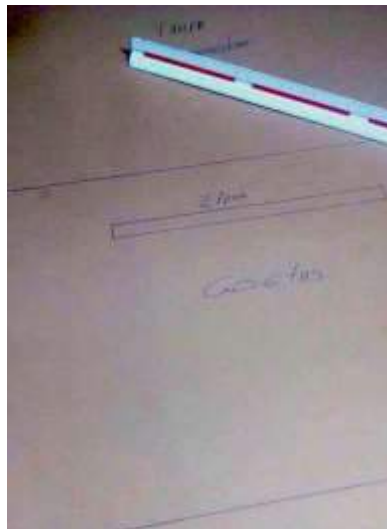
A decisão do produtor foi começar cortando todas as peças que seriam utilizadas para a bolsa, as quais totalizam cinco partes: a bolsa planificada, os dois suportes para as alças e as duas laterais (figura 31). As partes foram cortadas com uma dimensão maior que o seu tamanho final para a realização de acabamentos e dobras posteriores. O corte é feito a partir do desenho planificado em um molde de papelão (figura 32), o qual será utilizado duas vezes, para o corte da fibra natural e do tecido para forração da bolsa (figura 33).

Figura 31 - Planificação para corte do couro



Fonte: Acervo pessoal, 2017.

Figura 32 - Molde de papelão para corte



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Figura 33 - Couro cortado para a produção da bolsa



Fonte: Acervo pessoal, 2017.

No projeto inicial, o bolso externo da bolsa seria somente um rasgo, contanto, em uma conversa com o produtor, foi decidido a mudança da colocação de um zíper metalizado dourado para conversar com todos os outros elementos já escolhidos para bolsa, além de prover mais segurança e apelo estético (figura 34).

Figura 34 - Bolso externo



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Assim que colocado o bolso externo, outra conversa foi sobre a colocação de um papelão rígido para a base da bolsa com função de estruturação da mesma, porém foi decidido pela não utilização do mesmo pela imaleabilidade do material, perdendo a intenção proposta do projeto ao desenvolver uma bolsa em formato de “saco”, a qual tem um movimento e comportamento próprio. Como solução, foi posto

um couro mais rígido (figura 35) do que o utilizado para a fabricação do produto, cumprindo a função estrutural e ainda fornecendo um certo movimento para a bolsa.

Figura 35 - Estruturação da base



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

A colocação do couro para a estruturação da base finaliza esta etapa do processo de feitura de moldes para os grandes detalhes da bolsa externa. Antes da colocação do forro, foi adicionada a peça suporte da argola frontal, para a complementação estética da bolsa.

Tendo a bolsa finalizada, foi iniciada a construção das laterais (figura 36). As partes já haviam sido cortadas no início do processo, portanto foi realizada a parte de montagem e colocação das meias argolas, a costura da dobra para segurar estes elementos e a disposição dos rebites para fixação extra destas peças, além da costura do forro no couro.

Figura 36 - Peça lateral



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Depois da finalização de partes da bolsa, a montagem dos elementos é feita a partir de costura (figura 37). Finalizada a bolsa em si, passamos para a alça. Inicialmente pensada para ser uma tira única com mais ou menos um metro e meio de comprimento, a falta de um regulador dourado fez com que adaptássemos uma tira de couro dividida em dois pedaços:

- Um com aproximadamente um metro e dez de comprimento (tendo um mosquetão em uma das pontas para encaixe no suporte e outra sem nada para servir de regulador).
- Outra tira menor, com aproximadamente quarenta centímetros de comprimento, possuindo um mosquetão para conexão das partes e em sua outra extremidade duas meias argolas para a regulagem de altura da alça no ombro (figura 38).

Figura 37 - Montagem da bolsa



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Figura 38 - Regulador de altura para alça



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Já que a bolsa foi desenvolvida para comportar um *notebook*, era importante considerar o conforto da alça no ombro. Foi desenvolvido um protetor com forro de espuma para ser encaixado na alça do produto e amortecer um pouco do peso dos objetos a serem carregados (figura 39). Com este elemento finalizado, a bolsa externa foi finalizada (figura 40).

Figura 39 - Protetor de ombro



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Figura 40 - Protótipo Finalizado - parte externa



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

A pasta interna possui três elementos estruturais: a duas peças maiores que formam a frente e verso da pasta, assim como a base e a divisória do compartimento do computador e para documentos.

A parte que acomoda o *notebook* foi forrada com espuma (figura 41) pensando na proteção do eletrônico durante o transporte para diferentes locais, além de possuir um fecho com velcro para maior segurança do computador na pasta (figura 42).

Figura 41 - Forração com espuma



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

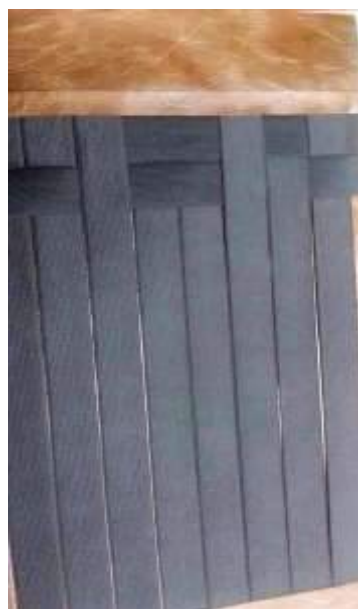
Figura 42 - Pasta acolchoada e fecho de velcro



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

A frente da bolsa interna teve como diferencial um trabalho com elástico (figura 43), no qual foi realizada uma trama para funcionar como suporte de diferentes tipos de objetos. Para estruturar e dar maior suporte a este elemento, foi colocado o mesmo couro rígido da base da bolsa para suportar o trabalho do material.

Figura 43 - Trabalho com elástico



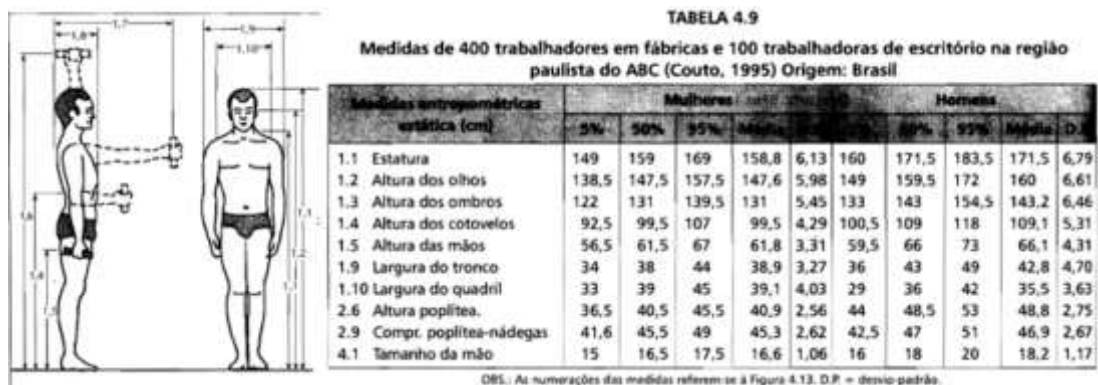
Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

8.4 ERGONOMIA

Após a conclusão da produção, foi analisada a ergonomia de adaptação da bolsa para os diferentes percentis, por se tratar de uma bolsa para *notebook* em formato de “saco”, o que poderia prejudicar o acesso a objetos dependendo do tamanho do braço da pessoa.

Nos estudos de *design*, principalmente no segmento de produto, a ergonomia tem grande importância. É essencial considerar que existem diferentes tipos de pessoas que possam comprar o seu produto e levá-las em consideração no momento do projeto. De acordo com COUTO (1995) *apud* IIDA (2005) pg.122, a ergonomia divide as pessoas em três categorias, o percentil cinco; o percentil cinquenta e o percentil noventa e cinco (figura 44).

