

- Gook, Roland. "Hombres que Cambiaron el Mundo". Portugal. Editorial Círculo de Lectores
- Cortes, Ivan y Barreto, Ma. Jose. Revista "Proyecto Diseño". Bogotá, Colombia. Impresa por Panamericana.
- SEDI 1 y 2. 2001 y 2002. Universidad Autónoma de México- Azcapotzalco UAM-A/CYAD/EVALUACIÓN.
- D_con_historia. 2001. Seminario Electrónico de Historia del Diseño en Colombia.
- Diseño ¿¿como lo queremos!? 2003. Taller Búsqueda de Futuro. Bogotá.
- Garcia, Hugo. 1991-1992. "Entre lo Vital y lo Ritual / Más Allá de lo Formal". Cali, Colombia. Periódico El País.
- Polo, Romulo. 2001 "Lo Aprendible y lo Enseñable en Diseño; Condiciones de aprendizaje / Enseñanza del Diseño Industrial en un país en desarrollo". Ensayo elaborado por Rómulo Polo / Colombia como Ponencia para el Seminario Virtual "Huecos en la caja negra" Universidad Autónoma de México- Azcapotzalco UAM-A/CYAD/EVALUACIÓN.
- Forma y contrastes. 80s. Catálogo de Línea Geométrica de Fórmica Co.
- Memorias, Ensayos y Revistas
- La escuela de diseño. 1998. Revista "OfiAB". Bogotá, Colombia. Impreso por Gráficas de la Sabana.
- Garcia Beatriz, Cortes Juan Pablo, Franky Jaime. 2003. Revista "Tercer Acto". Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Artes. Bogotá. Impreso Unibiblos.
- Buitrago T., Juan Camilo. 2004 "La Experiencia en Diseño para el Diseño". Ensayo elaborado como ponencia para el concurso docente Dpto. de Diseño, Facultad de Artes Integradas, Universidad del Valle. Cali, Valle.
- Gutierrez Jaime, Gamez Jesús, Polo Romulo. 1980 Revista "La Carreta del Diseño". Bogotá.
- FIESC, SENAI, LBDI, Artesanias de Colombia, Organizada por Alexander Manu. 1995 Revista "La Aldea Humana". Bogotá: LBDI.
- Pamio Oscar. 1981 Revista "Módulo". Cartago, Costa Rica. Impreso por Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Moda corporativa: uma análise pelo design, materiais e ergonomia

Jairo José Drummond Câmara, Williane Alves Oliveira y Róber Dias Botelho

Introdução

Proteção e segurança sempre foram prioridades do ser humano. O vestuário mostra-se, neste contexto, como um dos pontos que mais contribuíram para a segurança pessoal no trabalho. Com a necessidade de caçar, para sobreviver e perpetuar a espécie, o *Homo sapiens* passou a utilizar uma série de elementos para sua proteção. Tangas, capas, escudos, capacetes, faixas para a cabeça, proteção para os pés, entre muitos outros elementos, representaram um marco na evolução dos grupos sociais, bem como, um marco na evolução do próprio ser humano.

Acompanhando esta evolução, os materiais também desempenharam (e desempenham) um papel primordial nesta evolução. Ora ditando tendências, ora suprimindo tendências, a vestimenta saiu das folhas e couro (puros), passaram pelos metais e fibras naturais até chegarem aos compostos de derivados naturais e às fibras sintéticas de elevada resistência e suas inúmeras aplicações.

Este componente das atividades humanas permitiu que ações e tarefas fossem desenvolvidas em maior volume e eficácia. O que no início servia apenas como proteção para a caça passou a determinar o sucesso em batalhas chegando, na idade média, como 'etiqueta' para as diversas classes sociais.

A partir do domínio de técnicas e tecnologias de produção e processamento de materiais (especialmente relativos às fibras naturais), a sociedade ampliou a aplicação dos materiais no vestuário junto as mais diversas situações do cotidiano. Proteção, diferenciação, hierarquiza-

ção, entre outros, o vestuário alcançou um significado singular na nova concepção de sociedade. Entretanto, foi após a Revolução Industrial que o vestuário passou a desempenhar um papel singular na sociedade.