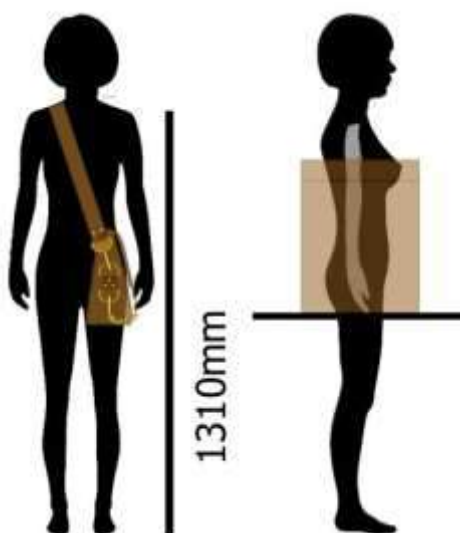
Figura 44 - Medidas Antropométricas



Fonte: IIDA, 2005.

Antropometricamente, um cálculo de tamanho médio do tamanho de braço foi feito comparando todos os percentis, sendo estes valores usados para comparações de alcance de braço ao fundo da bolsa (figura 45).

Figura 45 - Comparação Antropométrica



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

8.5 MANEJO/USABILIDADE

A área da ergonomia possui diversos ramos e categorias. Outro importante fator a ser analisado ao desenvolver uma bolsa é a questão da usabilidade/manejo.

O manejo é uma forma de controle o qual tem predomínio do uso dos dedos e palma da mão, prendendo, manejando ou pegando alguma coisa. Pode ser dividido em duas categorias: fino, com as pontas dos dedos e o grosseiro, com a palma da mão (IIDA, 2005 - pg. 243).

Abaixo foram tiradas fotos para ilustração de uso do protótipo, analisando a funcionalidade do produto. A primeira sequência de imagem é sobre a usabilidade do fecho externo da bolsa (figuras 46 a 49).

Figura 46 - Retirada do gancho externo



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Figura 47 - Abrindo a bolsa



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Figura 48 - Tocando o fundo da bolsa



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Figura 49 - Manejo pasta interna



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

Percebe-se que o manejo é bem intuitivo. A bolsa possui uma boa usabilidade e praticidade na remoção do detalhe frontal do protótipo. Transita entre o manejo fino (ponta dos dedos) e o grosseiro (com o centro da mão).

8.6 CHECK-LIST DE REQUISITOS

Após a demonstração de uso do produto e de suas partes, decidiu-se fazer um *check-list* dos requisitos (figura 50) gerados anteriormente no projeto para verificar se o desenvolvimento do protótipo atendeu às demandas levantadas pelo público e os requisitos gerados para um produto diferenciado no mercado atual.

Figura 50 - *Check-list*

NECESSIDADE DO CLIENTE	REQUISITO DO CLIENTE	REQUISITO DO PRODUTO
Tudo molha	Não molhe seus pertences	Possuir um acabamento com um bom grau de impermeabilidade ✓
Descascagem de material	Não é durável;	Fabricada de um couro resistente e de boa qualidade ✓
Tudo fica misturado	Não tem organização	Ter divisórias e compartimentos que acomode no mínimo um celular, uma carteira, uma caneta e uma garrafa ✓
Sem regulagem	Não tem regulador	Possuir opções de regulagens e ajustes em sua(s) alças ✓
Trocar de bolsa para cada atividade	Ser versátil	Se adapta a mais de uma situação ✓
Não fechamento	Falta de segurança	Aderir um tipo de fecho seguro, resistente e prático ✓
Forro sai da bolsa	Falta de acabamento	Possuir bons acabamentos, como boa costura, forro colado, detalhes que não enrosquem em roupas; ✓
Deixa objetos em casa por falta de espaço	Não cabe tudo que precisa levar	Ter um tamanho que acomode no mínimo um notebook de 15 polegadas (380mm x 120mm); ✓
Falta de personalidade	Não possui estética	Explorar as características do material trabalhado ✓
Difícil de usar	Não ser complicada;	Ser prática no manuseio e fechamento da bolsa; ✓
Empresa utiliza majoritariamente o couro	Utilizar couro	Utilizar como material principal o couro. ✓

Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

O primeiro item foi resolvido com a compra de um tecido resistente à água; o segundo com a utilização de uma das melhores fibras naturais presentes no mercado, o *top grain*; a solução de organização deu-se pela pasta interna, que torna-se um elemento atrativo da bolsa, além de poder ser usada separada acabando por se tornar dois produtos em um; com o corte da alça e duas meias argolas, criou-se

um sistema de regulagem de altura para o protótipo; a versatilidade aparece com a remoção da pasta interna, tornando-se uma bolsa para viagens curtas, dependendo da situação; a segurança, com o sistema “*flap*” além da corrente, os objetos ficam protegidos na bolsa; o questão do acabamento interno, com uma boa finalização proporcionada pelo desenho e pelo produtor, a costura entre couro e tecido confere essa estabilidade; a pasta e a bolsa são capazes de acomodar um *notebook* de quinze polegada, como o proposto; os elementos como a corrente e argola para feicho podem ser removidas, porém foi pensada como a parte estética que confere a individualidade a bolsa; como a bolsa é em formato “saco”, a usabilidade é fácil e intuitiva e pôr fim a questão do uso predominante do couro foi atendida com o modelo sendo majoritariamente feito da fibra natural.

Analisando os requisitos e o protótipo percebeu-se que todas as diretrizes foram cumpridas. Isso deve-se ao planejamento e tomada de decisões inteligentes pensadas para o público alvo e para a resolução dos problemas mencionados.

9 O PROTÓTIPO

O resultado de todas as pesquisas e horas colocadas em cima do projeto resultaram em um protótipo que pode ser utilizado no dia a dia (figuras 51), servindo como uma espécie de piloto do produto, caso o desejo seja comercializar a bolsa em grande escala.

Figura 51 - Protótipo



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

O produto conseguiu cumprir com os objetivos do projeto. Possui uma estética atemporal, conferida principalmente pelo tom da fibra natural utilizada. O acabamento no couro - envernizado - confere brilho e um toque acetinado ao produto. Os metais utilizados para compor a bolsa e os detalhes formam uma dualidade com o rústico do material, trazendo algo mais frio, industrial contrapondo o “aconchegante” que o couro transmite e traz a bolsa para o agora. Porém, apesar dos elementos não seguirem a mesma linha, ambos conversam entre si, transformando este ruído em algo moderno e ousado (figura 52).

Figura 52 - Vista lateral bolsa - detalhes



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

O acabamento interno foi escolhido pensando no dia a dia da mulher moderna. A estampa de mandala no tecido é outro elemento que de forma sutil expressa a individualidade de uma pessoa, além de cumprir com a sua função de ser impermeável.

O trabalho em elástico da pasta interna da bolsa cria um apelo estético diferente para a bolsa. A combinação entre materiais foi trabalhada de forma inteligente, onde nenhum dos componentes se sobressai demais sobre o outro (figura 53).

Figura 53- As duas peças



Fonte: Acervo Pessoal, 2017.

A bolsa analisada em conjunto possui uma identidade que conversa com todos os seus componentes. Os elementos abordam o *vintage* (atemporal) com o moderno e expressam a individualidade do público alvo através de escolhas não tão óbvias, que fizeram a diferença nesse projeto.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto passou por vários estágios. Em novembro de 2016, foi entregue um pré-projeto, que continha alguns temas que inicialmente foram interessantes e relevantes para a pesquisa.

Assim que aprovada como proposta para ser transformada em um produto, com a ajuda do orientador e coorientadora de projeto, a parte de refinamento da pesquisa começou a tomar forma. Conceitos que antes pareciam relevantes foram excluídos e/ou ajustados para as melhorias de problematização e objetivos que o projeto passou a ter.

No início da pesquisa, a dificuldade de encontrar materiais sobre o couro, falando sobre os processos e etapas do curtimento, suas qualidades e etc, por não estar familiarizada com o assunto se fizeram presentes. Com uma pesquisa extensa realizada por curiosidade e para melhor tomada de decisões no projeto, as informações sobre o couro levantadas foram levadas ao Apêndice D pela sua extensão e deixadas no corpo principal do projeto somente o mais relevante para o desenvolvimento da bolsa. Tal pesquisa auxiliou, com o passar do tempo, na descoberta de novos termos e o novo vocabulário auxiliou para a evolução do trabalho.

O foco na produção de um objeto sempre foi unido ao desejo de utilizar o couro como matéria prima principal, principalmente por uma atração pessoal em relação ao produto. O material possui muitas características e originalidade, além de ser muito estigmatizado por envolver a crueldade com os animais e ser caro (dependendo da qualidade).

A justificativa do projeto foi o mais trabalhoso. O material por si só gera um grande debate com vários nichos diferentes, porém chegar com uma visão que o couro pode ser considerado um resíduo foi complicado e ao mesmo tempo um facilitador. É mais comum encontrar material de leitura que condene o uso do produto do que defenda sua utilização e aplicação. Mas baseada no conceito e contexto, foi possível encontrar materiais que situam o couro como um subproduto, ajudando na explicação da escolha do material além da estética e durabilidade buscada em um produto cotidiano.

A problemática passou por várias mudanças. Palavras chaves já estavam sendo utilizadas e destrinchadas ao longo da pesquisa, mas resumir em um

parágrafo/frase o que está sendo proposto pelo projeto é algo complicado.

Os objetivos foram mais fáceis de escrever. Como toda a formação acadêmica que o Instituto Federal oferece, o desenvolvimento de um artigo não foi algo muito incomum. Os temas principais para serem explorados já estavam definidos.

A metodologia escolhida foi um dos primeiros passos feitos na pesquisa. Auxiliando nas tentativas de organização de conceitos e assuntos, ter algo que possa ser consultado e dar um direcionamento de passos que devem ser tomados torna essa uma das ferramentas mais essenciais do projeto.

Pesquisas e entrevistas como formas de metodologia de pesquisa ajudaram no começo do desenvolvimento criativo, auxiliando nas seleções estéticas e dos requisitos que a bolsa passaria a ter, além de reforçar alguns conceitos e informações que já estavam no trabalho.

Outra dificuldade encontrada no desenvolvimento do projeto, foi como organizar várias informações diferentes em um único texto. O receio de que algo importante seja esquecido e não mencionado sempre está presente.

O título do projeto passou por mudanças, juntamente com todo o corpo do projeto. O primeiro contato com a pesquisa deve informar o que será abordado como um todo, porém, enquanto ainda não estavam definidos todos os conceitos, como introduzir uma frase de entrada? O decidido foi algo mais geral, focando nas únicas certezas momentâneas: seria desenvolvida uma bolsa e ela seria de couro. Com isso em mente, “Desenvolvimento de uma bolsa em couro legítimo: a busca pela individualidade e exploração dos atributos do material” foi substituído por “Desenvolvimento de uma bolsa de couro: o material, suas nuances e estigmas”, mas a individualidade antes comentada continua presente na pesquisa e justificativa. Após várias escritas e reescritas de estruturas e planos a serem seguidos, o presente projeto é o resultado de meses de estudo e discussões internas, defendendo o conceito inicial.

No tópico de coleta de dados, o questionário desenvolvido passou por várias alterações antes de ser divulgado. Foi desenvolvido com a intenção de obter o maior número de informações possíveis e auxiliar na definição de requisitos de projeto e estética. A análise das informações provenientes da aplicação do questionário foi cansativa e maçante, porém foi onde grande parte das diretrizes de seguimento do objeto foram retiradas, fazendo valer o trabalho realizado para a transcrição dos

gráficos.

A análise de concorrentes de mercado ajudou também a conhecer novos estilos de acabamento e fazer a aplicação de toda a teoria conhecida até o momento. Foi interessante observar o que o mercado está oferecendo para as consumidoras do produto, podendo resolver alguns dos problemas encontrados ou abrir a mente para novos estilos.

Na entrega do pré-relatório, a interrupção do projeto foi a partir da geração de alternativas. Para a retomada do projeto, correções da etapa anterior foram realizadas e adicionadas novas informações pertinentes ao projeto que complementam as pesquisas anteriores, como por exemplo os tipos de bolsa e fechos, e estilos presentes na moda.

Após estas correções, uma reunião com a empresa parceira foi feita, para conversar sobre os processos produtivos do couro e o seu comportamento. A sugestão foi a realização de um estudo volumétrico - *mockup* - de EVA, por ser um material que se assemelha ao couro. Com este modelo, foi possível visualizar de forma tridimensional o desenho selecionado para ser trabalhado em cima.

O modelo de EVA então foi renderizado e detalhado para o andamento da produção do protótipo. Inicial, o fornecedor da empresa parceira iria fabricar a bolsa, porém o contato não trabalhava mais com o material para a fabricação de bolsa.

O conhecimento do fornecedor do protótipo foi através da coordenadora deste projeto, em uma das reuniões sobre como seria produzido o protótipo. Porém, antes de entrar em contato com o produtor, a busca pelos materiais que fariam parte da bolsa foi iniciada.

Tornou-se difícil encontrar os materiais escolhidos na cidade de Florianópolis, portanto, alguns dos elementos foram encomendados de outras regiões para a concepção de um produto o mais próximo ao idealizado com desenhos.

Os itens comprados em outros lugares não demoraram muito a chegar na ilha. Após todos os materiais comprados, as entregas destes componentes para o produtor foram entregues.

O fornecedor a mão de obra para a produção do produto possuía uma pele bovina, portanto foi algo que não foi necessário procurar e comprar de terceiros. A confecção da bolsa foi realizada em um período de 7 dias. Todas as dúvidas de projetos e processos foram resolvidas através de conversas por mídias sociais.

Com o protótipo pronto, o detalhamento do modelo tornou-se necessário

pelas e as peças foram desenhadas. Por não ser da área da moda, houve limitações de entendimento e capacidade de fazer um detalhamento do produto, porém, através de pesquisas pensa-se ter resolvido o problema.

A escrita do memorial descritivo foi cansativa e corrida, porém era uma forma de validação do produto produzido. Durante todo o processo aprendeu-se muito sobre o material, o mundo da moda e o resultando transformou-se em um protótipo exatamente como idealizado e possuindo um ótimo acabamento e com todos os elementos pensados e selecionados para este modelo específico.

Este trabalho de conclusão de curso teve como objetivo cumprido o desenvolvimento de uma bolsa em couro, buscando prolongar a utilização do produto, por meio da estética e do material utilizado.

Na pesquisa bibliográfica foram exploradas as propriedades do couro, assim como sua história, aplicações, características, processo e acabamentos. Bem como a identificação das características da individualidade, como o hedonismo no *design* e o *Lowsumerism*. O mercado também foi analisado por meio dos produtos concorrentes, aplicação de questionário e entrevista.

Os painéis estéticos gerados, assim como a análise das informações obtidas através da pesquisa bibliográfica, entrevista e questionário aplicado deram origem a criação de personas para a humanização das informações e etapas, ajudando no estabelecimento de requisitos e direções básicas do produto.

A geração de alternativas e o modelamento do *mockup* auxiliaram no desenvolvimento do protótipo. A produção terceirizada e o fazer-se compreensível para outra pessoa foi algo interessante aprendido durante o processo de desenvolvimento.

O custo de produção de apenas um protótipo tornou-se caro, porém, se a fabricação do produto fosse em grande escala, o barateamento do modelo seria algo notável. O que se conclui desta discrepância é que se paga um alto preço por um produto novo e inovador no mercado do que algo feito para produção em repetição.