O século XX foi o que mais alterações apresentou, mais especificamente no setor da moda. Foi neste mesmo período que o termo moda passou a ser utilizado com maior valor. Contribuíram para tais mudanças movimentos sociais e artísticos (Guerras Mundiais e Revoluções), desenvolvimentos tecnológicos, conjunturas econômicas, entre outros. O vestuário extrapolou as formas em 'S', moldadas por espartilhos, e casacas com golas engomadas para biquínis e combinações jamais imaginadas. Mas, o que representa moda e qual é a contribuição desta para o vestuário?

Alves (2004) define como moda, "a oferta que os estilistas criam para um sistema de necessidade, renovação e aperfeiçoamento de matérias-primas".

Assim, o objetivo da moda é atender as exigências de um mercado de trabalho dinâmico e competitivo. Por esta razão, tem sido um dos seguimentos mais representativos em todo o país. Mas, moda não é simplesmente *glamour* e prestígio, e sim uma combinação de fatores que vêem contribuir, não somente para o mercado, mas para toda a cadeia de usuários.

Afinal, o nosso vestuário do cotidiano está adequado às nossas solicitações?

O objetivo deste artigo é destacar e discutir a adequação do vestuário corporativo (para fins sociais), as demandas dos usuários e a contribuição do design neste seguimento. Este terá como estudo de caso o uniforme corporativo utilizado por uma delegação esportiva que concorreu com um veículo conceito a um Prêmio de Design, na França, em maio de 2004. Além do uniforme corporativo (para apresentações oficiais e para viagem), faz parte da indumentária da equipe o uniforme de trabalho junto ao veículo. Este é composto por: calça jeans azul escuro

e camisa pólo com cor dependendo do conceito e da cor do veículo. Há também o moleton, geralmente escuro, para situações de trabalho em temperaturas amenas.

Moda corporativa

Na busca pela excelência no trabalho e atendimento e representação junto ao mercado, empresas têm voltado as atenções às vantagens da uniformização de seus funcionários. E para tal empreendimento, elas contam com os profissionais do design para a chamada 'moda corporativa' ou 'roupas profissionais'. Esta tem a difícil missão de suprir os problemas estéticos dos uniformes, através da formação de uma imagem corporativa local ou internacional (já que estes são utilizados como ferramenta para criar o diferencial dentro do mercado onde atuam). Pode-se citar como exemplos clássicos de uniformes corporativos: delegações esportivas; comissários de bordo; equipes de segurança (polícia, bombeiros, socorristas, etc.).

Por outro lado, os uniformes podem também apresentar uma evolução e desenvolvimento pela aplicação de três variáveis principais, que são: novos materiais; ergonomia e valor de uso e estima. Neste trabalho será abordado um caso recente ocorrido com uma delegação esportiva com missão na França. Em paralelo, serão apresentadas características tecnológicas que se destacam no cenário mundial.

Intervenção do Design

Pelos Materiais e Ergonomia

O clima é uma das variáveis técnicas, relativas aos materiais e modelos, que mais interferem na seleção do vestuário. Como apresentado na introdução, o desenvolvimento dos materiais contribuiu sobremaneira para a evolução do vestuário. A Revolução Industrial, as Guerras Mundiais e o mundo das competições têm lugar de destaque nesse desenvolvimento e na transferência de tecnologia. Hoje tem-se materiais leves (fibras aramidas, de nylon, de vidro, de carbono, etc.), resistentes à propagação de fogo, resistente à umidade (Neoprene), materiais que permitem a transpiração do corpo e impedem a entrada de água (Dry Fit), resistem a balas (Kevlar), entre outras características. Entretanto, com o domínio do processamento dos compósitos, a combinação destes materiais em um único permite que diversas características possam apresentar-se simultaneamente. Fato que contribui para maximizar a ergonomia.