Por fim, deu-se por cumprido os objetivo apresentado durante o projeto, obtendo um produto final (bolsa) de alta qualidade. O aprendizado pessoal sobre os modos de produção do produto, o perfil individual como *designer*, tornou algo muito trabalhoso em uma ferramenta extensa e interessante de autoconhecimento .

REFERÊNCIAS

AQUIM, P. M.; GUTTERRES, M.; TESSARO, I.. **Indústria do Couro - Análise química da pele e do banho nos processos de ribeira e curtimento**. 2. ed. Porto Alegre: Cobeq, 2004.

BAARS, Edna Mara; MEIRA, Gerson Luiz. SUSTENTABILIDADE: REQUISITO DE PROJETO PARA O DESIGN DE MODA. In: ENCONTRO DE SUSTENTABILIDADE EM PROJETO DO VALE DO ITAJAÍ, 2007., 2007, Itajaí. **Anais...** . Itajaí: Ensus, 2007. p. 1 - 9. Disponível em: <<http://ensus2007.paginas.ufsc.br/files/2015/08/Sustentabilidade-Requisito-de-Projeto-para-o-Design-de-Moda1.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

BARROS, Fernando Duque; LICCO, Eduardo Antonio. **A reciclagem de resíduos de origem animal: uma questão ambiental**. Campinas: Epagri, 2007. Disponível em: <<http://maua.br/files/artigos/a-reciclagem-de-residuos-de-origem-animal-uma-questao-ambiental.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

BARTHES, Roland. **O Prazer do Texto**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1987.

BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. rev. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

BOX 1824. THE Rise of Lowsumerism. Direção de André Alves, Lena Maciel, Rony Rodrigues e Sophie Secaf. [s.i.]: Box 1824, 2015. (10 min.), son., color. Legendado. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jk5gLBihJtA>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

CÂMARA, Renata Paes de Barros; GONÇALVES FILHO, Eduardo Vila. Processamento do couro e a logística reversa. In: SIMPEP, 13., 2006, Bauru. **Anais...** . São Paulo: Simpep, 2006. p. 1 - 9. Disponível em: <http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/427.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2016.

CICB. **O couro e o curtume brasileiro**. 201c3. Disponível em: <http://www.cicb.org.br/?page_id=6369>. Acesso em: 15 nov. 2016.

CICB. **Lei do Couro**. 2013b. Disponível em: <http://www.cicb.org.br/?page_id=13399>. Acesso em: 01 abr. 2017.

CICB. **Importações brasileiras de couros e peles - setembro / 2016a**. 2013. Disponível em: <<http://www.cicb.org.br/wp-content/uploads/2016/11/TOTAL-IMPOST-16.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

COBRASIL. **Conheça a história do couro**. 2016. Disponível em: <<http://www.cobrasil.com.br/br/historia-do-couro>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

CONGRESSO TÉCNICO CIENTÍFICO DA ENGENHARIA E DA AGRONOMIA, 72., 2015, Fortaleza. **Aplicação do diagrama de mudge e qfd no projeto**

informativa da bancada de teste de mosquitos. Fortaleza: Contecc, 2015. 4 p.
Disponível em:
<http://www.confrea.org.br/media/Agronomia_aplicacao_do_diagrama_de_mudge_e_qfd_no_projeto.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2017.

CURTIS, Maria do Carmo. COLÓQUIO DE MODA - GT01 - ARTIGO DE GT, 4., 2007, Porto Alegre. **Estilo, conceito estratégico em Design de Moda**. Novo Hamburgo: Fapesc, 2007. 7 p.

DICIO: Dicionário Online de Português, definições e significados de mais de 400 mil palavras. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/hedonismo/>. Acesso em: 15 novembro 2016.

DICIO: Dicionário Online de Português, definições e significados de mais de 400 mil palavras. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/individualidade/>. Acesso em: 29 março 2017.

FORTES, Isabel. A psicanálise face ao hedonismo contemporâneo. **Pepsi - Periódico Eletrônico de Psicologia**, Fortaleza, v. 9, n. 4, p.1-22, dez. 2009. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/malestar/v9n4/04.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de pesquisa**. Editora da UFRGS. Porto Alegre. 2009. Disponível em:
<<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>> Acesso em: 01 abr. 2017

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo : Atlas, 2007. 175 p.

GOMES, Fábio Candal. **Avaliação da qualidade do couro de bovinos de diferentes sistemas de produção na perspectiva do desenvolvimento local**. 2007. 93 f. Tese (Doutorado) - Curso de [s.i], Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, 2007. Disponível em: <<http://site.ucdb.br/public/md-dissertacoes/7943-avaliacao-da-qualidade-do-couro-de-bovinos-de-diferentes-sistemas-de-producao-na-perspectiva-do-desenvolvimento-local.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: Projeto e produção**. São Paulo: Edgar Blucher, 2005.

JACINTO, Manuel Antonio Chagas et al. **Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento**. São Carlos: Embrapa Pecuária Sudeste, 2012. Disponível em:
<<file:///C:/Users/Flávia/Downloads/PROCI2012.00063.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

JUNQUEIRA, Cilene Rennó et al (Org.). **Bioética: conceito, fundamentação e princípios**. São Paulo: Universidade Federal de São Paulo, 2011. Disponível em:
<http://www.unasus.unifesp.br/biblioteca_virtual/esf/1/modulo_bioetica/Aula01.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2017.

KEVIN GILLIAN. **Leather Types Explained**. [s.i.]: Youtube, 2013. Son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MykxVW9JPPc>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

KLEIN, Naomi. Marcas globais e poder corporativo. In: MORAES, Denis. **Por uma outra comunicação**: Mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 1-5. Disponível em: <http://claudiaholder.com/arquivos_etica/artigo_naomi_klein.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2016.

KONZEN, Cleide Cristine. **Panorama da cadeia produtiva do couro bovino no Brasil e em Santa Catarina**. 2006. 84 f. Monografia (Especialização) - Curso de Curso de Graduação em Ciências Econômicas, Departamento de Economia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Cap. 5. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia295511>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

LIMA, Mary Vonni Meürer de; GONÇALVES, Berenice Santos. **MATRIZ PARA SELEÇÃO TIPOGRÁFICA**: construção e aplicação. **Blucher Design Proceedings**. Gramado, p. 1-11. nov. 2014. Disponível em: <http://www.rafaelhoffmann.com/aula/arquivos/tipografia/matriz_selecao_tipografica.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2017.

MANCOPE, Flávia. **Influência dos processos de engraxe e acabamento na modificação da estrutura e nas propriedades do couro**. 2011. 122 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

MOHAWK CONSUMER PRODUCTS. **How-to Identify Leather Type For Protection, Restoration, and Finishing**. [s.i.]: Youtube, 2014. Son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JWxR811NqtE>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

O'ROURKE, e. **The Handbag Designer's Dictionary of Terminology**. Inglaterra: Handbagdesign.co.uk, 2015.

PEREIRA, Laura. **Sobre**. 2016. Disponível em: <<http://laurapereira.com.br/sobre/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

MENDES, F. S.; CEROY, F. M. **Economia Compartilhada e a Política Nacional de Mobilidade Urbana**: Uma proposta de marco legal. Brasília: Núcleo de Estudos e Pesquisas/ CONLEG/Senado, Novembro/2015 (Texto para Discussão nº 185). Disponível em: <www.senado.leg.br/estudos>. Acesso em 15 de nov. 2016.

PACHECO, José Wagner Faria. **Curtumes**. São Paulo: Cetesb, 2005. Disponível em: <<http://www.crq4.org.br/downloads/curtumes.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

PUCCINI, Camila; ROBIC, André. **Lowsumerism**: o consumo consciente no mercado da moda. Porto Alegre: Xi Semana de Extensão, Pesquisa e Pós-graduação – Sepesq, 2009. Disponível em: <http://www.uniritter.edu.br/files/sepesq/arquivos_trabalhos/3612/663/753.pdf>.

Acesso em: 15 nov. 2016.

REIS, Mateus Pereira dos et al. APLICAÇÃO DO DIAGRAMA DE MUDGE E QFD NO PROJETO INFORMACIONAL DA BANCADA DE TESTE DE MOSQUITOS. In: CONGRESSO TÉCNICO CIENTÍFICO DA ENGENHARIA E DA AGRONOMIA, 72., 2015, Fortaleza. **Artigo**. Fortaleza: Soea, 2015. p. 1 - 4. Disponível em: <http://www.confrea.org.br/media/Agronomia_aplicacao_do_diagrama_de_mudge_e_qfd_no_projeto.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2017.

RUGGED MATERIAL TRAVEL GOODS. **Tyler's Vlog: The truth about Genuine Leather. Episode 1..** [s.i.]: Youtube, 2016. (1037 min.), son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=k8Dsuqgis8A>>. Acesso em: 01 abr. 17.

SADDLEBACK LEATHER. **For ages 6+ Leather 101 Full Grain, Top Grain, Genuine, and Bonded Leather Explanation.** [s.i]: Youtube, 2013. (324 min.), son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A2Q2DqCR5k0>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

SADDLEBACK LEATHER. **How to Tan Quality Leather and Avoid Bad Leather.** S.i: Youtube, 2014. (764 min.), son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VQTNOYD81fM>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

SANT'ANNA, Patricia. **Diálogos entre Arte e Moda: os anos sessenta.** 2007. Disponível em: <http://coloquiomoda.hospedagemdesites.ws/anais/anais/3-Coloquio-de-Moda_2007/4_05.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2016.

SANTOS, Flávio Anthero Nunes Vianna dos. Método aberto de projeto para uso no ensino de Design Industrial. **Revista Design em Foco**, Bahia, v. 3, n. 1, p.33-49, jun. 2006. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/661/66130104.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

SERVOLO FILHO, Henrique José. **Avaliação de resistência à tração do couro vegetal de algodão impregnado com látex de cinco cultivares de seringueira (Hevea spp.) e vulcanizado.** 2006. 53 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Agronomia, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2006.

TEIXEIRA, Júlio Monteiro; BENEDET, Giuliano Vieira; PINTO, Adilson Luiz. PROPOSTA DE FRAMEWORK PARA VALIDAÇÃO DE PERSONAS: UM ESTUDO DE CASO COM BASE EM ANÁLISE DE CLUSTERS. **Educação Gráfica**, Bauru, v. 01, n. 20, p.1-20, jun. 2016.

TRADAPALLI, Lenir. **Calçados de luxo feito com materiais ecologicamente corretos.** 2008. 134 f. TCC (Graduação) - Curso de Design de Moda, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2008.

TREIN, Fabiano André. **Análise e melhoria de layout de processos na indústria de beneficiamento de couro.** 2001. 126 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

ZONATTI, Welton Fernando. **Estudo Interdisciplinar entre reciclagem têxtil e o**

design: avaliação de compósitos produzidos com fibras de algodão. 2012. 195 f.
Dissertação (Mestrado) - Curso de Têxtil e Moda, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

APÊNDICE A – CRONOGRAMA

Cronograma

Fevereiro 02

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

Março 03

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Abril 04

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Maio 05

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Junho 06

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

02

- Correção do pré-projeto

04

- Entrega relatório inicial para banca
- Pré-defesa

03

- Revisão bibliográfica
- Definições e direcionamento do projeto
- Coleta de dados
- Análise dos dados

06

- Soluções e conclusões
- Envio do TCC para a banca
- DEFESA FINAL

05

- Criação
- Modelo

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO

1 - Com qual gênero de identifica?

Feminino

Masculino

Não Binário (não se identifica com nenhum dos gêneros acima)

2- Qual é a sua idade?

15 a 20 anos

21 a 30 anos

31 a 45 anos

45 a 50 anos

acima de 50 anos

3 - Qual é seu grau de escolaridade?

Ensino Fundamental incompleto

Ensino Fundamental completo

Ensino Médio incompleto

Ensino Médio completo

Ensino Superior incompleto

Ensino Superior completo

Pós/Mestrado/Doutorado (cursando ou finalizado)

4- Considerando o salário mínimo de R\$937,00 qual é sua renda mínima?

Um a três salários mínimos

Entre quatro a sete salários mínimos

De oito a dez salários mínimos

Mais de onze salários mínimos

5- Com quais estilos de moda mais se identifica?

*pode ser marcada mais de uma alternativa

Esportivo;



Casual;



Elegante;



Criativo;



Romântico;



Moderno;



Clássico;



Provocante;



6- O que costuma fazer no seu tempo livre?

*pode ser marcada mais de uma alternativa

Atividade física (academia; trilhas; caminhadas; esportes...);

Assistir Netflix; filmes; séries;

Navegar na internet;

Escutar música;

Ler;

Ir à praia;

Jogar video game;

Outros;

7- Dentre os locais listados abaixo, marque aqueles que você costuma frequentar:

*pode ser marcada mais de uma alternativa

Shopping;

Faculdade;

Trabalho;
Parque;
Academia;
Escola de línguas;
Outros;

8- Onde você geralmente costuma comprar sua(s) bolsas?
*pode ser marcada mais de uma alternativa

Lojas de rua;
Internet;
Shopping;
Catálogo;
Feiras;
Outros;

9- Que tipo de bolsa mais usa para ir a faculdade/aula/trabalho?
*imagens meramente ilustrativas

Mochila;



Carteiro;



Pasta;



Tira colo;



10- Você utiliza a mesma bolsa para diferentes atividades?

*exemplo: trabalho, lazer, faculdade, aula, etc...

Sim

Não

11- Quais itens, para você, são os mais importantes a serem acomodados em uma bolsa:

*pode ser marcada mais de uma alternativa

Celular;
Caneta;
Notebook;
Caderno;
Carteira;
Garrafa;
Outros;

12- De acordo com a imagem, qual o formato de bolsa que você mais gosta?

*pode ser marcada mais de uma alternativa



- 1- Mochila;
- 2- Barrel;
- 3- Doctor bag;
- 4- Duffel/sea;
- 5- Satchel (bolsa baú);
- 6- Shopper;
- 7- Tote
- 8- Carteiro;
- 9- Minaudiere.

13- Qual tipo de fecho para bolsas você prefere?
 *pode ser marcada mais de uma alternativa

Fivela;



Gancho;



Fecho magnético;



Botão de pressão;



Sobreposição;



Zíper;



Cordão;



Encaixe;



Arca;



14- Dentre as características abaixo, marque aquelas que melhor definem o que você sempre procura ao comprar uma bolsa:

*pode ser marcada mais de uma alternativa

Praticidade;
 Estética;
 Atemporalidade;
 Tendência;
 Resistência;
 Outros;

15- Há algum problema ou algo que te incomoda nas bolsas que tem/teve?

16 - Compraria uma bolsa de couro legítimo?

Sim Não

16.1- Justifique sua resposta:

Tem alguma outra sugestão?

APÊNDICE C - ENTREVISTA

1 - Laura, o que levou você a mudar o foco de sua marca da utilização do tecido para o couro?

Fizemos uma análise de vendas/faturamento e, pelo resultado das tabelas, os produtos em couro eram mais representativos. Precisávamos vender menos para ter mais alcance no conceito da marca e faturamento.

2 - Que oportunidades de mercado observou com esta mudança?

As oportunidades eram as mesmas (há público e mercado para qualquer produto), mas o que mudou foi ter mais foco. Isso faz com que as pessoas entendam melhor o que você faz e, conseqüentemente, consomem melhor a marca (produtos, referências, ideias, etc.)

3 – Quem você considera seus principais concorrentes no mercado atual?