Segundo Couto (1995. p.15), "Ergonomia é um conjunto de ciências e tecnologias que procura a adaptação confortável e produtiva entre o ser humano e seu trabalho (...)". Com isso na tentativa de desenvolver produtos especiais que atendam as necessidades do mercado, especialistas da indústria da moda contam, além de estudos específicos ao que se refere a ergonomia da modelagem, com a tecnologia de novos materiais especialmente desenvolvidos para uniformes.

Com a evolução do estilo das roupas, estas ficaram mais simples exigindo cada vez mais sofisticação dos materiais. Hoje as roupas 'respiram', 'transpiram', moldam e garantem a sobrevivência de seus usuários.

Para situações do cotidiano com elevada temperatura, e onde há a necessidade de utilizar ternos e gravatas, especialistas, como Barros (2002: 60), aconselham os paletós de ana-ruga. Tecido feito de algodão e que é enrugado, que não necessita ser passado e com destaque para o fato de não haver forro. O mesmo autor (1997: 109) destaca os seersucker sem forro, o algodão e a lã fria. Este último, ao contrário do que muitos imaginam, é um dos materiais mais adequados para regiões com elevadas temperaturas, durante o dia, e baixas temperaturas à noite (como é o caso dos habitantes do deserto do Saara). Este mostra-se versátil, também, em regiões com variações bruscas de temperatura, como é o caso da cidade de São Paulo. É uma fibra que quanto mais fina melhor, podendo variar de 100 a 160 micras.

Para o estudo de caso em questão, estas variáveis mostram-se comprometedoras para uma eficiente seleção e um uniforme corporativo. Em cinco participações em solo francês, todas uniformizadas, a coordenação do projeto procurou selecionar um conjunto de terno, calça, camisa e gravata que pudesse agregar o conforto e a eficiência técnica do vestuários, mas que também contribuisse para ressaltar o caráter corporativo e profissional da equipe. Para tal, foi imprescindível que a roupa atendesse às seguintes variáveis técnicas:

Conforto térmico –a maior parte do trabalho foi realizado na França durante a Primavera (maior/ junho). Neste período a temperatura pode variar 03º C negativos durante a noite (excluindo o fator vento) à 40º C positivos durante o dia. No ponto referente aos materiais, estes devem ser resistentes, pois os membros da equipe poderiam desenvolver algumas atividades físicas, como o transporte das bagagens e pertences, a montagem do veículo, etc.

Para adequar-se ao fator tempo/temperatura, optou-se por um terno executado em micro-fibras, com camisa (e roupas íntimas) em algodão. O conjunto destes dois materiais permitiu agregar a resistência e a praticidade da micro-fibra do terno com o conforto térmico da camisa e das peças íntimas. A orientação/seleção destes dois últimos itens, contribuíram para minimizar possíveis reações alérgicas nos integrantes da equipe. Situação já percebida em participações anteriores;

Obs.: Em outro artigo, apresentado no 4º Ergodesign 2004, Moraes (et. al. 2004) destaca que o uso de roupas íntimas sintéticas podem provocar uma série de distúrbios, alergias e até mesmo lesões corporais. A limitação da circulação de ar, e mesmo a sanguínea, tendem a fazer surgir infecções e agrava a situação em casos em que ela já esteja estabelecida (no caso de jeans justo e roupas íntimas feitas em tecidos sintéticos). Vaginite e candidíase de respiração são exemplos de possibilidade da falta de aeração no vestuário. Neste caso, o uso de lingerie adequadas, feitas com fibras naturais, são indispensáveis ao tratamento. As tintas (formaldeídos), utilizadas na pigmentação são causas mais comuns para dermatites e vulvovaginites. Neste caso, o suor é o principal agente na transferência da tinta das roupas para a pele, agravado pelo fato destes materiais serem pouco absorventes.

As roupas podem também: reduzir cheiros e odores causados pelo corpo; minimizar a eletricidade estática;

apresentar acabamento em UV, que contribuem na proteção solar, entre outros.