- Max Pogleia (<http://www.pogleia.co/>), pelas bolsas feitas de couro natural. É usado um tipo de couro semelhante, embora a marca tenha um apelo mais masculino. A linguagem de divulgação da marca através de fotos e mídias sociais também é um ponto em comum entre as duas marcas.
- Ateliê Watson (<http://www.atelierwatson.com.br/>), pela ideia de fazer bolsas de couro de uma forma artesanal e por ter um modelo com semelhanças no formato retangular (Bolsa Baú).
- Ilhós Ateliê (<http://ilhosateliie.com.br/>), por fazerem bolsas de couro com técnicas artesanais, serem uma marca jovem e estarem em feiras/pontos de venda semelhantes e, conseqüentemente, um público semelhante.
- Brazibags (<http://www.brazibags.com/>), por trabalharem com couro mais rústico, embora façam somente mochilas mais maleáveis, por terem uma apresentação e comunicação com uma atmosfera parecida, ser bilíngue e estar disponível nos EUA (as bolsas são feitas no Brasil e vendidas nos EUA).
- Escudero (<http://www.escuderoonline.com.br/>), fazem bolsas de couro, embora aparentemente de uma forma mais massiva, usam uma linguagem de produto e comunicação alinhados com mercado internacional.
- Pine AX (<https://pineax.com/>), pelas bolsas de couro feitas artesanalmente, marca atualizada com tendências estéticas internacionais, comunicação da marca com alguns pontos de semelhança.
- BagToGo (<http://www.bagtogo.com.br/>), bolsas com formato bem parecido, de couro do mesmo tipo, porém específicas para bicicleta. Agora também fazem bolsas em couro preto. Usam mão de obra de selaria. Os pontos de venda se restringem a lojas para bicicleta. (As bolsas da marca Laura Pereira, são feitas com mão de obra especializada em material para ferramentas. Não foram feitas propriamente para bicicleta, mas é possível acoplá-las no guidão ou bagageiro, não excluindo essa possibilidade de uso.)

4 – O que você observa como tendência no mercado de bolsas?

Observo como tendência no mercado em geral: as pessoas querem mais identidade. Com

as grandes empresas de pesquisa de tendência, a mesma informação é passada para os setores de criação das marcas, então o resultado é muito parecido no final. Essa massificação faz surgir movimento contrário, que é das pessoas buscarem peças com mais identidade, peças únicas, etc.

5 – Quem você observa como seus principais compradores?

Lojistas, e consumidores finais pela internet.

6 – Quais os locais em que seus produtos são mais consumidos/vendidos?

Internet, lojas e feiras.

7 – Qual é a peça mais vendida da sua linha?

Bolsa Clássica P Natural.

8 – Qual é a principal inspiração na criação da sua linha de bolsas?

Uma mistura da atmosfera escapista das viagens e de caixas de ferramentas antigas.

9 – Como você define a sua estética?

Essencialismo natural. Essencialismo no sentido de ser essencial, um tipo de minimalismo, mas que não é o mínimo possível, mas sim o mais essencial possível para o produto funcionar. Pelo uso do material natural, as cores seguem criando uma estética mais ligada à natureza.

APÊNDICE D - PESQUISA/ESTUDO SOBRE O COURO

1 CARACTERÍSTICAS DO COURO NATURAL

A pele é a camada que recobre o corpo dos animais, constituída de cadeias de aminoácidos, as quais por processos químicos dão origem a filamentos de aminoácidos e fibras de colágeno, proteína essenciais para a pele (BAILEY, 1997; HOINACKI, 1989 *apud* AQUIM; GUTTERRES; TESSARO, 2004).

O couro natural (pele), segundo Anusz *apud* Trein (2001), quando retirado da carcaça do animal não tinha uma vida útil muito longa, tornando-se rapidamente rígido e degradado. Porém, com o tempo o homem primitivo começou a observar que os couros mastigados (restos com pele comidos por animais menores) se tornavam mais flexíveis e conservados.

Após anos de evolução e a descoberta e domínio sobre novas ferramentas, há relatos, de acordo com Silva *apud* Trein (2001), demonstrando que os babilônios foram um dos povos mais antigos a conseguirem fazer a manipulação da pele animal e convertê-la em uma substância forte e imputrescível, ou seja, o couro como conhecemos hoje, e a aplicá-lo em diferentes situações.

O couro é um material com um alto grau de diversidade no mercado e suas especificações e características variam de acordo com o comprador e manipulante, envolvendo principalmente: cor, toque, listras, espessura, cobertura, estampa, porosidade e classificação.

De acordo com as informações obtidas segundo Saddleback Leather (2013 e 2014); Rugged Material Travel Goods (2016), o couro possui duas divisões principais: a flor e a raspa, que serão explicadas mais adiante no projeto, e mais quatro subdivisões, com suas variações de qualidade:

Figura 01 - Couro *Full grain*



Fonte: <<http://www.wisegeek.com/what-is-full-grain-leather.htm>>
Acesso em: Março de 2017.

Figura 02 - Couro *Top grain*



Fonte: <<https://www.jackstillman.com.au/products/kyal-slim-leather-wallet>>
Acesso em: Março de 2017.

Figura 03 - Classificação e repartição do couro



Fonte: < <http://www.signatureleather.com/blog/15-top-grain-is-top-tier> >
Acesso em: Março de 2017.

a) Flor > *Full grain leather* (figura 01): melhor couro, mais denso, com fibras mais

entrecruzadas, aumentando a resistência. É a parte que fica em contato com a natureza e possui as marcas de tempo e cicatrizes do animal;

- b) Flor > *Top Grain leather* (figura 02): segunda camada do couro. São removidos os arranhões e desenhos da pele são retirados, quase desaparecendo, tornando-o mais homogêneo, porém continua com uma boa qualidade, superfície mais homogênea (figura 03);

Figura 04 - Couro legítimo (*genuine leather*)

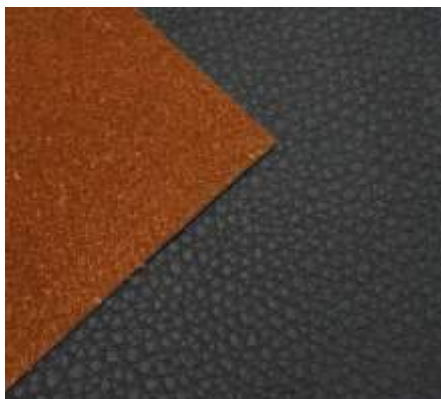


Fonte: <<http://www.businessinsider.com/leather-buying-guide-2014-12>>

Acesso em: Março de 2017.

- c) Raspa > Couro legítimo (figura 04): obtido através da repartição do *full grain*, o couro legítimo ainda é couro, pois é retirado da mesma pele que o de melhor qualidade, porém suas fibras são quase lineares, tornando a resistência do produto ruim, podendo ser rasgado com facilidade. Muitos produtos comercializados utilizam esse couro. A mistura desta parte juntamente com plásticos e prensas para estampagem de formas/padrões podem dar um acabamento surpreendentemente parecido com o couro de melhor qualidade.

Figura 05 - *Bonded leather*



Fonte: <<http://www.bzleather.com/portfolio/pu-bonded-leather/>>

Acesso em: Março de 2017.

- d) Raspa > *Bonded leather* (figura 05): pior qualidade de couro. O material foi triturado e colado junto novamente. Geralmente, após a pele ser moída, é vendida para empresas de rações.

2 Processos e Tratamentos

Apesar de ser uma arte antiga, os métodos para o curtimento do couro não foram muito evoluídos até os últimos séculos. Somente com a implementação de novas técnicas e tecnologias para sua manipulação, começaram a surgir novos bens produzidos com este material.

O couro passa por vários estágios de tratamento antes de ser convertido em roupas, acessórios e objetos. O processo é dividido em seis partes: ribeira, curtimento, recurtimento, secagem, pré-acabamento e acabamento (AQUIM; GUTTERRES; TESSARO, 2004).

→ Ribeira

Segundo Mancopes (2011), quando um animal é abatido no matadouro, partes do animal são separadas e distribuídas para indústrias diferentes para melhor aproveitamento do todo. A pele, sendo a matéria-prima em questão, é esfolada e salgada, isso se a pele for verde (recém tirada do animal), tendo 1 parte de sal para cada 2 partes de pele. Passado processo de salga, vai para a refrigeração, proporcionando algumas das condições de conservação para serem enviadas aos

curtumes para receberem os tratamentos e acabamentos do material.

A próxima etapa de preparação é a sua colocação no remolho (figura 06, um banho para a retirada do sal da pele, além de realizar uma limpeza de sangue e gorduras que se encontram no interior das fibras. Portanto esse processo possui duas finalidades, limpar e re-hidratar o couro (GOMES, 2007).

Figura 06 - Ribeira



Fonte: <<http://oconciergeonline.com.br/associacao-dos-artesaos-do-couro-na-paraiba-e-referencia-nacional-em-qualidade/>>

Acesso em: Março de 2017.

Após esta lavagem acontece a depilação e caleiro (abertura da estrutura fibrosa da pele, ou seja, o alisamento do couro). A esta altura do processo, a pele passa a ter uma nova denominação, “tripa”.

As tripas, de acordo com Trein (2001), são submetidas a novas etapas em outras duas máquinas, nas quais acontecem o descarne e a divisão. No descarne, os restos de gorduras e carne que não foram bem retirados na esfolagem são descartados. Assim que esta ação termina, passa-se para a divisão, a qual consiste no corte horizontal da superfície em duas partes: a inferior, chamada raspa e a superior chamada flor, que possui os desenhos particulares/específicos do animal, conferindo ao couro uma característica única. Apesar de todo este processo, o couro só se estabilizará após o curtimento da pele.

A etapa da ribeira é um dos primeiros momentos onde a verdadeira face do material aparece. É o começo da descoberta das características do couro e sua

personalidade. O tratamento que recebe daqui para frente, além da forma que será manipulado é determinante para a identificação e classificação das partes da pele.

Com as partes nobres do couro, são produzidos napas, nubuks, floaters e estampados. A napa é um couro macio, usualmente curtido em banho de cromo, na qual a flor não é lixada e possui um acabamento suave ao toque. Nubuks já são couros tingidos e lixados do lado da flor para uma conferência de uma textura mais aveludada. Os floaters são constituídos de couro batido, tendo acabamentos à base de óleos. E por fim os estampados recebem após o seu acabamento final ou parcial, a gravação de alguma estampa. As partes inferiores da pele, normalmente são utilizadas para a camurção (fabricação da camurça) e para a confecção de calçados (TREIN, 2001).

→ Curtimento

Segundo Mancopes (2011), com a divisão feita, as peles são colocadas novamente no fulão para serem submetidas a descalcinação, ou seja, a neutralização do cal que foi absorvido e a purga, sendo esse um tratamento enzimático para a limpeza das fibras internas da pele, visando a estabilização da fibra natural, tornando o material imputrescível, além da alteração das propriedades da pele, como a aparência e a perda de transparência da mesma.

A seguir, ainda no fulão, acontece o píquel, um tratamento com ácidos e sais visando as próximas etapas do curtimento. Possuem dois tipos de curtimentos: o mineral, que se utiliza de sais de cromo para a estabilização da matéria orgânica, obtendo o *wet-blue* (figura 07), tendo uma aparência meio acinzentada e o vegetal, onde os sais de cromo são substituídos por taninos (substância encontrada em plantas), possuindo uma cor mais ocre (HOW TO TAN QUALITY LEATHER AND AVOID BAD LEATHER, 2014).

Figura 7 - *Wet blue*



Fonte: <http://www.unionleathers.com/us/WET_BLUE_WHOLE_HIDE_SPLITS.htm>

Acesso em: Março 2017.

Dado o fim do tratamento, é passado para a 2ª geração, os chamados beneficiadores do couro. É a partir deste momento que o couro realmente é chamado de couro pela indústria. Para a utilização desta matéria-prima em manufaturas, a espessura do material deve estar uniforme, sendo passando em máquinas para a retirada do excesso de água e no rebaixe (igualizador de espessura em toda a pele, para atribuir uma uniformização a pele. Com isso, os lotes são aparados e pesados para as próximas etapas (CETESB, 2005).

→ Recurtimento

O couro retorna para o fulão e passa pela neutralização dos ácidos presentes no curtimento. Após é feito o recurtimento, que consiste na caracterização do produto final para suas funções e utilizações. Fazem parte desta etapa: tingimento e engraxe para maciez desejada e melhoramento de algumas das propriedades mecânicas e o toque do próprio couro (figura 08) (MANCOPES, 2011).

Figura 08 - Couro tingido



Fonte: <<https://www.treccanimilano.com/blogs/blog/44931649-the-rise-of-italian-leather-tanneries-treccani-milanos-tie-to-the-best-leather-products>>

Acesso em: Março de 2017.

→ Secagem

De acordo com Mancopes (2011), a secagem consiste no processo de retirada da água do couro feita em uma máquina chamada estira e marca a finalização dos processos de tratamento de superfície, passando agora para os acabamentos.

As ações podem ser diferenciadas dependendo do artigo a ser produzido, mas ainda seguem uma "ordem", sendo a primeira etapa a retirada do excesso de água e o proporcionamento de uma abertura aos couros.

Há diferentes tipos de secagem: a vácuo, em estufa, ao natural e no grampo (figura 09). Cada operação reverte na característica do material, podendo ser no ganho de área de trabalho, maciez, lisura de flor, entre outros.

Figura 09 - Secagem do couro



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=VQTNOYD81fM>>

Acesso em: Março de 2017.

Com a secagem realizada, as peles são amaciadas, em uma máquina chamada molissa ou com o batimento da matéria-prima a seco no fulão. Para aumentar ainda mais a superfície de trabalho, é realizado o grampo, esse sendo a prensa do couro entre duas chapas aquecidas (TREIN, 2001).

→ Pré-acabamento

Esta etapa tem ações como a impregnação, a operação de lixa e acondicionamento classificadas como pré-acabamentos (figura 10). Consiste no acabamento da peça, seja ele brilhoso, opaco, etc. em uma máquina, a qual o couro é inserido por uma esteira vai a uma cabine, onde há esguichos que provém tal finalização.

Figura 10 - Pré-acabamento



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=VQTNOYD81fM>>

Acesso em: Março de 2017.

Lixando, há a correção de defeitos da flor do couro e a uniformização da superfície, seguido do desempoamento, porém estas ações só serão realizadas em couros de baixa qualidade que estão procurando melhorar seus aspectos e a classificação ou que exijam esta etapa.

Na impregnação, há a adição de resinas acrílica, para marcar a flor do couro, criando uma espécie de camada revestidora na pele.

O acondicionamento é a umidificação do couro caso ele fique abaixo do ideal

(15%). Esse processo se dá através da pulverização e dos óleos aplicados no carnal (parte que estava em contato direto com o animal), para a reposição de água que se perdeu em algum momento do processo (TREIN, 2001).

→ Acabamento

A etapa de acabamento segundo Anusz *apud* Trein (2001) abrange diversos tratamentos, como:

- Uniformização da cor;
- Lisura;
- Conferência de brilho ou opacidade;
- Acabamento sólido ou transparente;
- Estampagem;
- Efeitos graxos, pull-up, bicolor (acabamentos base de óleos bicolores).