Já houve o tempo em que as roupas eram talhadas seguindo escrupulosamente as dimensões dos corpos de quem as vestia, Barros (2002: 13). A modelagem mostrou-se decisivas para a seleção do fornecedor e, por conseguinte, do vestuário, devido, especialmente, às diferenças dos integrantes da equipe: sexo; idade e biótipo. Para se ter uma idéia, o longo período que a equipe permaneceu com o uniforme (12 horas apenas no vôo Brasil-França), exigiu atenção ao vestuário. Mesmo assim, ocorreram dilacerações no pescoço de alguns integrantes pelas golas das camisas. Pelo que foi analisado, os problemas residiram: no formato e dimensões adotados pelo fornecedor e principalmente pela textura do tecido e qualidade da costura da gola. Deve-se ressaltar que, este período (12 horas) corresponde ao tempo de uma jornada de trabalho em um único dia (entre sair de casa/trabalho/almoço/retorno).

A importância da ergonomia (nesse caso ligada diretamente às áreas de atuação do design de moda) reside, principalmente, nos padrões de qualidade técnica dos moldes e na adequação dos materiais mais apropriados para a confecção desses trajes. Naturalmente, estes estendem-se a outros acessórios como: calçados; cintos; luvas; óculos; quepes; capacetes; etc. Tudo isso levando em consideração a função da tarefa e/ou uso de um determinado traje.

Pela Análise de Valor - AV

O conceito de AV tem por base o valor, que reflete a relação satisfação (de um serviço, um procedimento, um processo, etc.) e os recursos necessários para a sua execução. Largamente empregadas em países Europeus, EUA e Japão, a AV contribui para a maximizar os atributos dos produtos e serviços.

Com base em Duchamp (1988: 19), “a Análise de Valor é uma metodologia de gestão criada nos anos 40 pelo americano Lawrence Miles. Aplicada inicialmente pelo departamento de desenvolvimento de produto da General Electric, consiste em decompor um produto ou serviço nas suas funções principais e, em seguida, delinear as soluções organizacionais mais apropriadas para reduzir os custos de produção. Implica uma análise detalhada do valor criado pela empresa através da distribuição dos custos totais de um produto ou serviço pelas suas diferentes etapas: concepção; fabrico; venda; distribuição e serviço aos clientes. Este conceito deu origem às noções de cadeia de valor, de valor acrescentado ao produto ou serviço e de shareholder value (valor para o acionista) cuja autoria pertence a Alfred Rappaport. O mesmo autor afirma que para uma maior compreensão da Análise de Valor o profissional deverá inteirar-se de três fundamentos: noção de função; noção de valor e noção de trabalho em equipe”.

Para melhor entendimento, segundo o CEV - Consultores em Engenharia de Valor (2002. Apud. Botelho, 2003: 71), faz-se necessário a descrição de três conceitos básicos inerentes à AV: necessidade; função e valor.

Por Necessidade, entende-se “o que é necessário ou desejado pelo utilizador”. A necessidade pode estar explícita ou implícita; pode existir ou ser potencial. A

necessidade aqui definida diz respeito à natureza das expectativas do utilizador e não ao volume do mercado. Por utilizador, entende-se um indivíduo, uma coletividade, uma empresa, uma administração, um serviço de uma empresa ou de uma administração.

Por função, entende-se a “ação de um produto ou de um dos seus constituintes”. Todo o método assenta no conceito de função. Ao caracterizar um produto pelas funções que ele desempenha procuramos representar o que é que o produto faz e não aquilo que é. Queremos saber para que serve, como responde às necessidades do utilizador. A função é o efeito ou ação de um produto que responde a uma necessidade. Assim, a necessidade é expressa, independentemente de soluções, deixando em aberto o campo da inovação.