Todos estes tratamentos, têm como objetivo proporcionar propriedades especiais, seja do lado carnal ou na flor do couro, para cobrir defeitos e melhorar a classificação do material no momento de comercialização. Segundo os Kevin Gillian (2013) e *Mohawk Consumer Products* (2014), os tipos de acabamento que o couro pode possuir são:

- a) Aniline (couro natural): é uma finalização com um tingimento transparente, onde os poros continuam aparentes. Esta cobertura tem proteção mínima sobre o material e mostra sinais de uso, com arranhões. Também não possui uma grande resistência à umidade, mas mantém um visual parecido com o produto *in-natura* e preserva as nuances que o couro possui em sua superfície;
- b) Semi-aniline (figura 13): possui um fino revestimento que contém pigmento, mantendo, mesmo que de maneira reduzida, as características da superfície do couro. A cor, geralmente, é um pouco alterada no final. É um acabamento mais resistente, podendo ou não receber arranhões, dependendo da força e profundidade que for afetado e é um pouco mais resistente a líquidos que o Aniline;

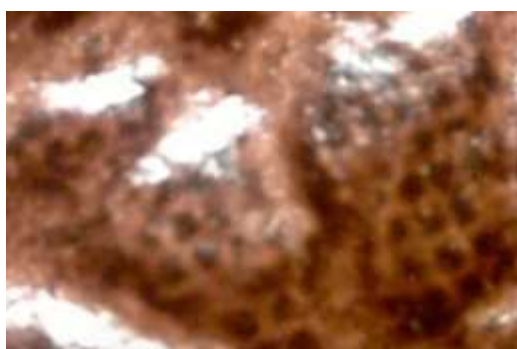
Figura 11- Aniline e semi-aniline



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=JWxR811NqtE>>

Acesso em: Março de 2017.

- c) *Pull-up* (figura 11): é um efeito transparente parecido com o Aniline, porém, ao invés da utilização de um pigmento transparente, uma camada de óleo de base natural e/ou graxas são aplicados. Este acabamento tende a escurecer a superfície, mas quando o material é esticado, tende a clarear. Geralmente possui um acabamento mais brilhoso, e que deixa bastante aparente riscos em sua extensão, assim como uma mancha escura na absorção de líquidos;

Figura 12 - Visão microscópica da cobertura dos poros pelo acabamento *pull-up*

Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=JWxR811NqtE>>

Acesso em: Março de 2017

- d) *Nubuck* (couro lixado do lado dos poros): confere uma superfície com um toque mais aveludado. Uma de suas características é deixar evidente o sentido em que foi arranhado o material, além de escurecer rapidamente em contato com líquidos;

- e) Camurça (figura 13): também utiliza o material de forma inversa. Os poros ficam voltados para dentro, enquanto o lado externo é lixado para ganhar a textura. Feito da raspa (couro de qualidade um pouco inferior): acabamento similares ao *Nubuck*;

Figura 13- Característica do *Nubuck* / camurça



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=JWxR811NqtE>>

Acesso em: Março de 2017.

- f) Tingimento: utilização de uma camada de tinta para o preenchimento total da superfície, cobrindo, quase que totalmente, os poros, cor e “imperfeições” originais do couro e dando um acabamento uniforme. Usado geralmente para objetos com alto teor de usabilidade. É um acabamento mais resistente a arranhões e a líquidos, além de possuir uma fácil manutenção;
- g) Tingimento de dois tons (figura 14): usado mais de um tipo de pigmento para uma superfície com cores mais variadas (heterogêneas). Suas características são idênticas ao tingimento monocromático;

Figura 14 - Visão microscópica pela cobertura dos poros pelo tingimento



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=JWxR811NqtE>>

Acesso em: Março de 2017.

- h) *Bycast* (figura 15): acabamento completamente diferente. Utilização como acabamento em couros obtidas da raspa (baixa qualidade). Tem como característica uma superfície mais uniforme, através da aplicação de plásticos, como o PU (poliuretano), para preenchimento dos poros que o couro originalmente possui.

Figura 15 - Visão microscópica da cobertura do polímero nos poros



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=JWxR811NqtE>>

Acesso em: Março de 2017.

2 PROPRIEDADES MECÂNICAS

A qualidade do couro e suas propriedades variam de acordo com o sexo, idade, raça e peso do animal em questão. A espessura da pele depende do tamanho, enquanto a sua elasticidade pode variar de 10 a 50% dependendo da pesagem do animal (MANCOPES, 2011).

A estrutura da pele é definida pela sua orientação e seus arranjos, por exemplo, nos tendões é observado um arranjo quase paralelo das fibras de colágeno da pele bovina. Tais características determinam qualidade e formas que o material poderá ser manipulado.

DECLARAÇÃO DE FINALIZAÇÃO DE TRABALHO DE CURSO

Declaro que o(a) estudante Flávia Bressan Thomé, matrícula nº 1320004249-0, do Curso Superior de em Tecnologia em Design de Produto, defendeu o trabalho intitulado Desenvolvimento de uma bolsa de couro: o material, suas nuances e estigmas, o qual está apto a fazer parte do banco de dados da biblioteca Hercílio Luz do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Florianópolis.

Florianópolis, 17 de Agosto de 17.



Prof. Orientador de TCC

TERMO DE COMPROMISSO DE ORIGINALIDADE

O presente termo é documento integrante de todo Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) a ser submetido à avaliação do IFSC Campus Florianópolis como requisito necessário e obrigatório à obtenção do grau de Tecnólogo em Design de Produto.

Eu, Flávia Bressan Thomé, CPF 075.519.039-41, Registro de Identidade 5.594.688, na qualidade de estudante de Graduação do Curso de Tecnologia em Design de Produto do IFSC Campus Florianópolis, declaro que o Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em anexo, requisito necessário à obtenção do grau de Tecnólogo em Design de Produto, encontra-se plenamente em conformidade com os critérios técnicos, acadêmicos e científicos de originalidade.

Nesse sentido, declaro, para os devidos fins, que:

- a) o referido TCC foi elaborado com minhas próprias palavras, ideias, opiniões e juízos de valor, nãoconsistindo, portanto PLÁGIO, por não reproduzir, como se meus fossem, pensamentos, ideias e palavras de outra pessoa;
- b) as citações diretas de trabalhos de outras pessoas, publicados ou não, apresentadas em meu TCC, estão sempre claramente identificadas entre aspas e com a completa referência bibliográfica de sua fonte, de acordo com as normas estabelecidas pelo IFSC Câmpus Florianópolis;
- c) todas as séries de pequenas citações de diversas fontes diferentes foram identificadas como tais, bem como às longas citações de uma única fonte foram incorporadas suas respectivas referências bibliográficas, pois fui devidamente informado(a) e orientado(a) a respeito do fato de que, caso contrário, as mesmas constituiriam plágio;
- d) todos os resumos e/ou sumários de ideias e julgamentos de outras pessoas estão acompanhados da indicação de suas fontes em seu texto e as mesmas constam das referências bibliográficas do TCC, pois fui devidamente informado(a) e orientado(a) a respeito do fato de que a inobservância destas regras poderia acarretar alegação de fraude.

O (a) Professor (a) responsável pela orientação de meu trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentou-me a presente declaração, requerendo o meu compromisso de não praticar quaisquer atos que pudessem ser entendidos como plágio na elaboração de meu TCC, razão pela qual declaro ter lido e entendido todo o seu conteúdo e submeto o documento em anexo para apreciação do IFSC Campus Florianópolis como fruto de meu exclusivo trabalho.

Florianópolis, 14 de Agosto de 2017.



Assinatura do Estudante

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO

Eu, Flávia Bressan Thomé, de nacionalidade brasileira, CPF nº 075.519.039-41, RG nº 5.594.688, estudante do Curso Superior em Tecnologia em Design de Produto na qualidade de autor do TCC intitulado Desenvolvimento de uma bolsa de couro: o material, suas nuances e estigmas, **AUTORIZO**, neste ato de depósito, sua divulgação total e gratuita, para fins acadêmicos, em meio eletrônico, mediante registro nesta biblioteca, bem como em via impressa, se necessário, de acordo com determinação institucional e viabilidade técnica do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Florianópolis.

Ocasionará registro de patente? [] sim não

Florianópolis, 17 de Agosto de 2017.



Assinatura do autor