Por Valor, entende-se a “relação entre a contribuição da função (ou do sujeito AV) para a satisfação da necessidade e o custo da função (ou do sujeito AV)”, ou seja: O termo Valor é igualmente utilizado quando são considerados outros elementos que não o custo, como fiabilidade, peso, disponibilidade e o prazo de entrega. O conceito de Valor está, assim, intimamente ligado à satisfação de necessidades. (...) Para o utilizador, o Valor de um produto vai ser medido pelo desvio entre o nível de satisfação encontrado e o nível de satisfação esperada. Para o industrial, o produto de maior Valor será aquele que, respondendo à satisfação desejada pelo utilizador, tenha o custo mais reduzido”.

Para a seleção do uniforme pela AV, tomou-se como base os três pontos citados acima. No que refere à necessidade e a função (diretamente ligados), o uniforme desempenharia a função de vestir/proteger, bem como, contribuir para a identificação do grupo (individual e coletivamente).

Em se tratando de uma competição internacional (em Nogaro - França), com 03 procedimentos de decolagem, o deslocamento da equipe (07 integrantes em 2004, 21 em 2002, e 14 em 2000, 08 em 1995 e em 1994), sendo que a maioria sem experiência internacional, mostrou-se uma tarefa delicada e comprometedora em conforto/segurança. Para tal, a identificação dos integrantes, nos diversos trâmites alfandegários, contribuiu para o deslocamento seguro e eficiente. Vale lembrar que em 2002 e em 2000 houveram confusões, junto aos agentes de segurança internacional, sobre a possibilidade de nosso grupo pertencer a uma companhia aérea. Fato este levou ao desvio do grupo para outro setor de vistoria. Da mesma forma, em 2004 o comandante da aeronave, no trecho França/Brasil, fez questão de conhecer a delegação que encontrava-se em seu avião.

Já em solo Francês, o uniforme mostrou-se eficiente, tanto na comunicação interna da equipe, quanto junto aos comissários e agentes da organização e segurança do evento. Destaca-se que, estavam inscritas na competição pouco mais de 250 equipes (com uma média de 08 integrantes por equipe), e que uma série de normas e procedimentos deveriam ser repassadas ao líder de cada equipe. Diferenciar-se e identificar-se com facilidade fez-se imprescindível. Neste ponto notou-se a real eficiência de aliar necessidade e função a um objetivo comum - a eficiência.

Conclusão

Para o uniforme corporativo em questão, a adequação e diferenciação estética, faz-se necessário (por se tratar de uma equipe de design). Tal coerência contribui diretamente junto à comissão de avaliação dos conceitos de design do veículo/equipe. A tarefa do designer é desenvolver novas possibilidades, novas idéias de qualidade que possam ser boas ao meio ambiente, aceitáveis para a sociedade, mas também atraentes para o mercado.

Entretanto, temos no presente caso apenas uma pequena amostragem. Transferindo este caso para grandes corporações, como as citadas no início do artigo (delegações esportivas; comissários de bordo; equipes de segurança –polícia, bombeiros, socorristas, etc.), onde em apenas uma corporação têm-se centenas, ou até milhares de usuários, como ficariam as relações vestuário/design/ergonomia/eficácia?

E as questões levantadas: o que representa moda e qual é a contribuição desta para o vestuário? E, o nosso vestuário do cotidiano está adequado às nossas solicitações?

Referências bibliográficas

- Alves, Nícia Monteiro. A moda é uma viagem. Acesso: 18/03/2004. http://www.wmulher.com.br/template.asp?canal=moda&id_mater=2032
- Autoesporte - O melhor de F1 Racing. Editora Globo, São Paulo - SP. Nº 394, Mar. 1998.

- Barros, Fernando de. Manual da Elegância: o guia protótipo para um homem se vestir bem, com as dicas do maior especialista em moda masculina do Brasil. Editora Caras S.A São Paulo - SP. 2002. 95 p.
- Barros, Fernando de. O Homem Casual: a roupa do novo século. Editora Mandarim. São Paulo - SP. 1998. 220 p.
- Couto, Hudson de Araujo. Ergonomia aplicada ao trabalho: Manual técnico da Máquina Humana. Belo Horizonte: Ergo, 1995. Vol. I - 353p. il.; p/b; Vol. II - 383p. il.; p/b.
- Duchamp, Robert. La Conception de Produits Nouveaux - Technologies de Pointe. Paris. Hermès, 1988. 60p.
- Filho, João Gomes. Ergonomia do Objeto: sistema técnico de leitura ergonômica. Editora Escrituras. São Paulo - SP. 2003. 255 p.
- Iida, Itiro. Ergonomia: projeto e produção. 4ª ed. São Paulo: Edgard Blucher, 1990/97. 465p. il.; p/b.
- Laver, James. A Roupa e a Moda: uma história concisa. Editora Companhia das Letras. São Paulo - SP. 1989. 284 p.
- Pascolato, Constanza. O Essencial: o que você precisa saber para viver com mais estilo. Editora Objetiva LTDP. Rio de Janeiro - RJ. 1999. 243 p.
- Quarante, Danielle. Éléments de Design Industriel. 2a ed., Paris. Polytechnica. 1994. 645p.

Jairo José Drummond Câmara (Prof. Dr.). **Williane Alves Oliveira** (Estudante de Graduação / BIC - CNPq). **Róber Dias Botelho** (Prof. MSc.). Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design e Ergonomia - CPqD / Escola de Design - ED / Universidade do Estado de Minas Gerais.

Sociedade de consumo e(m) sua lógica dos objetos - (esclarecimentos a partir da finitude na intuição heideggeriana)

Jayme Camargo da Silva

“Só há um problema filosófico verdadeiramente sério: é o suicídio. Julgar se a vida merece ou não ser vivida, é responder a uma questão fundamental da filosofia”. Albert Camus, O Mito de Sísifo.

Introdução

A interrogação do presente trabalho encontra-se no explicitamento da relação entre a experiência da finitude e a questão do consumo de objetos como sintoma do não processamento dessa impossibilidade de ser pelo homem. Para tal, o pensamento do filósofo Martin Heidegger será o horizonte de sentido da explanação.

Heidegger introduziu a partir de sua análise da existência humana (analítica existencial) a matriz de racionalidade antepredicativa –mundo prático– a partir do constructo Dasein (ser-aí)¹. A analítica existencial heideggeriana revelará que o modo de ser do homem é no mundo. O Dasein (ser-no-mundo), portanto, é o como do homem, e a tarefa da filosofia explicitar as condições de possibilida-

de desse acontecer do homem que, desde sempre, dá-se no mundo. Evidencia-se, neste contexto, que a idéia de mundo da analítica existencial opõe-se radicalmente à idéia de somatório dos entes,² como na metafísica da tradição. Mundo é a condição de possibilidade do Dasein enquanto ser humano, não podendo pensá-lo separadamente do homem, como a lógica (clássica) dos objetos o fez, na medida que o Dasein sempre se movimenta na compreensão do ser –daí seu acesso aos entes –compreensão essa que só é possível no mundo.

De acordo com Heidegger, a compreensão do ser faz parte da própria estrutura do Dasein no homem. O homem é a relação, isto é, a compreensão do ser, não dos objetos. Dito de outro modo, o ser humano não é definido pela relação sujeito-objeto, mas pelo “ser-o-aí” da presença dos entes no seu todo, ou seja, o aí do ser como tal. Heidegger explicita, dessa forma, ao introduzir o Dasein como ente privilegiado, que ao se movimentar na compreensão do ser, o Dasein compreende os entes, mas também porquanto já se compreendeu como ser-no-mundo que é.

Afirma Stein que:

“Na segunda seção de Ser e Tempo, Heidegger analisa o ser-aí e a temporalidade. Na determinação do ser-aí como o ser que compreende o ser, na determinação do sentido do ser do ser-aí, ele sempre surge como projeto. É possível, a partir do projeto, ou apesar do ser-aí como projeto, atingi-lo como totalidade? Há uma idéia totali-